



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

ELEGÂNCIA E DISTINÇÃO: A MODA E A ELITE CARIOCA NA BELLE ÉPOQUE TROPICAL

Elegance and Dominance: Fashion and the Elite of Rio de Janeiro during the Tropical Belle

Sousa, Heloisa Baita Amado de, graduanda, IFF Macaé, helobaitaamado@gmail.com¹

Nunes, Anne Caroline Santos, Doutoranda, IFF Macaé, anne-lyne@hotmail.com²

Resumo: O presente trabalho busca compreender o papel da moda e da indumentária como elementos simbólicos e culturais na formação da identidade da elite carioca durante a Belle Époque Tropical, analisando a influência dos costumes franceses e a disseminação de ideais patriarcais de feminilidade por meio do jornal “*A Estação: Jornal Ilustrado Para a Família*.”

Palavras chave: Moda; *Belle Époque* tropical; Vida privada.

Abstract: This study aims to explore the role of fashion and attire as symbolic and cultural elements in shaping the identity of Rio's elite during the Tropical Belle Époque, examining the influence of French customs and the spread of patriarchal notions of femininity via the newspaper *A Estação: Jornal Ilustrado Para a Família*.

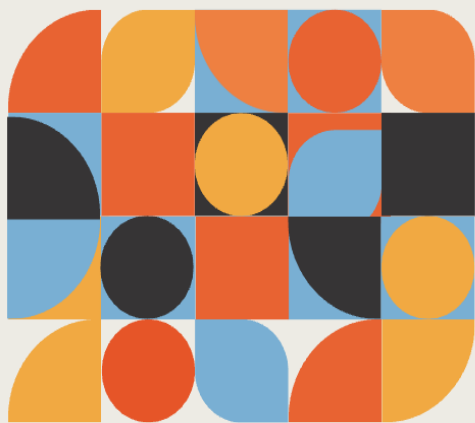
Keywords: Fashion; Tropical *Belle Époque*; Private Life.

Introdução

A partir de um pressuposto pretensioso, acreditamos que o mundo já possuía ordem social atual, dessa maneira, esquecemos que existem construções sociais recentes na história. Esta pesquisa é decorrente de um trabalho de conclusão de curso, que pretende investigar tais conformidades, sua atuação e por vezes sua construção, dentre elas, as relações entre gênero, poder, estética e consumo, durante o início da República no Brasil, utilizando-se da história da moda. A periodização é feita sob a luz da *Belle Époque* tropical, tendo em vista a sua relevância para a modernização do Rio de Janeiro, ademais, a investigação da figura feminina, principalmente do seu papel destinado à vida privada durante o período, é uma das forças motrizes do presente trabalho, sendo o “História da Vida Privada no Brasil Vol. 3” (SEVCENKO, et al. 1987) essencial a essa investigação. Para isso, é utilizado como objeto de pesquisa o periódico “*A Estação: jornal ilustrado para a*

¹ Graduanda em Licenciatura em História pelo Instituto Federal Fluminense (Macaé)

² Doutoranda e mestre em História Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGHIS/UFRJ). Licenciada em História pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). Desenvolve pesquisas relacionadas aos seguintes temas: mobilização política feminina na pólis grega, teatro grego, comédia antiga, história das Mulheres, gênero, sexualidade e ensino de História Antiga.



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

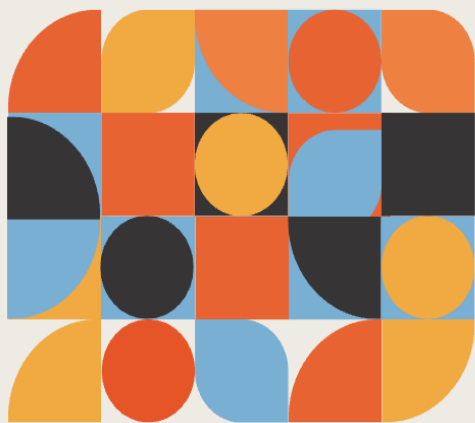
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

família”, um jornal de modas que se destinava majoritariamente as mulheres (principalmente mães) da elite carioca, difundindo ideais higienistas. Assim, é aplicada uma metodologia qualitativa, visando compreender a análise do discurso presente no jornal, além de investigar a iconografia e as propagandas ao longo do tempo. Para ancorar a teoria, é imprescindível a leitura de autores como Gilda de Mello e Souza (1987) e Gilles Lipovetsky (1987) para a demarcação do campo acadêmico da moda, como também, é necessário investigar as relações entre moda e distinções de classe, bem como o valor simbólico do vestuário, a partir das contribuições de Bourdieu (1979).

Mas afinal, para que serve a moda?

A insurgência do fenômeno e sua relevância social é uma abordagem clássica nas obras cânones, como em “O império do efêmero” de Gilles Lipovetsky, ou “Moda: uma filosofia” (2004) de Lars Svendsen. Essa colocação se faz necessária devido à concepção dada à moda no campo intelectual, pois, com seu rótulo de frívola, está sujeita a críticas pela academia. E “a moda será sempre a moda; sua denúncia é, sem dúvida, consubstancial a seu próprio ser, ela é inseparável das cruzadas da bela alma intelectual” (LIPOVETSKY, 1987, p. 20). Além disso, “a moda é um espelho da sociedade, mas também um agente ativo em sua transformação, revelando as contradições e os desafios de uma época” (SOUZA, 1987, p. 102), portanto, ela não pode ser reduzidas a um mero capricho ou a uma indústria voltada para o consumo, pois representam um campo de disputas simbólicas, um espelho das estruturas sociais e um meio de expressão das identidades individuais e coletivas. A importância da moda reside no fato de que não conseguimos ignorá-la, pelo menos não por completo. Quando Stallybrass (2008) reflete sobre as cargas ocultas da vestimenta em “O Casaco de Marx: roupas, memória, dor”, há uma demonstração dessa influência na vida social, afinal, o próprio Marx não conseguiria escrever “O Capital” sem o seu casaco, pois:

O casaco – a mercadoria com a qual Marx começa O capital – tem apenas a mais tênue das relações com o casaco que o próprio Marx vestia a caminho do Museu Britânico em busca de material para escrever O capital. O casaco que Marx vestia entrava e saía da casa de penhores. Tinha usos bem específicos: conservar Marx aquecido no inverno; identificá-lo como um cidadão decente que pudesse ser admitido no salão de leitura do Museu Britânico (STALLYBRASS, 2008, p. 22).



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Por conseguinte, podemos afirmar que a moda, em seu contexto voltado para o mercado, não pertence a todas as épocas e nem a todas as civilizações (SOUZA, 1987, p. 20), ela é um fenômeno recente e complexo. Devido a sua pluralidade, é mais fácil definir o que não é moda, por exemplo, Gilles Lipovetsky busca compreender a moda como um acontecimento moderno e endêmico do ocidente, atribuindo como o momento aristocrático, tendo como contexto histórico a consolidação do Estado e da burguesia que possibilitou um impulso econômico, além da expansão das cidades que possibilitou um maior comércio de matérias primas e criou uma divisão do trabalho, porém, o filósofo também questiona as próprias colocações classificando-as como simplistas, tendo em vista que:

Uma lógica tão complexa quanto a moda, abarcando tantos aspectos da vida social, individual, cultural, estética, não pôde aparecer senão pela sinergia de uma multiplicidade de fatores que, mesmo não sendo sempre absolutamente independentes uns dos outros, tiveram cada um sua eficácia própria (LIPOVETSKY, 1987, p. 70).

Contextualização histórica

Assim, retomemos a *Belle Époque*, um dos palcos de transformações do mundo contemporâneo, sendo necessário ressaltar que sua datação possui divergências dentro da historiografia. Logo, no presente trabalho é utilizado como referencial a obra “História da Vida Privada no Brasil Vol. 3”, propondo de 1870 a 1900 como marco temporal, que representou na Europa um período de “fê inabalável no progresso material e intelectual”, no qual “as cidades se transformaram em palcos de uma civilização que se pretendia definitiva” (SEVCENKO, 1998, p. 12). Mesmo sendo um fenômeno que abrangeu todo o continente europeu, seu eixo de irradiação cultural foi a França. Paris, em especial, tornou-se o símbolo dessa era, com suas grandes avenidas, cafês concorridos e exposições universais que celebravam as conquistas da industrialização.

Ao longo do tempo, a moda foi se transformando pela revolução técnico-científica e a indústria têxtil, que ampliou consideravelmente o consumo, pois, “na medida em que a produção fabril se modificava, ao longo do século XIX, a maneira como as pessoas adquiriam bens de consumo “no mundo” para a vivência cotidiana também se transformou” (MONTELEONE, 2019, p. 5), em que, a proeminência da França nesse contexto é de caráter cultural, pois:



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Apesar da indústria têxtil ter sido alavancada na Inglaterra durante a Revolução Industrial, o fenômeno Moda encontrou um terreno de fértil disseminação na França. As razões para isso são meramente especulativas, e muitos historiadores atribuem ao fato de a corte da França ser referência em costumes e modo de vida e ao país possuir uma forte indústria têxtil instalada na região de Flandres. De qualquer maneira, a França logo se firmou como pólo difusor de modas (VICENTINI, 2010, p. 14 apud MEDEIROS; VICENTINI, 2012, p. 5).

Os primeiros passos como a capital da moda vão se desenhando desde cedo, pois, “foi a moda francesa que conseguiu, a partir da metade do século XVII, impor-se duradouramente e aparecer cada vez mais como farol da elegância.” (LIPOVETSKY, 1987, p. 50), evoluindo posteriormente como um mercado mais sólido.

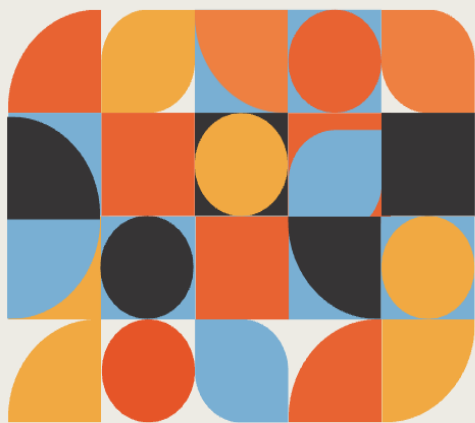
É compreensível que o Brasil, marcado por uma violenta colonização portuguesa, tenha estruturado grande parte de suas referências culturais em diálogo com as potências econômicas. Sua construção de identidade passou por um processo de mimetismo da Europa, principalmente:

No início do século XIX a vinda da Corte portuguesa para o Brasil, fugindo das invasões francesas, intensificou a importação de artigos europeus tanto pela própria Corte quanto pela elite que então se alojava na colônia”. (ASSUNÇÃO; ITALIANO, 2018, p. 223).

Dessa maneira, a vida cotidiana dos viventes, principalmente a elite brasileira, seguiu os ditames dos costumes europeus, mesmo com a proclamação da república, os hábitos continuaram a ser importados. Logo, o presente trabalho perpassa pelo contexto de transformação do final do século XIX e início do século XX na cidade do Rio de Janeiro, durante a Belle Époque Tropical. Com o intuito de diferenciar a *Belle époque* tropical da *Belle époque* francesa, utiliza-se da mesma bibliografia, sendo assim uma tentativa de reprodução desse modelo europeu. Os costumes não são importados de imediato, logo, a ascensão da *Belle Époque* no Brasil remonta à proclamação da república, em 1889, e finda em 1920 (SEVCENKO, 1998, p.37). No Brasil, o papel de metrópole-modelo foi do Rio de Janeiro, transformando seu espaço urbano e social, tornando-se, assim, o “eixo de irradiação e caixa de ressonância das grandes transformações em marcha pelo mundo” (SEVCENKO, 1998, p. 522), criando os ditames da modernidade e do progresso.

A vida privada feminina impressa nas páginas do periódico *A Estação*

A compreensão da moda no Brasil durante a transição do Império para a República exige uma abordagem interdisciplinar, que integra história, sociologia e estudos de gênero, permitindo analisar não apenas



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

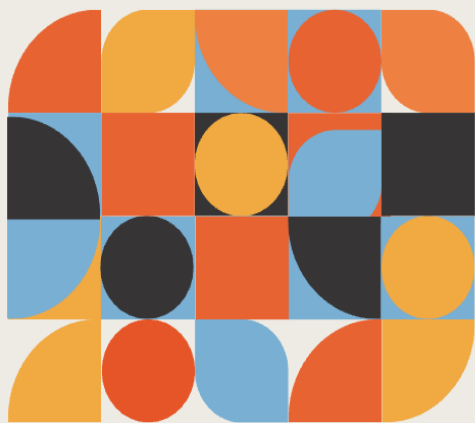
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

as transformações estéticas, mas também as dinâmicas sociais, políticas e culturais que as acompanharam. Por contemplar o *Zeitgeist* de transformação da *Belle Époque* e sua chegada no Brasil, foi escolhido como objeto de pesquisa o periódico “A Estação: Jornal ilustrado para a família”. Contando com 582 edições disponíveis na Hemeroteca digital, o jornal traçou sua trajetória de 1879 até 1904 em um formato quinzenal, sendo sucessor do jornal *La Saison*, que não se encontra digitalizado na *internet*.

A pesquisa é realizada através da metodologia qualitativa, averiguando todas edições disponíveis e comparando as mudanças ocorridas ao longo do tempo, como a aparição de propagandas com seus intuitos e hábitos de consumo, e transições da moda através da cultura visual, mas principalmente seu cunho ideológico patriarcal higienista, usando a análise do discurso como ferramenta, em que “os discursos adquirem significados de muitas formas, inclusive pelos procedimentos tipográficos e de ilustração que os cercam. A ênfase em certos temas, a linguagem e a natureza do conteúdo tampouco se dissociam do público que o jornal ou a revista pretendem atingir.” (LUCA, 2005, p.140).

Especificando seu público-alvo e sua temática, na primeira edição o jornal se define como “Jornal brasileiro indispensável a toda mãe de família econômica, que deseje trajar e vestir duas filhas, segundo os preceitos da época” (A ESTAÇÃO, 15 jan. 1879, p. 1), além disso, ele promete reduzir as despesas sem abrir mão da elegância, algo importante para a época, já que, como “Rainha do lar” era uma obrigação da mulher ser econômica, cuidar das despesas e não pedirem dinheiro aos seus maridos, que possuíam o cargo de provedor, assim houve uma grande valorização do trabalho manual, como costura ou bordados (MALUF;MOTT, 1998, p. 417).

Sua estrutura era formada pelo “jornal de modas” e a “parte literária”, na qual, a primeira parte era traduzida da revista alemã *Die Modenwelt*, trazendo um editorial sobre a moda parisiense, em uma sessão chamada *Chronica da moda* (e posteriormente correio da moda) com uma correspondente de Paris assinada por Antonina Aubé ou Brasília Pinheiro. Nesse momento o jornal se comunica diretamente com a leitora em um tom afável e intimista, onde reside a propagação de ideais patriarcais, principalmente no que tange a maternidade e cuidado com o lar, como no trecho “Que festa imponente e tocante que é o casamento, quando reúne dois entes bellos, jovens e inteligentes e, se não mui ricos, pelo menos gosando d’esta posição social sem



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

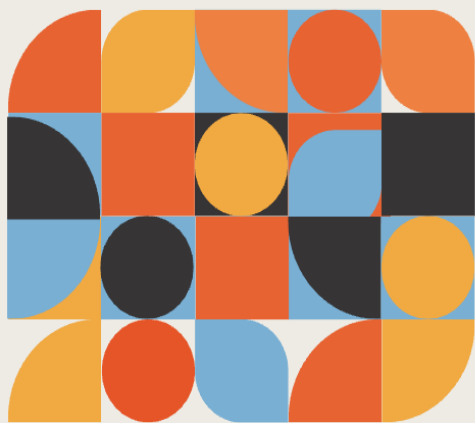
a qual é difícil haver felizes saber o que é a felicidade.” (A ESTAÇÃO, 15 de dez. 1879, p. 1), ademais, tem as notícias dos eventos, como o Baile do Cassino ou o Baile Figueiredo.

O jornal de modas também dispõe de uma vasta cultura visual através de litogravuras, com figurinos, gravuras, dicas de economia doméstica e trabalhos manuais, a utilização de gravuras é de suma importância, pois, “o advento da ilustração foi essencial para o impulso e a diversificação do impresso periódico, ainda mais em um país onde o rarefeito público leitor, que incluía um modesto contingente feminino”(LUCA, 2005, p.134), além disso, essas imagens também tem um valor simbólico, afinal, a maior parte das litogravuras representam a mulher majoritariamente no ambiente doméstico, reforçando o lugar da mulher estrito a esfera privada.

Já a “Parte Literária” era produzida especialmente para o público brasileiro, contando com colaborações de renomados autores nacionais (por exemplo, Machado de Assis e Arthur Azevedo). Nela, publicaram-se ficção, crônicas teatrais, críticas, resenhas, relatos de viagens, partituras musicais, pinturas e seções de entretenimento, atendendo aos interesses variados das leitoras. É na parte literária que se desenvolve a difusão ideológica com um forte discurso higienista, ligado ao projeto nacionalista de construção de uma identidade brasileira, com a ideia de criar uma população saudável e produtiva, que tinha a mulher como sua mantenedora.

O jornal servia como um duplo manual. Em primeiro lugar, era um manual artesanal, com especificações dos tecidos da estação vigente, das roupas utilizadas na noite parisiense e também a disponibilização de moldes para corte e costura. Todavia, também era um manual de conduta, pois servia como um instrumento de difusão de ideais burgueses de família, alinhados com as expectativas da sociedade da época, promovendo uma visão idealizada da família, baseada na harmonia, na moralidade e na obediência às normas sociais e a manutenção do sistema patriarcal. Assim, o casamento contribui diretamente para a tese em voga, o higienismo, que penetrava a intimidade do lar, ou seja, dentro do território feminino pois “no início do século xx, a grande maioria das mulheres, além de realizar serviços domésticos, era responsável pela sobrevivência do grupo familiar” (MALUF; MOTT, 1998, pp. 408-409).

É necessário ressaltar, que, o discurso se baseia em um contexto estritamente classicista, pois, as propriedades de gênero são indissociáveis das propriedades de classes, já que ela atribui o valor e suas disposições socialmente construídas (BOURDIEU, 2007, p.102). Essa burguesia operava em questões estéticas através da distinção social, ou seja, assim como Marx só entraria no museu britânico portando seu casaco, as



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

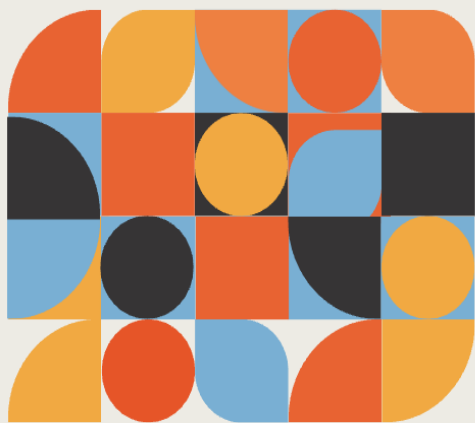
FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

mulheres da classe alta só seriam aceitas em sociedade, em eventos como o Baile do cassino ou a ida ao teatro, a partir do momento que seguissem os preceitos de elegância, e os moldes disponibilizados auxiliaram na imitação das modas na corte (SOUZA, 1987, p.10), demonstrando a voga da aristocracia. Dessa forma, é preciso afirmar sua posição social, e isso era feito através do vestuário: “as tomadas de posição, objetiva e subjetivamente, estéticas - por exemplo, a cosmética corporal, o vestuário ou a decoração de uma casa - constituem outras tantas oportunidades de experimentar ou afirmar a posição ocupada no espaço social como lugar a assegurar ou distanciamento a manter” (BOURDIEU, 2007, p. 57). Atuando como um guia de moda, *A Estação* busca instruir a leitora do que está em alta no momento na Europa, como “As modas da presente estação estão inteiramente fixas o como sempre somos nós os primeiros que damos as notícias exactas do que deve-se usar” (A ESTAÇÃO, 31 de maio, 1892, p. 1), demarcando os tecidos, bem como a instrução de sua confecção, as silhuetas em tendência, aviamentos e acessórios, criando cultura estética pertencente aos grupos dominantes, institucionalizada por uma instituições produtoras e difusoras de símbolos distintivo (SETTON, 2008, pp. 133-134). Ou seja, torna-se um veículo da classe dominante de constituir um padrão de beleza através da distinção, pois, a moda através de Bourdieu garante um significado cultural, e o peso da cultura é relativa, em primeiro lugar, ao seu nível de instrução e, secundamente, à sua origem social, sendo as ações cotidianas e seus gostos, marcadores de classe (BOURDIEU, 2007, p. 9).

Considerações Finais

Portanto, os 25 anos de publicação de *A Estação: Jornal ilustrado para a família*, não são importantes apenas para compreender a difusão da moda francesa no Brasil. O periódico em questão mostra um retrato da sociedade brasileira durante a *Belle Époque* tropical, principalmente a questão feminina. Percebe-se, que as transformações trazidas pela revolução técnico-científica não trouxe, no primeiro momento, avanços no que tange os direitos femininos e a liberdade da mulher, afinal, nesse momento consolida-se um grande esforço para manter a ordem familiar, condecorando a mulher como “rainha do lar” e a privando da esfera pública. Também, se faz necessário olhar para moda, especialmente nesse momento de valorização aristocrática, como uma forma de distinção de classe da burguesia e manutenção de seu poder.



20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Referências

A estação. Rio de Janeiro: Lombaerts, 1879-1904.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção** – crítica social do julgamento. São Paulo, EDUSP/Zouk, 2007.

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

MALUF, Mariana; MOTT, Maria Lúcia. **Recôndito do mundo feminino.** In: SEVCENKO, Nicolau. (Org.) **História da Vida Privada no Brasil – República: da Belle Époque à Era do Rádio.** São Paulo: Companhia das Letras, 1998

MEDEIROS, Raquel; VICENTINI, Claudia. A importância de Worth para o surgimento da coleção de moda: um estudo histórico. In: **COLÓQUIO DE MODA**, ed. 8. Rio de Janeiro, 2012.

SETTON, M. A moda como prática cultural em Pierre Bourdieu. IARA – **Revista de Moda, Cultura e Arte** , v. 1, n. 1, 2008.

SEVCENKO, Nicolau (org.). **História da vida privada no Brasil:** república: da belle époque à era do rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SOUZA, G. M. **O espírito das roupas:** A moda no século dezenove. São Paulo: Companhia das Letras, 2ª ed., 2017.

STALLYBRASS, Peter. **O Casaco de Marx:** roupas, memória, dor. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

SVENDSEN, Lars. **Moda:** uma filosofia. Tradução de Maria Helena Geordane. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

LUCA, Tania Regina de. **História dos, nos e por meio dos periódicos.** In: PINSKY, Carla Bassanezi (org.). **Fontes históricas.** São Paulo: Contexto, 2005. p. 111-153.

WAGNER, Christiane. Zeitgeist, o Espírito do Tempo – Experiências Estéticas. **Revista de Cultura e Extensão USP**, [S. l.], v. 12, p. 21–29, 2014.