

**“A MODA”:
roupa feminina e distinção social no início do século XX em São Luís/MA.**

Camila Ferreira Santos Silva (UFPA)

Nos anos finais do século XIX e início do XX, o Brasil participou de uma corrida em prol da “urbanização” e da “modernização”, seguindo os moldes dos países europeus, principalmente da França, burguesa e neoclássica. Essa corrida acelerou-se ainda mais no início século XX, durante a chamada *Belle Époque*, quando houve o crescimento acelerado do espaço urbano e a instauração da ordem burguesa¹. Tais modificações tiveram como intuito aproximar as províncias brasileiras, mais especificamente o Rio de Janeiro, da Europa. À capital da Corte e futura capital da República cabia, portanto, irradiar tais modificações às demais províncias. Em nosso estudo destacamos o Maranhão.

São Luís, capital do estado do Maranhão, a partir da segunda metade do século XIX passou por diversas transformações socioeconômicas que, paulatinamente, mudaram o cenário da cidade. Nesse período, a prosperidade econômica dos fazendeiros de algodão, como também dos comerciantes, envolveu a cidade de São Luís, favorecendo seu crescimento e desenvolvimento material (iluminação, bonde, água, calçamento das ruas, etc.)². Já nos anos finais do século XIX e início do século XX, com a implantação da República e o discurso de progresso e modernidade³, houve o crescimento urbano e demográfico e a instalação das fábricas têxteis⁴. Além disso, tivemos a inauguração de locais de diversão tais como cafés, confeitarias, *clubs*, cinema, teatro e os constantes bailes, além das festas religiosas e recepções que eram oferecidos na cidade.

Nesse novo cenário ludovicense o ato de vestir era ao mesmo tempo um ato de diferenciação e de significação. Segundo Philippe Perrot: “Ele se [manifesta], simbolicamente ou por convenção, ao mesmo tempo ou separadamente, uma essência, uma tradição, um apanágio, uma herança, uma casta, uma linhagem, uma proveniência social e geográfica, um papel econômico”⁵. O que nos leva a perceber que o vestir não é um ato passivo, mecânico e imparcial, mas sim um ato dinâmico, sensível e possuidor de

significados intrínsecos, na medida em que o “bem vestir”, que consistia vestir-se de acordo com os ditames da moda, principalmente, da moda europeia, para a elite ludovicense funcionava como forma de diferenciar-se das outras camadas da população, sendo uma forma de distinção social e também uma forma de manter o *status quo*. Assim, pretende-se abordar a utilização da moda prescrita para as mulheres da “boa sociedade” ludovicense e para as que se queriam da “boa sociedade” como mecanismo de distinção social entre os anos de 1890 a 1920.

O vestir São Luís (1890-1920)

A República trazia para o “espírito”⁶ de parte da sociedade brasileira a esperança de que com esse regime alcançar-se-ia a estrada em direção ao progresso. Destarte, a materialização do progresso no Brasil ocorreu (em algumas capitais) por meio da urbanização, da higienização das cidades e da educação, tendo como fio condutor o discurso acerca do moderno. Para tanto, as principais capitais do Brasil vivenciaram uma corrida em prol da organização, limpeza e do controle da população e das cidades.

Além da urbanização e higienização das cidades, outras novidades adentraram o Brasil, trazendo para seu território os ares do “viver moderno”. As novidades eram, por exemplo: “[...] A fotografia, o telefone, o telégrafo [que] causaram espanto e maravilha. A rede de estradas de ferro estendeu-se, unindo os portos de escoamento para o mercado externo”⁷.

O Maranhão também seguiu a estrada em direção ao “viver moderno”, porém não com a mesma velocidade que outras capitais brasileiras. As mudanças previstas no projeto de modernização das primeiras décadas republicanas, que ocorreram em São Luís, ficaram mais no discurso do que na prática⁸. Muito embora tenha havido um crescimento urbano e demográfico na cidade nesse período, sendo o principal símbolo de progresso e de moderno eram as fábricas têxteis que empregavam milhares de trabalhadores. No que concerne aos serviços públicos, à higiene e ao saneamento da cidade, poucos foram os investimentos.⁹ Em contrapartida, os espaços de lazer eram mantidos e melhorados, diante das reclamações dos que tratavam de reivindicar o fim da

monotonia da cidade, demandando por diversões públicas, nas quais incluíam-se o teatro, as praças, festas nas igrejas, os bailes, o cinema e o carnaval, principais formas de lazer da sociedade ludovicense. Esses e outros espaços criados na cidade garantiram uma modificação significativa na aparência e na movimentação da população, abrindo caminho para a entrada de São Luís no “estreito figurino”¹⁰ da modernização.

Era nesse contexto que São Luís se formava o palco onde se dava a circulação e a movimentação de homens e mulheres dos diversos segmentos sociais nos espaços públicos trabalhando, passeando, consumindo e se divertindo. E é com essa nova movimentação dentro do espaço urbano que muda a posição social das mulheres, principalmente daquelas dos setores dominantes, que antes levavam uma vida predominantemente doméstica. Elas passaram a frequentar, cada vez mais, as ruas e suas novas atrações¹¹. E, um novo estilo de vida se apresenta à mulher, a quem coube os principais direcionamentos, no que diz respeito à ornamentação externa na perspectiva do “ser moderna”.

Esses direcionamentos, olhares e opiniões, estavam focados justamente na utilização das vestimentas pela elite, pois qualquer deslize de um de seus integrantes causava danos à sua reputação. Maria de Lourdes Lauande Lacroix afirma: “rigorosa era a censura ao comportamento feminino”. Segundo a autora, tratando das inovações das primeiras décadas do século XX, as “senhoras de família” mantiveram os usos e costumes de suas avós¹². Podemos inferir, a partir disso, duas conclusões: uma que as senhoras continuavam a acompanhar freneticamente a moda como, suas avós na segunda metade do século XIX em São Luís; e outra, que mantiveram o tradicionalismo e conservantismo dos modelos representacionais de mulher do século vivido por suas avós. Acreditamos que as duas conclusões conviviam nos primeiros anos do século XX, pois ao mesmo tempo que seguiam as “senhoras de família” seguiam a moda, eram avaliadas, taxadas e reprimidas.

Segundo Mônica R. Schpun, para as mulheres burguesas, “os discursos normativos visam assegurar que sua apresentação física marque sua posição social e possa distingui-las das demais” e, além disso, “o leque social mais complexo implica novas estratégias para acentuar toda sorte de detalhes

10.4025/6cih.pphuem.554
que identifiquem as diferenças e evitem as misturas”¹³. Em vista disso, a elite ludovicense, na tentativa de destacar, demarcar e também de remarcar o seu lugar no novo cenário, diante das dificuldades econômicas da crise final da agroexportação¹⁴, buscou de todas as formas manter os discursos acerca do modelo de homem e, principalmente, de mulher ideal, a partir do modo de vestir. Segundo Gilda de M. e Souza a moda, entre todos os elementos que estavam em volta do jogo do exibicionismo, era o mais eficiente¹⁵.

Ao narrar o cotidiano da sociedade ludovicense, Nascimento Moraes, no romance “Vencidos e Degenerados”, traz o retrato da elite ludovicense dos últimos anos do século XIX, chegando ao início da República, descrevendo o esforço que esta camada fazia para manter seu *status social*:

Cláudio observava a *elite postiça*, [...], que ali se ostentava como deusa, escolhendo posição sobranceira e lugar que lhe parecesse apropriado e inconfundível, ofendendo com sua soberba modéstia dos simples; os ricos imaginários [...] a arrotar uma grandeza enganosa, e escarninha superioridade de condição, que não é luxo, mas que é muitas vezes extravagância de quem quer mostrar-se farto.¹⁶

Como mostra Nascimento Moraes, no contexto de crise, muitos dos candidatos à elite, não passavam de “ricos imaginários”, ou seja, de uma “elite postiça”. Para tanto, a elite ludovicense buscava afirmar-se como tal, apresentando-se a par das novidades “do moderno”, principalmente, através da aparência, isto é, da moda. Sendo assim, “o vestir era importante, indicava a que classe social cada um pertencia e era um símbolo de civilização da mesma forma que a linguagem”¹⁷.

Todavia, não era qualquer vestimenta que traria o “ar de moderno” para a população, em especial para elite feminina. A moda, que era seguida por “toda mulher *up to date* do mundo” era ditada por Paris, possuidora da hegemonia da Alta Costura¹⁸. Assim, o “moderno”, mesmo já havendo no período estudado a influência da moda advinda Estados Unidos, era acompanhar os ditames referentes a moda vindos principalmente da Europa, em especial da França:

Voltam-se para Paris os olhares inquisidores dos grandes centros civilizados. Ninguém ousa, consultando o próprio gosto, afirmar qual seja a nova *silhouette*, nem sequer indicar a tendencia vencedora. Paris o dirá, ou melhormente falando, Paris o está dizendo neste momento pelas suas numerosas exposições de *toilettes* – decretos

10.4025/6cih.pphuem.554

mundiais, que os demais países apressar-se-ão em aceitar e vulgarizar.¹⁹

Nessa perspectiva, nos jornais e revistas havia artigos completos em francês tratando da moda em voga, bem como artigos que tratavam da importância de Paris para a intelectualidade e para a civilização. Como é o caso da “Revista Elegante”, na qual grande parte dos artigos, Paris aparece como “capital sagrada, superior, soberba e coração do mundo”. Sendo esta cidade a responsável pelos ensinamentos das “leis do bom gosto, que nos indica o majestoso caminho do Belo”. E ainda: “Paris, finalmente, a capital que fascina e que atrai todos os espíritos [...] e nos transmite o gosto da elegância [...]”²⁰. Além disso, muitos são os jornais e revistas especializados em moda, que chegam a São Luís, em francês ou tratam da moda na França. Os mais comuns são: *A Estação*, *La femme chic*, *Paris Elegant*, *Les grandes modes*, *A moda de Paris*.

Seguir à moda de Paris era basilar para a manutenção do aparentar “ser moderno” e, portanto, diferenciá-la das outras camadas da população. Até mesmo as roupas de inverno na Europa eram seguidas no Brasil, no caso em São Luís, como mostra o artigo *A Moda*, coluna frequente do periódico *O Jornal*: “Que importa, se, entre as sacerdotizas da elegancia, a moda nada tem a ver com a temperatura? O que Paris decreta, - para o seu rigoroso inverno deve ser aceito, no seu estreito critério, para o nosso senegalesco calor [...]”²¹. E assim, continua a coluna, citando as peles de lince e raposa que estarão em alta nas vitrines das lojas de São Luís.

Os anúncios das lojas de elementos de moda situadas em São Luís – tais propagandas circulavam na cidade e de alguma forma eram lidas e acompanhadas pelos cidadãos – traziam nelas essa demanda pelo vestir roupas vindas da França. Os títulos das propagandas já traziam como foco a procedência francesa: “Última novidade em Pariz”²². Outras apontam no texto que os artigos “elegantes” foram comprados em França, como é o caso da propaganda a seguir: “Acabamos de receber um variadíssimo sortimento de fazendas e objetos de phantasia, comprados na FRANÇA [...], que ali foi especialmente escolher o que havia de mais elegante e apurado gosto”.²³

10.4025/6cih.pphuem.554

Os figurinos apresentados nos jornais e revistas que circulavam em São Luís na virada do século XIX para o XX também traziam os modelos de vestimentas femininas, que, podemos dizer, eram copiados pelas modistas.



Figura 1: A Moda

Fonte: REVISTA DO NORTE, dezembro de 1903.

A imagem acima é de uma coluna intitulada *A moda*, que traz modelos de roupas inspirados na moda européia (Figura 1). Tais figurinos eram os seguidos pela elite feminina ludovicense, buscando imitar cada detalhe para circular nos espaços da cidade. Mas, além de um modelo de *toilette*, essas colunas também traziam a representação de um ideal de mulher da época, baseado nos padrões europeus de comportamento: moda e beleza. Assim, o principal elemento distintivo do “moderno” estava no modelo francês de figurino.

A preocupação em está “bem vestida” aparece nas narrativas das festas religiosas que ocorriam na cidade. Na crônica intitulada *Sombras...*, do jornal *A Novena*, assinado por A.A., comenta a obsessão das moças de São Luís em vestirem-se a moda, para estarem na Festa de Santa Filomena. E os sentidos que o vestir apresentava para tais cidadinas. A festa de ontem foi fria, dizia A.A., poucas moças e poucos rapazes, muitas cadeiras vazias e quase nenhum entusiasmo. É costume antigo das filhas de São Luís essa indiferença pelo passeio “pelas nossas lindas praças, ainda em noites iluminadas de domingo e de festa”. E porque as moças estão fugindo de tal passeio “sob as árvores, no ambiente oxigenado dos Remédios ou do Carmo”? Em resposta informa: “Dizem que às moças repugnam aparecer duas ou três noites sucessivas com o mesmo vestido; que a muitas delas parece-lhes isso pode espantar o noivo e abalar o crédito da família”²⁴. Ao que parece a festa não

10.4025/6cih.pphuem.554

estava tendo público, principalmente feminino, e a princípio o articulista da crônica aponta que o motivo era o fato de que as moças ludovicenses apostarem na aparência, ou seja, ao apresentarem-se com o mesmo vestido teriam dificuldade em encontrar um noivo, além de “abalar o crédito da família”.

O não repetir o vestido apontado pelo articulista estava, sobretudo, vinculado à conquista de um espaço dentro da “alta roda”, ou seja, da elite. Uma mulher bela e, na medida do possível, acompanhando a moda teria mais condições de adentrar esse meio, pois com seus “dotes” físicos e de bom gosto no que diz respeito à vestimenta, facilmente encontraria um “bom casamento”. Como diz Mônica R. Schpun, “[...] investir nos trunfos físicos significa aumentar as chances de sucesso no mercado matrimonial”²⁵. Nesse sentido, para conquistar o *status* de esposa era considerado de suma importância o investimento na moda.

Além da vinculação do vestir com as articulações do tornar-se esposa, o *status* de esposa também requeria a preocupação com a representação do corpo vestido. Ou seja, com aquilo que na crônica anteriormente citada *Sombra...* o articulista chamou de “crédito da família”. Tal crônica nos veicula a análise de Gilberto Freyre, quando o autor enfatiza a relação entre o “trajo de mulher” e a prosperidade do marido nas sociedades ditas burguesas, em que a apresentação das mulheres nos espaços públicos era uma forma de seus maridos demonstrarem sua riqueza²⁶. Nesse sentido, fazia-se necessário que os vestidos das filhas e esposas variassem, “[...] de menos a mais exuberantemente caros [...]”.²⁷

As lojas de roupa e adereços que compunham o vestuário principalmente feminino participavam desse jogo das aparências que a vestimenta viabilizava, dando margem para o “ser diferente” e “sentir-se parte de um grupo”, como apontado por Anne Hollander²⁸. A loja *Notre Dame*, por exemplo, trazia como manchete de seu anúncio a seguinte frase: “Aos elegantes da Festa de Santa Filomena”. E continua a propaganda dos produtos de seu estabelecimento da seguinte forma: “Ó todos vós que andais flinando pela praça. Senhoritas gentis, rapazes da alta roda. Vinde as fazendas ver, as roupagens da moda. O sortimento ideal de beleza e de graça”²⁹. Ou seja, a veste estava direcionada: para aqueles iriam frequentar as praças; para as

10.4025/6cih.pphuem.554

roupas que tinham como intuito o ser visto; para o estar nos espaços públicos e de sociabilidade. E, além disso, o foco do anúncio era “os elegantes da Festa de Santa Filomena”, aqueles que faziam parte da “alta roda”, e que, portanto, precisavam de tais mecanismos para se destacarem como tal. Isso porque, em São Luís, a elite continuava sendo aquela de tempos anteriores, do Império, porém havia a necessidade de se “envernizar”³⁰ essa elite para que ela estivesse de acordo com os padrões do moderno, tão propagandeado nas principais cidades do Brasil no início do século XX.

O vestir “de acordo com a moda”, em contrapartida, chocava-se com o que era de uso popular, ou seja, com os comportamentos, roupas e outros ornamentos externos, de uso popular. Um exemplo disso temos, após longas análises de roupas europeias, a representação da chamada Preta Mina e da Crioula do Maranhão produzida por João Affonso em “Três séculos de Modas: 1616-1916”³¹.

Na descrição fica evidente o vestir diferenciado e fora dos padrões de moda vigentes no período. João Affonso ao iniciar o tratamento de tais modos de vestir diz: “[...] resta ainda falar de uma classe de modas, que é inteiramente o contrario da moda propriamente dita”. A Preta Mina representada na imagem acima é Catharina Mina, “negociante de farinha, com armazém à rua do Trapiche, que teve o capricho de casar com um cafuz, para quem arranhou uma patente de alferes da Guarda Nacional”. Como era uma negra abastada, o que na época não era comum, vestia “[...] camisa e saia; camisa decotada, de mangas curtas, toda guarnecida de belíssima renda de almofada, quando não era de labirinto, ou de ‘cacundê’; saia de finíssimo e alvíssimo linho, tendo a beira largo folho, também de renda, como de renda é o lencinho que ela cuidadosamente segura na mão direita [...]”. Para completar sua ornamentação ainda usava inúmeros adereços: colares, crucifixos e anéis de ouro. Todavia, João Affonso ressalta: “E com toda esta ostentação de estofos finos, rendas caras e adornos de ouro, a ‘preta mina’ vai descalça”.³²

Continuando ainda com a descrição do vestir popular no Maranhão, João Affonso trata da descendente da “Preta Mina”, a “xerimbabo” da “senhora moça”, a “cria de casa”, aquela livre de nascença, que na puberdade transita pelas ruas da cidade pela natureza de certos serviços externos como vender

flores e doces, levar recados, ir buscar amostras e compras nas lojas e tavernas, comumente chamadas de “negrinhas de baralho”³³. Estas vestiam-se em tudo diferente da “Preta Mina”:

vestido de chita, afogado, mangas largas e compridas, de canhão, cintura curtíssima, logo abaixo dos seios, saia muito curta na frente, e arrastando uma extensa cauda, com folho largo da mesma fazenda, anágua farfalhante dura de goma. Na cabeça, a carapina baixa era entretecida de pequeninas tranças, tendo espetada à banda uma grande rosa de todo o ano. Nas orelhas, argolões de ouro; ao pescoço, simples cordão de ouro com uma figa. Calçada com chinelinhas de pelica branca, ou de polimento, em que mal introduzida os dedos do pé sem meia, apoiando-lhe o meio da sola sobre o salto, o que lhe comunicava um andar ‘gingado’ e cadenciado, crepitando nas pedras da calçada estalidos secos, num tique-taque ritmado, que a denunciava à distancia.³⁴

O molde, o talho, o “feitio” era sempre o mesmo, variando a qualidade roupa de acordo com os “teres” da negrinha. Caso uma ou outra fique tentada a usar um vestido de “moça branca”, logo era alvo dos “[...] apodos das malungas, e da surriada dos moleques”.³⁵

Tais descrições, portanto, estão impregnadas da ideia de que o vestir correto, civilizado e moderno, era aquele vindo da Europa. E o mau uso das roupas, os exageros das joias, o andar descalço, as roupas feitas com tecidos de algodão, chita ou qualquer tecido considerado rude eram vinculados à roupa de negros ou pobres, e ainda, consideradas “outras modas”, que não era aquela que daria a cidade e a população o “ar de moderno”. A roupa, portanto, funcionava como uma fronteira distintiva perspicaz. Uma das maneiras de descrever de forma mais nítida quem fazia parte da elite era através da roupa, ou pelo menos daqueles que aparentavam fazer...

CONCLUSÃO

A elite no cenário citadino participava acirradamente do jogo das aparências. O aparentar a riqueza era de suma importância para a manutenção do *status* social de elite e até mesmo para alcançar tal *status*, pois no cenário que se desenhava no Brasil e, no caso do nosso estudo, em São Luís, de mudanças estruturais, políticas, econômicas, sociais e educacionais, baseadas no ideal de progresso, via modernização e civilização, o “parecer” mais que o “ser” tornava-se indispensável para “alta sociedade” ludovicense, na medida

em que esta almejava manter seu lugar de privilégio em meio a crise que assolava suas finanças.

O “moderno”, termo agregado aos discursos do novo regime, a República, apresentava-se em São Luís por meio de diversas facetas: na infraestrutura, nas fábricas, no crescimento demográfico, na inauguração de locais de diversão. Para além dessas facetas, o circular nas ruas, praças, becos de São Luís, principalmente para a elite feminina, obteve outra forma alcançar a “modernidade”: através do vestir. Assim, o vestir na virada do século XIX para o XX em São Luís, estava permeado do discurso de “moderno”, que significava o acompanhar as modas vindas do estrangeiro, principalmente Paris. Isso porque o aparentar “ser moderno” marcava, demarcava e diferenciava a que estrato social o indivíduo pertencia.

REFERÊNCIA

AFFONSO, João. **Três séculos de moda**. Belém: Tavares Cardoso, 1923.

BONADIO, Maria Claudia. **Moda e sociabilidade**: mulheres e consumo na São Paulo dos anos 1920. São Paulo: Senac, 2007.

CARVALHO, José Murilo de. **A formação das almas**: o imaginário da República no Brasil. São Paulo: Companhia da Letras, 1990.

CORREIA, Maria da Glória Guimarães. **Nos fios da trama**: quem é essa mulher? Cotidiano e trabalho do operariado feminino em São Luís na virada do século XIX. São Luís: EDUFMA, 2006.

FREYRE, Gilberto. **Modos de homem e modas de mulher**. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 1987.

HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas**: a evolução do traje moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

LACROIX, Maria de Lourdes Lauande. **São Luís do Maranhão**: corpo e alma. São Luís, 2012.

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

MALUF, Marina; MOTT, Maria Lúcia. Recônditos do mundo feminino. In: NOVAIS, Fernando A.; SEVCENKO, Nicolau. **História da vida privada no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. v. 3. p. 368-421.

MARTINS JUNIOR, R. J. M. **Visto, logo existo**: moda, sociabilidade feminina e consumo em Belém no limiar do século XX. 2010. Dissertação (Mestrado em História Social da Amazônia) - Programa de Pós-Graduação em História Social da Amazônia, Universidade Federal do Pará, Belém, 2010.

MERIAN, Jean-Yves. **Aluísio Azevedo**: vida e obra (1857 – 1913). Rio de Janeiro: Espaço e Tempo; Banco Sudameris; INL, 1988.

MORAES, J. Nascimento. **Vencidos e degenerados**. São Luís: SECMA, 1982.

NEVES, Margarida de Souza. Os cenários da república: o Brasil na virada do século XIX para o século XX. In: FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucilia de Almeida Neves (Org.). **O Brasil Republicano**. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. v. 1.

PALHANO, Raimundo Nonato da Silva. **A produção da coisa pública**: serviços e cidadania na primeira república. São Luís: IPES, 1988.

PRIORE, Mary del. **Corpo a corpo com a mulher**: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil. São Paulo: SENAC, 2000.

SCHPUN, Mônica Raisa. **Beleza em jogo**: cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20. São Paulo: Boitempo, 1999.

SOIHET, Rachel. Mulheres pobres e violência no Brasil urbano. In: PRIORE, Mary Del. **História das mulheres no Brasil**. 9. ed. São Paulo: Contexto, 2009. p. 362-400.

SOUSA, Carmen de Jesus Rabelo. A cidade em foco: saneamento e higienização em São Luís na Primeira República. In: ABRANTES, Elizabeth Sousa; SANTOS, Sandra Regina Rodrigues dos (Orgs.). **São Luís do Maranhão**: novos olhares sobre a cidade. São Luís: Ed. UEMA, 2012. p. xx-xx.

SOUZA, Gilda de Mello. **O espírito das roupas**: a moda no século dezenove. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

VIVEIROS, Jeônimo. **História do comércio no Maranhão**: 1612 -1895. São Luís: Associação Comercial do Maranhão, 1992. v. 1.

NOTAS:

¹ SOIHET, Rachel. Mulheres pobres e violência no Brasil urbano. In: PRIORE, Mary Del. **História das mulheres no Brasil**. 9. ed. São Paulo: Contexto, 2009.

² Sobre os serviços implantados em São Luís ver: PALHANO, Raimundo Nonato da Silva. **A produção da coisa pública**: serviços e cidadania na primeira república. São Luís: IPES, 1988.

³ Esse contexto de mudança impulsionado pelo discurso do progresso e do moderno está presente no discurso republicano brasileiro em diversas esferas. Ver: CARVALHO, José Murilo de. **A formação das almas**: o imaginário da República no Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

- ⁴ CORREIA, Maria da Glória Guimarães. **Nos fios da trama**: quem é essa mulher? Cotidiano e trabalho do operariado feminino em São Luís na virada do século XIX. São Luís: EDUFMA, 2006.
- ⁵ PRIORE, Mary del. **Corpo a corpo com a mulher**: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil. São Paulo: SENAC, 2000. p. 52.
- ⁶ “Além da nuvem espessa e tenebrosa que annoita os destinos da Patria, está o astro da República, que vivifica e ilumina os seus crentes, que a cada momento, reanima o espírito de uma mocidade valente, e que afinal, conduzirá o Brasil ao porto de salvamento, à estrada do progresso e da glória”. Augusto Brito. REVISTA ELEGANTE, 31 dez 1896.
- ⁷ NEVES, Margarida de Souza. Os cenários da república: o Brasil na virada do século XIX para o século XX. In: FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucília de Almeida Neves (Org). **O Brasil Republicano**. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. v. 1. p. 25.
- ⁸ PALHANO, op. cit.
- ⁹ SOUSA, Carmen de Jesus Rabelo. A cidade em foco: saneamento e higienização em São Luís na Primeira República. In: ABRANTES, Elizabeth Sousa; SANTOS, Sandra Regina Rodrigues dos (Orgs.). **São Luís do Maranhão**: novos olhares sobre a cidade. São Luís: Ed. UEMA, 2012. p. 99.
- ¹⁰ BONADIO, Maria Claudia. **Moda e sociabilidade**: mulheres e consumo na São Paulo dos anos 1920. São Paulo: Senac, 2007.
- ¹¹ MALUF, Marina; MOTT, Maria Lúcia. Recônditos do mundo feminino. In: NOVAIS, Fernando A.; SEVCENKO, Nicolau. **História da vida privada no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. v. 3.
- ¹² LACROIX, Maria de Lourdes Lauande. **São Luís do Maranhão**: corpo e alma. São Luís, 2012. p. 336.
- ¹³ SCHPUN, Mônica Raisa. **Beleza em jogo**: cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20. São Paulo: Boitempo, 1999. p. 92.
- ¹⁴ O crescimento econômico da província do Maranhão, resultante de sua inserção no mercado internacional como exportador de algodão, matéria-prima para as indústrias têxteis européias, podia ser observado no aumento das fortunas de fazendeiros e comerciantes. A derrocada do modelo escravista agrário-exportador deixara a economia maranhense numa crise que se arrastou pelas primeiras décadas da República, com a diminuição das fontes de rendas do setor agrícola devido ao decréscimo de seus principais produtos o algodão, bem como o açúcar e o arroz. Ver: VIVEIROS, Jerônimo. **História do comércio no Maranhão**: 1612 - 1895. São Luís: Associação Comercial do Maranhão, 1992. v. 1. p. 1.
- ¹⁵ SOUZA, Gilda de Mello. **O espírito das roupas**: a moda no século dezenove. São Paulo: Companhia das Letras, 1987. p. 151.
- ¹⁶ MORAES, J. Nascimento. **Vencidos e degenerados**. São Luís: SECMA, 1982. p. 74.
- ¹⁷ MERIAN, Jean-Yves. **Alúcio Azevedo**: vida e obra (1857 – 1913). Rio de Janeiro: Espaço e Tempo; Banco Sudameris; INL, 1988. p. 15.
- ¹⁸ LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. p. 73.
- ¹⁹ A Moda. O JORNAL, 15 de abril de 1916.
- ²⁰ Novidades de Pariz. Revista Elegante, 11 de julho de 1892.
- ²¹ A Moda. O JORNAL, 3 de janeiro de 1916.
- ²² Última Novidade de Pariz. A Cruzada. 07 de julho de 1891.
- ²³ Alta Novidade. A Cruzada. 13 de setembro de 1891.
- ²⁴ Sombras. A Novena. 23 de agosto de 1909.
- ²⁵ SCHPUN op. cit., p. 90.
- ²⁶ FREYRE, Gilberto. **Modos de homem e modas de mulher**. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 1987. p. 31.
- ²⁷ Ibid. p. 31.
- ²⁸ HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas**: a evolução do traje moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 1996. p. 56.
- ²⁹ Notre Dame. A Novena. 22 de agosto de 1909.
- ³⁰ BONADIO, op. cit.
- ³¹ Obra resultado de uma exposição acerca dos três séculos da indumentária e da moda em terras paraenses batizada de “Três Séculos de Modas” que fez parte dos eventos festivos do tricentenário da fundação da cidade de Santa Maria de Belém, em 1917. Ver: MARTINS

10.4025/6cih.pphuem.554

JUNIOR, R. J. M. **Visto, logo existo**: moda, sociabilidade feminina e consumo em Belém no limiar do século XX. 2010. Dissertação (Mestrado em História Social da Amazônia) - Programa de Pós-Graduação em História Social da Amazônia, Universidade Federal do Pará, Belém, 2010.

³² AFFONSO, João. **Três séculos de moda**. Belém: Tavares Cardoso, 1923. p. 121-125.

³³ Ibid., p. 125.

³⁴ Ibid., p. 126.

³⁵ Ibid., p. 126.