

A Belle Époque Carioca em revista
The Belle Époque Carioca in the magazines

Michele Dias Augusto
Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais - Imagem e Cultura – UFRJ, Brasil
mdaugusto@yahoo.com

RESUMO:

Este artigo propõe uma reflexão sobre os costumes e a moda da *Belle Époque Carioca* de 1900, observando a visão de modernidade e civilidade cultural apresentadas nas revistas ilustradas como *O Malho*. Demonstrando através das ilustrações e fotografias, as características da indumentária e do comportamento carioca. As imagens das revistas ilustradas criam um universo de formas e temas revelando a indumentária, os acontecimentos e os sentimentos da sociedade, através da visão particular dos artistas e suas impressões captadas pelas ruas da cidade.

Palavras-chave: *Revistas ilustradas; moda; semiótica; Belle Époque.*

ABSTRACT:

This article proposes a reflection about the habits and fashion of the *Belle Époque Carioca* from 1900 by observing the vision of modernity and cultural civility presented in illustrated magazines as *O Malho*. Demonstrating through the illustrations and photographs, the characteristics of costume and behavior of citizens of Rio de Janeiro. Images of the illustrated magazines create an universe of forms and themes revealing costumes, events and feelings of society, through the particular vision of the artists and their impressions captured the city streets.

Keywords: *Magazines; fashion design; semiotics; Belle Époque.*

1. A cidade e sua formação

O ambiente de formação da sociedade carioca da primeira década de 1900 constitui-se a partir da situação de um país em atraso, com uma sociedade carregada de “vícios e deformações”¹, dividida entre as tradições coloniais populares e os devaneios românticos e de imitação da elite. A supervalorização do estrangeirismo, o “gosto do palavreado, das belas frases cantantes” (PRADO, 1928, 147), a imitação da moda, hábitos e ideais europeus apontam para a desvalorização dos costumes e da produção nacional, fatos importantes para o entendimento do pensamento da sociedade do Rio de Janeiro do início do século XX.

Apesar do vício do estrangeirismo escritores e artistas cariocas desenvolvem uma linguagem, através das revistas, que apresenta as duas faces da cidade. João do Rio demonstra, em suas crônicas, uma defesa dos aspectos tidos por ele como brasilidades e critica a forma da alta sociedade pensar a nacionalidade, “para o brasileiro ultramoderno, o Brasil só existe depois da Avenida Central, e da Beira-Mar, que, como vocês sabem, é a primeira do mundo. O resto não nos interessa, o resto é inteiramente inútil...” (RIO, 2009, 195). No mesmo processo seguem alguns dos artistas que desenvolvem crônicas visuais através das páginas de revistas como *O Malho*.

A formação da sociedade da *Belle Époque Carioca* baseia-se na mestiçagem racial e de costumes, que as camadas intelectuais negam por se tratar de uma vergonha aos olhos estrangeiros. Fato que após a consolidação da República se intensifica através da proposta de mudança nos hábitos nacionais, inserindo as aspirações de progresso e elementos que se enquadrem melhor ao novo momento do país. Este deve entrar em um novo rumo com a proposta de renovação social através de práticas e costumes vindos de fora, deve ser moldada de fora para dentro e merecer a aprovação dos outros, reconstruído segundo a norma de “conduta entre os povos que seguem, ou parecem seguir, os países mais cultos”, para tal “se empenha em desarmar todas as expressões menos harmônicas de nossa sociedade, em negar toda espontaneidade nacional” (BUARQUE DE HOLANDA, 1995, 177).

¹ NOGUEIRA, 2001, 195 o autor discursa sob a ótica da obra de Paulo Prado, *Retrato do Brasil*, 1928.

As grandes mudanças no sistema urbano imprimem uma série de novos valores que são absorvidos pela urgência da mudança na sociedade devido às questões da modernidade e do progresso da sociedade, principalmente da burguesia diante das novas implicações e possibilidades trazidas com a revolução industrial e as novas ideias filosóficas de pensamento. A relação entre tempo presente e seu registro é fundamental para o desenvolvimento do processo de modificação da forma de pensar no campo artístico. O aqui e o agora passam a ter muito mais valor do que as glórias do passado, assim como as atitudes, as formas de sociabilidade, e os novos signos que formam esta “sociedade moderna e industrial”.

Representando os tempos modernos com todos os seus aparatos, patrocinada pelo poder das elites aburguesadas, e para que o país seja reconhecido em nível mundial é fundamental que o Brasil moderno vibre em harmonia com Paris, tal ideal forma uma força, vinda dos poderes privados e públicos, que convergem para o pensamento da classe dominante, alcançando o desejado status de civilizados.

As noções de civilidade e modernidade instauradas durante a primeira década de 1900 regulam a sociedade carioca e promovem uma necessidade de visibilidade em termos de comportamentos, questões estruturais e práticas sociais, gerando estratégias de controle do âmbito urbano, tais como: a dimensão da nova Avenida², as imposições de construção nas ruas do centro da cidade, a constante vigilância das áreas nobres da cidade em relação aos seus frequentadores, entre outras medidas de controle. A importação de palavras estrangeiras passa a fazer parte da vida urbana e constituem uma relação de poder e distinção social entre as classes mais baixas, palavras como o *flirt*, *smart*, *Five O'clock*, *boas ton*, *démodé*, *blasé*, entre outros, definem

A sociedade refinada com a presteza com que abriram as avenidas, tendo mal preso o esmalte encobridor do selvagem, o carioca elegante dá a impressão de um *touriste* de Agencia Cook cerebral. Para europeu é um exótico, mas sua raiva, o seu delírio, a sua nevrose, é

² Avenida Central – 33 metros de largura, dimensão inédita para o país na época da sua construção, substituindo a Rua do Ouvidor em relação de status e símbolo do centro da cidade.

tomar a atitude europeia e procurar o exótico, gozando por partes, mas apressadamente, os aspectos da babel humana. Daí esse cansaço contínuo, esse bocejo permanente e a intermitente fúria de novidade que o sacode. (João do Rio, 1908, apud LIMA, 1963, p. 602)³

Este hábito faz parte das estratégias de distinção entre as classes mais populares, a ideologia moral do bom gosto, do *bom tom*, da decência, da respeitabilidade, do controle próprio, da cultura da boa educação formada nos moldes europeus, prestigiando os costumes burgueses, que são impossíveis serem alcançados somente pelo poder de compra; a sutileza e o discernimento fazem a distinção pretendida. Os códigos de conduta, costumes, uso de palavras e grafia completam o sentido de que relação de modernidade da cidade está intimamente ligada ao ideal de progresso, não somente no nível da reforma urbana, mas principalmente no sociocultural, frequentemente veiculada pela imprensa e através das crônicas e ilustrações. Fazendo destas, elementos “constitutivos da modernidade que atuam como mediadores entre as distintas partes que constituem as sociedades modernas” (ORTIZ, 2001, 186).

As ilustrações e publicidades impressas refletem o processo de transformação cultural e social da época, contribuem para o desenvolvimento do imaginário carioca, cativam os leitores através de aspectos plásticos, como o estilo *Art Nouveau*, pertinentes à beleza particular da época e seus encantos mundanos cercados de belezas e fivolidades burguesas.

2. Os registros sociais pela cidade

As fotografias e os desenhos das revistas ilustradas buscam apresentar momentos e situações conflitantes da “personalidade” do Rio de Janeiro através de registros da cidade e suas ruas. Demonstrem a crise em meio ao processo de formação do caráter nacional republicano e afrancesado, além da tentativa de abafar as tradições mestiças características da formação da nação, transformam a rua em um espaço de compreensão da sociedade e da época.

³ Em função de manter a fidedignidade dos textos consultados do fim do século XIX e princípio do século XX, a autora deste trabalho opta por manter a ortografia sem atualizações, a finalidade da manutenção desta é para conservar o caráter de época do texto.

São os instantâneos da cidade demarcados por áreas de significação que fragmentam a urbe na esfera da modernidade.

Colunas como *Instantâneos* (figura. 01), do periódico *O Malho*, criam relações entre a dimensão econômica e social da cidade. A moda e as convenções de posturas identificam e regulam as práticas cotidianas, promovem distinções de classes e regulamentam o grupo social. Na fotografia *Instantâneos* de 1908, observamos que institui a conduta das damas elegantes da sociedade carioca da *Belle Époque*, através do aspecto plástico e comportamental do traje, as moças distintas em passeio acompanhadas como manda o *bom tom* social e a respeitabilidade das damas de boa família. A indumentária segue os códigos comportamentais da elite, amplas saias de cores escuras em conjunto com blusas claras de renda e tecidos leves, cintos reforçando a silhueta provocada pelo espartilho: vestidos ou conjuntos de cores suaves e ricamente bordados, chapéus apoiados sob os longos cabelos presos em coques, sombrinhas em mãos para proteção do sol, na intenção de manter a pele pálida como a europeia, evitando-se o bronzear-se pelo forte sol do clima carioca. Atitudes e posturas que convencionam o vestuário e a conduta feminina ao passeio na rua relacionados com o ideal do progresso e modernidade das ações, novos comportamentos de acordo com os padrões sociais inseridos com a reforma cultural, moldurados pelos elementos decorativos do *Art Nouveau* que reforçam a intenção da civilidade, guiada pelos preceitos franceses de elegância.



Figura. 01 – Aspectos Cariocas – Instantâneos. *O Malho* de 1908 – Recorte moldurado pelo mais requintado e moderno estilo *Art Nouveau* (Fonte: Fundação Casa de Rui Barbosa)

Costumes e atitudes se mesclam pela cidade durante a *Belle Époque* Carioca, ela é formada por uma mistura de tipos e costumes tradicionais e importados, João do Rio (2012) relata o exotismo do Rio através dos indivíduos que encontra pelas ruas cariocas: um “refinado vigarista” vestido de *frack* e chapéu mole que mistura trajes simples e burgueses, constitui um tipo urbano, malandro, que convive em vários locais se camuflando e se apropriando dos costumes.

De maneira semelhante ao cronista, os ilustradores de *O Malho* desenvolvem suas crônicas de forma visual, registram através de suas ilustrações e caricaturas os populares e a elite que circulando nas principais ruas da cidade. O progresso e a reformulação de hábitos e estruturas da cidade. Criam uma linguagem direta com os acontecimentos e o processo de reformulação das práticas cotidianas promovidas pelo processo da reforma da cidade. Alimentam a imagem da modernidade carioca perante o mundo,

Enquanto as classes altas introduzem novos conceitos para o desenvolvimento da “civildade” carioca, as classes mais populares sobrevivem do progresso civilizatório. Em *Estratagema* (fig. 02) nota-se a figura feminina

em trajes simples, curtos e sem pouco refinamento de detalhes, estampas de “chitinha rala” (RIO, 2012, 113), quanto à figura masculina, com traços mais brutos, demonstra a camuflagem de um popular carioca de caráter mestiço em pele de burguês, disfarçando-se de sobrecasaca, cartola e bengala para realizar suas malandragens, pretendendo inserir-se no universo da *High-life* da elite utilizando do artifício plástico e conotativo transmitido através da vestimenta para alcançar seus objetivos.

Em *High-life*, *Receita Feminina* e *Colletes Garnier* (fig. 02), as imagens ilustram a camada da elite e as formas normativas da sua indumentária: posturas eretas em trajes bem compostos e estruturados por espartilhos, casacas e golas engomadas, o luxo dos adornos, joias brilhantes e os códigos comportamentais de bom tom e conduta.

Para Barthes (2005, 259) o vestuário é, a cada momento da história, o equilíbrio entre formas normativas, e que o conjunto está o tempo todo em transformação. As ilustrações veiculadas em revistas como *O Malho* elucidam a relação das mudanças, as novas formatações comportamentais são incitadas para a sociedade se manter em harmonia com a remodelação da cidade, insinuações humorísticas e críticas dos trajes e hábitos sociais da elite retratados pelos ilustradores da revista afirmam a ideia de distinção entre as classes e hábitos: o novo e civilizado baseado nos modelos franceses, e as práticas tradicionais vinculadas à uma imagem caricata e descomposta de trajes simples e desestruturados.

Segundo Barthes (2005) todo sistema indumentário é regional ou internacional, nunca nacional; sua apresentação geográfica sempre se baseia numa liderança aristocrática da moda, de acordo com este conceito podemos observar a relação carioca entre as classes desfavorecidas e o desejo de consumir os produtos destinados para a classe da elite. A imposição da moda da elite encanta população mais simples do Rio de Janeiro de 1900, pois as “mariposas de luxo”, como João do Rio (2012) denomina, anseiam pelo fruto da modernidade imposta pela remodelação da cidade, ao desejarem os produtos expostos nas belas vitrines das grandes magazines da Avenida Central e das casas tradicionais da Rua do Teatro e Ouvidor:

São as anônimas, as fulanitas do gozo, que não gozam nunca. E então, todo dia, quando [...] os relógios pelas seis horas, haveis vê-las passar, algumas loiras, outras morenas, quase todas mestiças. [...]. Os vestidos são pobres: saias escuras sempre as mesmas; blusa de chitinha rala. [...]. Mas essa miséria é limpa, escovada. As botas brilham, a saia não tem uma poeira, as mãos foram cuidadas. Há nos lóbulos de algumas orelhas brincos simples, fechando as blusas lavadinhas, broches “montana”, donde escorre o fio de uma chatelaine. [...]

Param, passos adiante, em frente às enormes vitrinas de uma grande casa de modas. As montras estão todas de branco, de rosa, de azul; [...]. E os tecidos são todos leves — irlandas, guipures, pongées, rendas. Duas bonecas de tamanho natural — as deusas do “Chiffon” nos altares da frivolidade — vestem com uma elegância sem par; uma de branco, robe Empire; outra de rosa, com um chapéu cuja pluma negra deve custar talvez duzentos mil réis.

Quanta coisa! Quanta coisa rica! Elas vão para a casa acanhada jantar, aturar as rabugices dos velhos, despir a blusa de chita — a mesma que hão de vestir amanhã... E estão tristes. [...]. Morde-lhes a alma a grande vontade de possuir, de ter o esplendor que se lhes nega na polidez espelhante dos vidros. (RIO, 2012, 133)



Figura. 02 High-Life / Receita Feminina e propaganda de *Colletes Garnier* O malho, nº. 40, 1903. A elite e seus hábitos “supercivilizados” e importados; *Estratagema*, malandro envolvido com a politicagem se disfarçando conforme a sociedade de posses, O Malho, 1903 (Fonte: Fundação Casa de Rui Barbosa)

Da mesma forma que as mariposas de João do Rio se encantam pelas vitrines, os leitores das revistas ilustradas da época são envolvidos pelas propagandas, principalmente das casas de artigos de moda. São criados padrões de base puramente estética em alguns casos tal como a propaganda de *Dames Élégantes* que define para o consumidor qual tipo de vestuário esta se propõe, promove uma distinção do público através da linguagem e do tipo de material utilizado na publicidade, pois segundo Greimas (2000) as roupas, suas variedades e disposição são muito importantes para a pessoa que compõe uma aparência distinta no mundo:

Dames Élégantes – rua do Theatro 1 – esta conhecida casa de confecções e chapéus para senhoras acaba de receber o mais variado e bello sortimento de “ravissants jupons” em tafetá, setim, “damassé” e “peau de soie”, nas mais lindas cores e artísticas guarnições, e bem assim, uma “chic” colleção de chapéus – modelos das principaes modistas parizienses. (*O Malho*, 1903)

Os tipos de imagens veiculadas nas revistas ilustradas formam um “modelo social” padronização de condutas coletivas, seja pelo uso dos tipos de tecidos, pela postura corporal ou pela forma de andar. Há uma clara distinção de classes e comportamentos, apresentados através da linguística e da significação das formas, de acordo com Greimas (2000), as ilustrações e publicidades são formas de apresentar o fenômeno cultural e vocabulário na forma de uma discussão sustentada focando principalmente em sua dimensão semântica e a identificação das significativas palavras utilizadas como recurso associado à imagem.



Fig.03 – *O Malho*, capas de N.º 79, 75 (acima) , 33 e 43 (abaixo) (Fonte: Fundação Casa de Rui Barbosa)

Em ilustrações como a capa de N.º 79 de *O Malho* de 1903, o artista K.Lixto exhibe os padrões de valores sociais da vida moderna mundana, expõe que “as damas abandonam as varandas e os salões coloniais para expandir a sua sociabilidade pelas novas avenidas, praças palácios e jardins”⁴ passeiam no Campo de Santana e nos novos espaços urbanos apresentando sua imagem de forma mais clara e completa. Deixa de existir a postura contemplativa para dar vez à “observadora ambulante” (Brissac Peixoto, apud BEDRAN, 2011), ao meio circulante, sendo observada por uma pluralidade de vistas apresentada pela cidade e seus transeuntes. Reforça os valores da sociedade moderna, culturalmente codificada, em seu traje comportado e elegante, dentro dos moldes da elite. Chapéu requintado de plumas e abas

⁴ ORTIZ, 1994, 31

largas para proteger a pele da exposição ao sol, mantendo a palidez que convém às damas refinadas. Nesta capa o artista demonstra os novos padrões comportamentais do meio social em que vive, é uma imagem dos espaços criados para passeios e *meetings* das classes burguesas que, ao *flanar* com seu traje completo de passeio, exhibe sua posição em meio aos novos comportamentos sociais. A capa apresenta a relação da *femme élégante*, no contexto das revistas, pois apresenta a mulher elegante e bem vestida vista unicamente por sua aparência exterior.

O Malho retrata frequentemente as diferentes camadas sociais da Belle Époque Carioca, seja pela alta sociedade em seus divertimentos mundanos, ou em profissões e transeuntes populares das ruas da cidade. Na capa de N. 75 representa integrantes da elite carioca vestidos de forma requintada, em provável saída do teatro, *lyrico* ou outro divertimento, de cartola e casaca preta o senhor representa a figura imponente do burguês em trajes condizentes com os sóbrios padrões de vestuário de sua época.

A codificação da linguagem idealizada na imagem dialoga com os padrões sociais e modelos de referência estética. Cria uma “comunicação não-verbal” (ECO, 1992, 11) com o grupo a que se destina, mas que através da força representativa, insere o conceito de modernidade e elegância social.

O outro extremo se dá pela representação dos tipos populares da cidade, como nas capas de N.º 33 e 43, onde os vendedores não estão em sintonia com o processo civilizatório da cidade, a representação postural e da indumentária refletem os elementos que a reforma promovida por Pereira Passos pretende alterar, na capa 43 evidencia um fato condenado pelas leis regulamentadoras da reforma, “andar descalço no perímetro urbano” (FEIJÃO, 2011,74), o jornaleiro de *O Malho* está descalço, calça clara de listras, dobrada a barra para não arrastar devido à falta do calçado, camisa com aparência de encardida e sem golas, a composição de seu vestuário é completamente descomposta e desestruturada, sua postura é recaída de uma figura pobre sem imponência. A capa de N.º 33 exhibe outra forma de representação popular, um mulato revisteiro que tem uma aparência mais apresentável diante das regulamentações da época, não se enquadra no modelo a serem expurgados das principais vias da cidade, está vestido com uma versão mais simplificada do padrão da moda, porém mantém-se dentro das convenções, uma estrutura

mais alinhada, mesmo vestindo camisa sem gola e estando sem colete e calçando sapato bicolor bem apumado, seu estilo difere-se da capa anteriormente citada, tanto na indumentária quanto na forma artística de composição, de linhas mais retilíneas e cores mais vibrantes, quanto à anterior feita em tons esmaecidos, a forma de representação plástica em conjunto com a significação das imagens compõem indícios da intenção social dos artistas, pois nos dois exemplares inspirados nas tradições da classe alta há uma combinação de cores suaves, porém não esmaecidos que transmitem a modernidade gráfica inspirada no estilo do *Art Nouveau*.

A linguagem transmitida pelas imagens das revistas ilustradas empenha-se em demonstrar a “silhueta cambiante do moderno” (VELLOSO, 2010, 44). É neste sentido que as capas, desenhos e propagandas exploram os novos comportamentos, os elementos da moda de seu tempo e as influências de costumes, provocando brincadeiras, insinuações satíricas, mas também representações das boas maneiras civilizadas condizentes com as novas expectativas sociais. Velloso justificativa o vínculo das criações e os costumes através de sua afirmação que a “linguagem visual funciona como amálgama, unindo dinâmicas e valores diferenciados” (2010, 46), mas, apesar de dialogar com as representações das boas maneiras e das influências estrangeiras, as ilustrações das revistas como *O Malho* formam um universo único que não somente satiriza e critica, também demonstra a imagem carioca da população e a forma ativa e espontânea das suas relações sociais. A relação com a indumentária pode oferecer fatos importantes para identificação da formação da sociedade carioca da época, pois se torna um elemento que possui uma estreita simbiose com o seu meio histórico e pode notificar conceitos psicológicos ou sociopsicológicos de respeitabilidade, intelectualidade entre outros.

A ideologia moderna de civilização e prosperidade deve atingir a população, o conceito é fundamentalmente veiculado pela imprensa através de imagens como caricaturas, ilustrações e publicidades, que enriquecem e completam o conjunto da preleção veiculada nos periódicos da época. Eles alimentam a retórica disciplinar para que as formas relevantes aos ideais da época sejam propagadas e adotadas. A cidade deve ser inundada pelo imaginário civilizado, desde uma simples nota de um acontecimento até a

venda de um produto através de sua imagem e de signos vinculados a este e o discurso proposto. Diante desta perspectiva o vestuário é um campo semiológico privilegiado para a identificação do imaginário da modernidade construído pelos cariocas, sua função significativa torna-o um fato social e um importante veículo de propagação de ideais de uma época.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTHES, Roland. *Sociedade, imaginação e publicidade*. In: **Inéditos, vol. 3: Imagem e moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2005. Coleção Roland Barthes. pp. 98- 121.

_____. *História e sociologia do vestuário: Annales, Librarie Armand Colin*, jul.-set. 1957. In: **Inéditos, vol. 3: Imagem e moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2005. Coleção Roland Barthes. pp. 257 -281.

_____. A mensagem fotográfica. In: **O Óbvio e o Obtuso**. Lisboa: Edições 70, 2009, pp. 11 – 26.

BEDRAN, Laura Martini. *Cultura urbana, linguagem visual e publicidade nas primeiras décadas do Rio moderno*. In.: **Revista do Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Prefeitura do Rio de Janeiro, 2011, n.5.

CARDOSO, Rafael [org.]. **Impresso no Brasil, 1808-1930: destaques da história gráfica no acervo da biblioteca nacional**. Rio de Janeiro: Verso, 2009. Isabel Lustosa, Rafael Cardoso, Joaquim Marçal ferreira Andrade.

DURAND, Gilbert. **O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem**. 4ª ed. Rio de Janeiro: DIFEL, 2010.

EDMUNDO, Luis. **O Rio do Janeiro do meu tempo**. Rio de Janeiro: Conselho Editorial, 2009, v.1.

ECO, Humberto. *O hábito fala pelo monge*. In.: _____. **Psicologia do vestir**. Lisboa: Assirio e Alvim, 1992, pp. 7 – 20

FEIJÃO, Rosane. **Moda e modernidade na Belle Époque carioca**. Rio de Janeiro: Estação das Letras e Cores, 2011.

GREIMAS, Algirdas Julien. **La mode en 1830: langage et société : écrits de jeunesse**. Textes établis par Thomas F. Broden et Françoise Ravaux-Kirkpatrick; préface de Michel Arrivé. France: Presses Universitaires de France, 2000.

JOLY, M. **Introdução a uma análise da imagem**. 2.ed. Campinas: Papyrus, 2009.

HEMEROTECA DIGITAL BRASILEIRA. **Portal de periódicos nacionais**, Biblioteca Nacional Digital, disponível em: < hemerotecadigital.bn.br>.

KESSEL, Carlos. **A vitrine e o espelho: o Rio de Janeiro de Carlos Sampaio**. Rio de Janeiro: Secretaria das Culturas. Departamento Geral de Documentação e Informação Cultural, Arquivo Geral da Cidade do Rio de Janeiro, 2001.

KOK, Glória. **Rio de Janeiro na época da Av. Central**. São Paulo: Bei Comunicação, 2005

MAUL, Carlos. **O Rio da Bela Época**. Rio de Janeiro: Livraria São José, 1967.

MANGUEL, Alberto. **Lendo imagens: Uma história de amor e ódio**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

_____. **Uma história da leitura**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República**, São Paulo (1890 - 1922). São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo / Fapesp / Imprensa Oficial do Estado, 2001.

NEEDEL, Jeffrey D. **Belle Époque Tropical: Sociedade e cultura de elite no Rio de Janeiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993

OLIVEIRA, Cláudia de. **O moderno em revistas: representações do Rio de Janeiro de 1890 a 1930**. Cláudia de Oliveira, Monica Pimenta Velloso, Vera Lins. - Rio de Janeiro : Garamond, 2010.

ORTIZ, Renato. "O silêncio." In: _____, **A Moderna Tradição Brasileira**, pp. 14-76. São Paulo: Brasiliense, 1994.

_____. "Sociedade e cultura." In: Ignacy SACHS, Jorge WILHEIM e Paulo Sérgio PINHEIRO [Orgs]. **Brasil: um século de transformações**, pp. 184 - 209. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

PRADO, Paulo. **Retrato do Brasil: ensaio sobre a tristeza brasileira** [1928]. São Paulo: IBRASA, 1981, 2 ed.

RIO, João do. **A alma Encantadora das Ruas** [1908], prefácio: OLIVEIRA, Ana L. M. de; GENS, Rosa M. de C., Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012, edição especial (Saraiva de Bolso).

_____. **Cinematógrafo: crônicas cariocas** [1908]. Rio de Janeiro: ABL, 2009. (Coleção Afrânio Peixoto; v. 87).

SEVCENKO, Nicolau (org.). **História da vida privada no Brasil República: da Belle Epoque à Era do Rádio**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. v. 3.

PROJETO O *Malho*. In: **Os periódicos de Plínio Doyle**. Fundação Casa Rui Barbosa. Disponível em: <<http://www.casaruibarbosa.gov.br/omalho>>.

STEVERSON, NJ. **Cronologia da moda: de Maria Antonieta a Alexander MsQueen**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.