



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DE DESIGN - MODA

NATÁLIA LIMA ARAÚJO

**BELLE ÉPOQUE E SUAS INFLUÊNCIAS: O REFLEXO DA CULTURA FRANCESA
NA INDUMENTARIA DE FORTALEZA DURANTE OS ANOS DE 1920.**

FORTALEZA

2018

NATÁLIA LIMA ARAÚJO

**BELLE ÉPOQUE E SUAS INFLUÊNCIAS: O REFLEXO DA CULTURA FRANCESA
NA INDUMENTARIA DE FORTALEZA DURANTE OS ANOS DE 1920.**

Artigo científico apresentado ao curso Design-
Moda da Universidade Federal do Ceará, co-
mo requisito à obtenção do título de Bacharel
em Design-Moda.

Orientador: Prof. Me. Walkiria Guedes De
Souza.

FORTALEZA

2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

A69b Araújo, Natália Lima.

Belle époque e suas influências : o reflexo da cultura francesa na indumentaria de Fortaleza durante os anos 1920 / Natália Lima Araújo. – 2018.
15 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2018.
Orientação: Profa. Ma. Walkiria Guedes de Sousa.

1. Fortaleza anos 20. 2. Fortaleza Belle Epoque. 3. Belle epoque. I. Título.

CDD 391

NATÁLIA LIMA ARAÚJO

**BELLE ÉPOQUE E SUAS INFLUÊNCIAS: O REFLEXO DA CULTURA FRANCESA
NA INDUMENTARIA DE FORTALEZA DURANTE OS ANOS DE 1920.**

Artigo científico apresentado ao curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará, como requisito à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Aprovada em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Me. Walkiria Guedes de Souza. (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Hendrick Lezeck
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Júlio Cesar Silva de Castro
Universidade Federal do Ceará (UFC)

BELLE ÉPOQUE E SUAS INFLUÊNCIAS: O REFLEXO DA CULTURA FRANCESA NA INDUMENTARIA DE FORTALEZA DURANTE OS ANOS DE 1920.

Natália Lima Araújo
Universidade Federal do Ceará – UFC
natalialaraujo@outlook.com

Walkiria Guedes de Souza.
Universidade Federal do Ceará – UFC
walkiria.guedes@ufc.br

RESUMO

O artigo analisa a indumentária dos fortalezenses durante os anos de 1920 e sua forte influência francesa, motivada pelas mudanças históricas que ocorriam do Brasil no final do século XIX e pela necessidade de uma elite emergente ávida por diferenciação social, que se baseava na vaidade e na moral católica. O método para estabelecer as análises foi a pesquisas bibliográfica, teses, imagens em jornais e revistas da época, além de fotografias e anúncios do período. Concluiu-se que apesar do discurso e desejo de modernidade e da tentativa de formar uma elite moderna, baseada em costumes franceses, a sociedade fortalezense continuou a honrar sua tradição católica, quanto mais se destacasse uma moça pela sua elegância e recato, maior a distinção social e individual perante as outras mulheres.

Palavras-chave: Fortaleza anos 20. *Belle Époque*. Paris anos 20. Fortaleza *Belle Époque*.

ABSTRACT

The article analyze the clothes of the fortaleeans during the 1920s and their strong French influence, motivated by the historical changes that occurred in Brazil in the late nineteenth century and by the need of an emerging elite avid for social differentiation, which was based on vanity and Catholic morality. We used as a method to establish the analyzes searches in books, theses, images in newspapers and magazines of the time, as well as photographs and advertisements of the period. We conclude that despite the discourse and desire for modernity and the attempt to form a modern elite, based on French customs, the fortified society continued to honor its Catholic tradition, the more a girl stands out for her elegance and modesty, the greater the social and personal distinction from other women.

Keywords: Fortaleza 20 years. *Belle Époque*. Paris 20 years. Fortaleza *Belle Époque*.

1 INTRODUÇÃO

Sabemos de acordo com Ponte (1993) que motivadas por um conjunto de mudanças históricas vividas pelo Brasil durante o final do século XIX e primeiras décadas no século XX, abolição da escravatura, aplicação do trabalho assalariado e implantação do regime republicano, por exemplo, que o país passou por uma série de mudanças, reformas urbanas e sociais.

Segundo Ponte (1993) as principais cidades Brasileiras estavam ávidas por modernização da sociedade e os padrões almejados eram os disseminados pelas metrópoles europeias, e é claro que o almejo também se refletia no modo de se vestir.

Lipovetsky (1989) faz uma reflexão sobre a moda europeia que podemos relacionar com o fenômeno ocorrido no Brasil durante a época:

A alta sociedade foi tomada pela febre das novidades, inflamou-se por todos os últimos achados, imitou alternadamente as modas em vigor na Itália, na Espanha, na França, houve um verdadeiro esnobismo por tudo que era diferente e estrangeiro. A novidade tornou-se fonte de valor mundano, marca de excelência social; é preciso seguir 'o que se faz' de novo e adotar as últimas mudanças do momento: o presente se impôs como eixo temporal que rege uma face superficial, mas prestigiosa da vida das elites. (LIPOVETSKY, 1989, p.33.)

Em Fortaleza, capital do Ceará, a mudança também ocorria, mas em menores proporções, coerentes com seu porte. Segundo Ponte (1993), as elites sociais ligadas ao setor comercial e profissionais liberais; médicos, bacharéis e demais doutores egressos das academias de ensino superior do Brasil na época, também absorveram o apreço às “novas vogas mundanas”, e considera a atração pela moda como uma ruptura com os costumes tradicionais então presentes na sociedade cearense.

Nessa pesquisa, buscou-se em revistas e jornais da época, tais quais, revista *Ba-Ta-clan* e *Jandaia* e o jornal “Cearense”, imagens e notícias que informassem como se dava essa absorção cultural europeia na capital alencarina¹, com o enfoque na década do anos de 1920.

Nas primeiras décadas do século XX a cidade de Fortaleza intensificou seu desenvolvimento e passou por forte influência da cultura Francesa, influencia essa que se refletia em vários aspectos como: urbanização, implementação de reformas em praças (1903), construção do Teatro José de Alencar (1910), alinhamento de ruas e abertura de avenidas, comportamento social e na forma de se vestir da sociedade, em especial a elite.

No entanto, tratam-se de culturas diferentes, baseado na condição econômica e na localização geográfica, conseqüentemente no clima das duas capitais, Fortaleza e Paris, a partir dessas diferenças, a pesquisa buscou fazer um levantamento de como a capital alencarina procurou se adaptar ao vestuário influenciado pela indumentária francesa; Como essas roupas chegaram até Fortaleza, se os tecidos eram os mesmos usados em Paris, até que ponto os fortalezenses absorviam o modo de vida e de se vestir francês? A influência era uma reprodução das vestimentas Francesas, ou tratava-se de inspirações?

Segundo Ponte (1993), “o mercado durante a época era atrativo tanto em publicações em revistas, como em anúncios de panfletos, que traziam as ofertas importadas de “tecidos

¹ Alencarina por ser terra do escritor José de Alencar.

finos”, “novidades chegadas do último vapor”, “ artigos recentemente vindos de Paris”, “sempre em dia com a última moda do mundo civilizado”, entre outras frases para enfatizar o luxo das possíveis aquisições.

O objetivo da pesquisa foi realizar uma análise da indumentária de Fortaleza durante os anos de 1920, observando como se deu a influência do modo de vida e o vestir francês nesta época, além de estudar a história da indumentária, o processo de influência europeia no Brasil, situação do país e da cidade de Fortaleza na época, tanto em aspectos sociais como urbanos, analisar o comportamento da sociedade fortalezense e o que buscavam e como se deu a aplicação do modelo de vida parisiense na nossa capital, Fortaleza.

O tema foi escolhido motivado pela curiosidade de se descobrir como se deu a incorporação nos cidadãos de Fortaleza à cultura francesa, que se refletia, como vimos de acordo com Pontes (1993) na nossa capital em vários aspectos, desde modo de se comportar e se relacionar em sociedade até na estrutura urbana da cidade e na indumentária dos seus cidadãos durante o início do século XX.

A pesquisa teve como foco os anos 20 em especial, de 1920 até 1929, com o intuito de que fosse mais focada e aprofundada durante este período, além de servir como arquivo para criação de figurinos em espetáculos de teatro ou filmes que abordem o tema e precisem de tais informações.

Através de duas etapas, a pesquisa se deu com método qualitativo, que segundo Oliveira (2007), pesquisa bibliográfica, é realizada através de estudos em arquivos científicos publicados, como: livros, enciclopédias, dicionários e artigos, sobre história da indumentária e influências europeias no Brasil e em Fortaleza. E em pesquisa documental, que segundo o mesmo autor, trata-se de pesquisa realizada em arquivos sem cunho científico, como reportagens em jornais da época, por exemplo; o “Cearense”, revistas, como; *Ba-Ta-Clan* e *Jandaia*, fotografias, entre outras matérias de divulgação nesses meios.

A etapa da pesquisa documental foi realizada nos sites “Fortaleza em fotos” e “Fortaleza nobre”, onde foram encontrados arquivos que informavam sobre indumentária, comércio e consumo de produtos franceses em Fortaleza no período dos anos de 1920.

2 INDUMENTÁRIA DE FORTALEZA NOS ANOS DE 1920

Para estudar as influências na indumentária de Fortaleza nos anos de 1920, é essencial se estudar o cenário da moda na Europa, sobretudo de Paris, na época, a moda nas grandes

capitais brasileiras e então na capital, Fortaleza. Para tanto, buscou-se referências em autores como Lipovetsky, Sebastião Ponte, Lehnert , entre outros.

2.1 Casas de Alta Costura.

Durante a metade dos anos de 1920, o comércio de luxo representado pela alta costura estava em seu auge, ocupando o segundo lugar no comércio exterior francês com exportação de roupas. Segundo Lipovetsky (1989), o movimento, que ainda nem recebia esse nome na época, teve início com Charles Frédéric Worth em 1857, quando fundou sua própria casa na *rue de la Paix* em Paris. Pela primeira vez viam-se modelos inéditos preparados com antecedência e apresentados em salões luxuosos, onde podiam ser escolhidos e reproduzidos nas medidas das clientes. A abertura de casas de alta costura continuou crescente desde que Worth apresentou o novo modelo de processo.

Na Exposição de 1900 havia vinte casas de alta costura, em 1919 Chanel abre suas portas, e em 1925 a Exposição das Artes Decorativas acolhe cerca de setenta e duas casas, segundo Lipovetsky(1989). Hoje se apresenta com um novo perfil, dispõe de um acervo variado de opções para ser construído, pois, “[...] agrega valores, impõe condutas, conduz instituições, movimenta riquezas, opta por visões de mundo e, portanto, sustenta uma ideologia.” (BITTAR, 2001, p. 181).

Lehnert (2001) assevera “que o conceito que hoje em dia temos de moda, só começou com Charles Frederick Worth. No entanto naquela época, só as classes mais abastadas podiam se dar ao luxo de se vestir segundo os critérios da moda.” Ainda, segundo Lehnert, foi a partir de Worth que “moda” passou a significar moda feminina.

2.2. Mudança nos trajés Femininos.

É durante a década de 1920 que aconteceu o que SENAC (2005) chama de “A grande revolução”, onde os trajés femininos ficam mais curtos, chegando quase a altura dos joelhos, a silhueta se torna mais reta nas laterais do corpo não mais contornando o seu formato, os seios, antes destacados, agora são escondidos e a cintura desce para o quadril, onde o corpo da mulher ainda é largo. Para dar o efeito de pernas nuas, as parisienses usavam meias de seda de cores claras presas a cintas de malhas de borracha que modelavam seus quadris. Um acessório em alta na época era o chapéu cloche, com abas estreitas e viradas para baixo, como podemos observar na figura 1.

Figura 1 – Parisienses nos anos de 1920.



Fonte: Senac (2005) à esquerda. /www.semespartilhos.com.br, à direita.

De acordo com Lipovetsky(1989), ao mesmo tempo em que a Alta Costura representou a indústria do luxo, ela contribuiu para a democratização da moda:

A partir dos anos 20, com a simplificação do vestuário feminino, que Chanel de alguma maneira é o símbolo, a moda se torna, com efeito, menos inacessível por se tornar mais facilmente imitável: a distância entre as toaletes diminui inelutavelmente. A partir do momento em que a exibição do luxo torna-se símbolo de mau gosto, que a verdadeira elegância exigiu discrição e ausência de aparatos, a moda feminina entrou na era da aparência democrática. (LIPOVETSKY, 1989, p.74.)

No entanto, esta democratização, não significou uniformização, nem igualação no parecer social, surgiram novos detalhes, grifes tipos de cortes, modelagens e tecidos que asseguravam a distinção social.

2.3. Belle époque no Brasil.

Chamamos de *Belle Époque* de acordo com Sebastião Ponte em seu livro “Fortaleza Belle Époque” o período do início do século XX, que sucede a implantação do regime republicano em nosso país, em que as maiores capitais brasileiras buscaram melhorias, desenvolvimento urbano, político, social e econômico, e tinham como modelo os padrões europeus, em especial os franceses. Segundo Pontes, daí o nome do fenômeno, do francês “bela época”.

O período que compreende o final do século passado e as primeiras décadas do século XX assinala um conjunto de importantes transformações na formação histórica do Brasil. Acontecimentos como abolição da escravatura, implantação do trabalho assalariado e a instauração do regime republicano, em grande parte desencadeados pela emergência de novas forças e valores sociais e das injunções demandadas pelo capitalismo que então se mundializava, foram alguns dos marcos decisivos ao processo

de construção de uma nova ordem política, social e econômica no país.(PONTE,1993,P.15.)

No vestuário não era diferente, a moda parisiense era a mais desejada nos guarda-roupas das brasileiras, de acordo com SENAC (2005), foi com grande satisfação que as mulheres do Brasil receberam o encurtamento das saias, por dois motivos, o charme da nova silhueta e a diminuição do calor. Os trajes longos foram reservados para ocasiões noturnas, acompanhados de capas e peles. Devido à diminuição de produção de tecidos nos Estados Unidos e na Europa durante a primeira guerra, o Brasil teve sua produção consideravelmente aumentada, equilibrando o déficit nas importações.

Durante os anos 1920 as mulheres aderiram a Moda Andrógina, onde seus trajes pareciam com os masculinos, segundo SENAC, entre os signos do movimento estavam o corpo sem grandes volumes e cabelos curtos *à la garçonne*, a andrógina moda incomodava um pouco aos homens, como podemos observar nas palavras do cronista paulista, “[...] Quem saberia dizer o que é um vestido para o dia e um para noite? Até as roupas de baile perderam o bom senso com a febre igualitária, já que nossas senhoras se recusam a parecer mulheres. (GONTIJO. Apud SENAC, 2005,p.97.)

Nos anos de 1920, de acordo com SENAC, surgiram no Brasil ainda outros grupos que se diferenciavam da maioria, como as “melindrosas”, moças solteiras com seus tubinhos cintura baixa, sempre acompanhadas ou à procura de “almofadinhas”, rapazes que vestiam paletós exagerados, de ombros estreitos e cintura acentuando os quadris. Havia também as *cocottes*, amantes francesas de milionários brasileiros, que chamavam atenção nos centros das cidades com seus vestidos importados que eram a última moda em Paris.

2.4. Belle époque em Fortaleza.

No Ceará, a busca pela moda vestuário e excitação pelas novidades do mundo civilizado se restringiam as capitais urbanas. Na capital alencarina o desejo pelas novidades encontrou terreno fértil e podemos fazer um paralelo sobre o que fala Lipovetsky (1989) quando enfatiza que a moda por estar sempre na busca pela novidade acaba supervalorizando o presente social e negando o seu passado tradicional, rompendo com os costumes locais.

Segundo Freitas (2013) em Fortaleza, a grande quantidade de casas de moda, entre as principais apareciam “A Cearense” e “A Maranhense”, com tecidos e modelos caracterizou o novo vestuário feminino espelhado em padrões europeus, sobretudo Frances, e propagado nas páginas de revistas cearenses que exaltavam o consumo como forma de trazer “bem-

estar”, além de notoriedade social. As principais “casas de elegância”, na Revista Ilustrada Bataclan, investiam em estratégias eficazes de publicidade, como pode ser observado na figura 2.

3. INFLUÊNCIA DA IMPRENSA NA MUDANÇA DE COMPORTAMENTO DO FORTALEZENSE

Em Fortaleza, segundo Pontes (1993), o desapego aos costumes tradicionais foi notório. A alta sociedade ávida por ascensão e apressado pelas boas aparências foi um prato cheio para que a publicidade criasse a necessidade de consumo de novidades, inclusive de bens supérfluos. A união entre moda, publicidade e imprensa alimentava o desejo pelo requinte, os anúncios abusavam de palavras-chave que garantiam atração irresistível, como “novidades chegadas a todo vapor”, “fazendas de gosto moderno”, “peças de última moda”, “artigos recentemente chegados de Paris”, “sortimentos completos das melhores fazendas inglesas, francesas e alemãs”, “moda da Europa”, e tais anúncios como podemos observar abaixo na figura 2, estavam presentes em panfletos de magazines, na seção intitulada “Modas” do jornal “Cearense” e em revistas conceituadas de moda, arte e atualidades, como *Ba-Ta-Clan*, como podemos ver da figura 3 e *Jandaia*.

Figura 2- Anúncio de artigos de moda na revista Ba-Ta-Clan.

Fonte: /www.fortalezanobre.com.br.

Figura 3- Revistas A Jandaia e Ceará Ilustrado dos anos 1920.



Fonte: /www.fortalezaemfotos.blogspot.com

De acordo com Silva (2004), a imprensa local exerceu forte influência na transformação da cidade, da moda e do comportamento das mulheres da elite de Fortaleza.

O surgimento de revistas femininas, a partir dos anos 1920, nos faz refletir sobre a implementação de uma “nova” imprensa voltada para o consumo feminino, reforçando o projeto de modernidade de Fortaleza. Embora com vida curta, as revistas A Jandaia, Ba-Ta-Clan e Ceará Ilustrado tiveram uma repercussão nos grupos de elite por seus sedutores artifícios de vendas, como concursos, coberturas de eventos em lugares públicos e privados, publicação de fotografias e propagandas de cinemas.(SILVA,2004,p.33.)

Segundo Silva (2004), o consumo era orientado pelas revistas, que usavam como artifício, desde imagens de mulheres vestidas com roupas parisienses em suas capas até a propagação do consumo em suas páginas. E não podemos deixar de observar as poses e semblantes das moças e modelos nas capas das revistas da época, com olhares e posturas sensuais, onde de acordo ainda com Silva, estava associada à submissão feminina, simbolizada na necessidade de manter sempre uma aparência moderna e sensual, com objetivo principal agradar os olhos masculinos.

3.1 Indumentária e Moral.

Apesar da busca por mudanças, a modernização almejada não deixava de lado aspectos ligados a moral, baseadas em princípios morais católicos, segundo Silva (2004), os discursos proferidos sobre modernidade seguiam um padrão de conduta pensado por homens para a

sociedade e sobretudo, para as mulheres, e o ponto chave do discurso era o recato, “fundamental para um indivíduo de bem”. Pontes (1993) faz um relato sobre o assunto:

São inúmeros os artigos das magazines, entre 1924 e 1927, polemizando não só tais figurinos “escandalizantes”, como também os novos e inquietantes comportamentos femininos, a saber: a intensificação da prática do flerte e o pouco interesse pelos relacionamentos amorosos sérios, as reivindicações pelo direito de voto e por maiores oportunidades de trabalho, inclusive em atividades até então monopolizadas pelos homens, além de questionamentos como a inata superioridade física e intelectual dos homens em relação as mulheres.(PONTE,1993,p.160.)

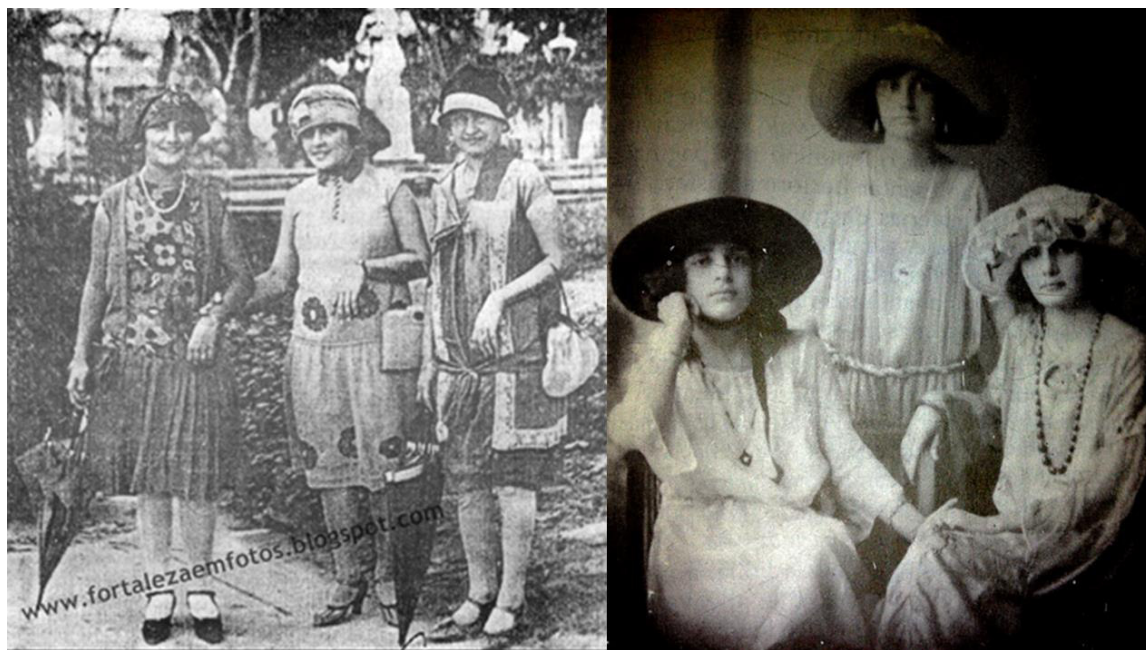
Podemos constatar de acordo com Silva (2004) uma ambiguidade na forma que a elite se relacionou com a moda, e seu caráter moderno, e os princípios morais católicos, resultando em apropriações conservadoras em que a distinção social tornou-se aliado maior para a manutenção da própria sociedade fortalezense em seus princípios morais, onde o objetivo maior das moças era casar.

Durante os anos 20 já não se usava mais espartilhos, alvo de muitos debates polêmicos envolvendo a moral e a saúde da mulher, no entanto, a relação das mulheres com a moda, agora ambas mais ousadas, continuou a ser debatida, entre as pautas estavam, encurtamento dos vestidos e dos cabelos, como o caso do artigo veiculado na revista feminina BATA-CLAN, sobre o corte de cabelo das mulheres.

Cabellos curtos: Os cabelos cortados foram, incontestavelmente, uma das modas que causaram maior sensação entre os homens. Todos queriam dar o seu parecer, ora favorável, mostrando as suas vantagens, ora desfavorável, combatendo o seu uso, em nome da estética e até da moral. Sacrificar o mais belo adorno da mulher, nunca! Gritavam os românticos. Mas a moda, dessa vez, não se impacientou e pouco a pouco, bem mansamente, não obstante tantas e tantas dificuldades, foi vencendo-as, a todas, uma por uma. As mulheres independentes e amigas de novidade foram as primeiras a usar os cabelos curtos. Si é anti-esthetica como querem alguns, si é profundamente monótona, como affirmam outros, a moda dos cabelos cortados oferece a vantagem, que ninguém pode negar, de ser excessivamente prática e higiênica, no século actual, onde o Sport, o desenvolvimento da cultura phisica e o trabalho quotidiano têm papeis tão importantes na vida de uma mulher (BATACLAN, 1926 apud. FREITAS, 2013, p.75).

Apesar das censuras, as fortalezenses assumiram as roupas mais curtas, quase chegando aos joelhos, e os cabelos *à la garçonne*, além de chapéus, sombrinhas e meias de seda, que cobriam as pernas como podemos observar nas figuras 4, abaixo.

Figura 4- Maria de Lourdes Gondim, à esquerda, com duas amigas em 1926, e à direita, mulheres no passeio público de Fortaleza em 1926.



Fonte: /www.fortalezaemfotos.blogspot.com e Gondim (2001)

3.2. Fortaleza x Paris.

Como forma de adaptação as altas temperaturas da capital do sol, as mulheres usavam tecidos mais arejados como a seda, o cetim, o charmeuse e o crepe-da-china, segundo Pontes (1993) e os homens trocavam cartolas por chapéus de palha e os paletós pretos e escuros por brancos e tons mais claros.

Podemos constatar com a observação das imagens que os vestidos das fortalezenses de um modo geral apresentavam mangas curtas ou no máximo chegando aos cotovelos, as golas não apresentavam grandes decotes, mas também não passavam da altura do pescoço. Seus tubinhos apresentavam modelagens simples, se comparados aos de Paris, com silhuetas sem grandes volumes e sem sobreposições de tecidos pesados ou grossos. Podemos observar que não apresentavam muitas camadas de babados, pregas, franjas, ou drapeados, como os vestidos parisienses.

Observando a imagem abaixo, da figura 5 ou ainda a figura 1, do início do texto, vemos que os vestidos parisienses apresentavam mangas longas, golas altas, tecidos finos e grossos, bordados e brocados que contrastavam com as sobreposições de pelos e peles fluídos de animais, os looks, em sua maioria, apresentavam diversidade de texturas e camadas.

Figura 5- Parisienses no concurso de elegância de 1925 em Paris.



Fonte: /www.pariszigzag.fr/histoire-insolite-paris/annees-folles-paris

Outro aspecto que diferenciava as mulheres de Fortaleza das mulheres Francesas era a silhueta mais robusta, enquanto o padrão de beleza francês era o de mulheres magras, aqui o padrão era de mulheres gordas, de acordo com Victor (2014) as mulheres fortalezenses apresentavam uma gordura corporal que pode ser considerada um fator de diferenciação social, o fato de apresentarem braços roliços, e bochechas altas, por exemplo, mostravam que tinham uma condição financeira farta e as diferenciava das mulheres retirantes da seca, sempre magras, assoladas pela fome e sede que chegavam em grande número na cidade durante a época.

4 CONCLUSÃO

Apesar da modernização de Fortaleza e a busca de se assemelhar a Paris, a capital alencarina se mostrou peculiar em alguns aspectos se comparada à capital francesa. Primeiramente, a influência de consumo exercida pela publicidade sobre a alta sociedade, que ávida por ascensão e apresso pelas boas aparências foi um prato cheio para que a publicidade criasse a necessidade de consumo de novidades, inclusive de bens supérfluos.

Outra diferença foi a busca pelo moderno usado como aliado para a manutenção dos costumes tradicionais católicos, o modo de se vestir de maneira ousada de acordo com a moda parisiense era uma maneira de se diferenciar socialmente em uma elite onde a elegância e o recato eram considerados boas qualidades para uma moça de família tradicional, dessa forma ela seria vista como uma boa moça para se casar. Outro aspecto que diferenciava a sociedade

fortalezense da francesa era a silhueta das mulheres, na França a magreza era sinônimo de elegância e beleza, na capital alencarina a magreza era associada à fome, a mulher gorda transmitia uma ideia de fartura e de boas condições financeiras.

A indumentária também se mostrava adaptada para as altas temperaturas da capital, os vestidos eram confeccionados com tecidos leves como sedas e crepe-da-china, não se usava sobreposição de peles e os vestidos longos eram restritos para festas noturnas. Já os homens substituíram os chapéus e cartolas de massa por chapéus de palha e os ternos de cores sobreas, como o preto, deram lugar a tons claros.

Concluiu-se que apesar do discurso e desejo de modernidade e da tentativa de formar uma elite moderna, baseada em costumes franceses, a sociedade fortalezense continuou a honrar sua tradição católica, quanto mais se destacasse uma moça pela sua elegância e recato, maior a distinção social e individual perante as outras mulheres.

REFERÊNCIAS

- FREITAS, Idalina. **Corpo e moda:** representações da cidade de Fortaleza. REVISTA DO-BRAS. Estação das Letras, São Paulo. V. 6, N. 13 (2013).
- GONDIM, Linda Maria de Pontes. **Uma dama da belle époque de Fortaleza:** Maria de Lourdes H. Gondim ; ensaios sobre imaginário, memória e cultura urbana . Fortaleza: Grafica LCR, 2001. 164 p. ISBN 8590204618 (broch.).
- LEHNERT, Gertrud . **História da moda do século XX.** Ed.Könemann, 2001
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero:** a moda e seu destino nas sociedades modernas . São Paulo: Companhia das Letras, 1989. 294 p. : ISBN 8571640165 (broch.)
- NERY, Marie Louise. **A evolução da indumentária:** subsídios para criação de figurino . Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, c2003. 304 p. ISBN 8574581186 (broch.).
- OLIVEIRA, M. M. **Como fazer pesquisa qualitativa.** Petrópolis, Vozes, 2007
- PONTE, Sebastião Rogério. **Fortaleza belle époque:** reformas urbanas e controle social (1860-1930). Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1993. 208p. ISBN (broch.).
- SENAC Departamento Nacional.; MOUTINHO, Rita. **A moda no século XX.** São Paulo: Ed. Senac Nacional: 2000. 317 p. ISBN 8574580333 (broch.).

SILVA, Diocleciana Paula da. **Do recato à moda:** moral e transgressão na Fortaleza dos anos 1920. 2004. 242f. Dissertação (Mestrado) em História Social. Universidade Federal do Ceará, 2004. Franck Pierre Gilbert Ribard (orientador).

VÍCTOR, Dijane Maria Rocha. **A criação do curso de moda da Universidade Federal do Ceará :** história, memória e narrativas (1986-1993). 2014. Tese (doutorado em Educação) - Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Educação, Programa de Pós-Graduação em Educação Brasileira, Fortaleza, 2014.