

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE DESENHO INDUSTRIAL
CURSO DE BACHARELADO EM DESIGN

FLÁVIA ROBERTA VILLATORE

**REPRESENTAÇÕES DE MODA FEMININA NAS REVISTAS
ILUSTRADAS BRASILEIRAS DO INÍCIO DO SÉCULO XX**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURITIBA
2015

FLÁVIA ROBERTA VILLATORE

**REPRESENTAÇÕES DE MODA FEMININA NAS REVISTAS
ILUSTRADAS BRASILEIRAS DO INÍCIO DO SÉCULO XX**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à disciplina de Trabalho de
Conclusão de Curso 2 de Bacharelado em
Design da Universidade Tecnológica
Federal do Paraná, Campus Curitiba.
Orientadora: Prof^a Dr^a Marilda Lopes
Pinheiro Queluz.

CURITIBA
2015

TERMO DE APROVAÇÃO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO Nº 99

“REPRESENTAÇÃO DE MODA FEMININA NAS REVISTAS ILUSTRADAS BRASILEIRAS DO INÍCIO DO SÉCULO XX”

por

FLÁVIA ROBERTA VILLATORE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado no dia 13 de fevereiro de 2015 como requisito parcial para a obtenção do título de BACHAREL EM DESIGN do Curso de Bacharelado em Design, do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. A aluna foi arguida pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo, que após deliberação, consideraram o trabalho aprovado.

Banca Examinadora:

Prof(a). Dr^a. Marinês Ribeiro dos Santos
DADIN - UTFPR

Prof(a). Msc. Silmara Simone Takazaki
DADIN - UTFPR

Prof(a). Dr^a. Marilda Lopes Pinheiro Queluz
Orientador(a)
DADIN – UTFPR

Prof(a). Esp. Adriana da Costa Ferreira
Professor Responsável pela Disciplina de TCC
DADIN – UTFPR

CURITIBA / 2015

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

AGRADECIMENTOS

Quase nada na vida é possível fazer sem ajuda. Então, gostaria de agradecer a todos que, com amor, dedicação, paciência e ensinamentos, auxiliaram-me a concluir esse trabalho.

Em primeiro lugar, agradeço aos meus pais por me apoiarem em todos os momentos e decisões.

Agradeço também a minha professora – orientadora Marilda Lopes Pinheiro Queluz, que com sua imensa sabedoria e paciência me conduziu em todas as etapas do trabalho.

Aos meus amigos, simplesmente por estarem sempre ao meu lado.

E, por fim, agradeço ao Giacomo que, mesmo sem entender, me tranquilizou e me fez perceber que desistir não era uma opção.

RESUMO

VILLATORE, Flávia Roberta. **Representações de moda nas revistas ilustradas brasileiras do início do século XX**. 2015. 98 f. Trabalho de Conclusão de Curso – Curso de Bacharelado em Design, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2015.

O presente trabalho teve como objetivo estudar as representações de moda feminina em publicações semanais brasileiras do início do século XX. Ao partir da premissa de que a moda, como fenômeno social, produz discursos, conta histórias e revela convenções e diferenciações de gênero, esse projeto investigou a possibilidade de compreender esse fenômeno juntamente com a historicidade das representações femininas, contexto histórico e produções gráficas do início da Primeira República. Para pautar as análises das caricaturas, fez-se um levantamento dos periódicos estudados, os quais foram: A Bomba, O Olho da Rua, A Carga, O Itiberê, Ilustração Paranaense, O Jazz, Careta e Fon-Fon!, todos eles disponíveis no acervo físico Casa da Memória. Após o levantamento de 252 imagens que correspondiam ao tema, prosseguiu-se para a análise efetiva das caricaturas. Utilizando os conceitos de Peirce, sob a ótica de Martine Joly, referentes aos signos plásticos, icônicos e simbólicos da imagem aliados a uma visão histórica-interpretativa, foram analisadas 18 imagens, subdivididas em 7 temas – mulher como metáfora, espaços públicos, moda e ironia, anúncios aparência, espaços fechados, sedução. A maior parte das representações priorizavam um discurso eugênico, elitista e sexista. Os chargistas, ao utilizarem recursos visuais que faziam referência à moda feminina, traduziam o imaginário social das classes altas brancas da época, criando tipos e padrões do que se considerava a mulher moderna nas páginas das revistas.

Palavras-chave: Design gráfico. Moda. Charge. Caricatura. Humor Gráfico.

ABSTRACT

VILLATORE, Flávia Roberta. **Representations of feminine fashion in the brazilian illustrated magazines from the beginning of the twentieth century.** 2015. 98 f. Final Year Research Project - Bachelor in Design, Federal University of Technology - Paraná, Curitiba, 2015.

The present paper aimed to study the representations of feminine fashion in brazilian weekly publications from the beginning of the twentieth century. Assuming that the fashion, as a social phenomenon, produces discourses, tells histories and reveals gender conventions and differentiations, this research project investigated the possibility of comprehending this phenomenon along with the historicity of feminine representations, historical context and graphic productions from the beginning of the First Republic. In order to guide the caricatures analysis, the author did a survey of the studied magazines, such as: A Bomba, O Olho da Rua, A Carga, O Itiberê, Ilustração Paranaense, O Jazz, Careta e Fon-fon!, all of them available in Casa da Memória's physical collection. After compiling a list of 252 images correlated to the theme, this work proceeded to the effective caricature analysis. This paper utilized a Peirce's semiotic optic, with which Martine Joly corroborates; allying plastic, iconic and symbolic signs to a historic-interpretative vision, the author analysed 18 images, subdivided in these seven themes: woman as a metaphor, public spaces, fashion and irony, advertisement, appearance, private spaces, seduction. The majority of the representations prioritized a eugenic, elitist and sexist discourse. The cartoonists, when applying visual artifices that alluded to the feminine fashion, translated the social imaginary of the white and high-class elite of that period, creating types and patterns to an idealization of the modern woman on the pages of those magazines.

Key Words: Graphic Design. Fashion. Cartoon. Caricature. Graphic Humor.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: ANÚNCIO COLYSEO CORITIBANO (CADIZ).....	16
Figura 2: ANÚNCIO ÉDEN PARANAENSE (HERÔNIO).....	17
Figura 3: CAPA FON-FON “MONTMARTRE CARIOCA”.....	22
Figura 4: CAPA O OLHO DA RUA (HERÔNIO).....	23
Figura 5: CAPA CARETA (J. CARLOS).....	24
Figura 6: PÁGINA DE O ITIBERÊ (BELMONTE).....	25
Figura 7: CAPA DE A BOMBA (FELIX).....	26
Figura 8: DURA VERDADE (ELOY).....	31
Figura 9: SUFFRAGISTAS... (BRUN).....	33
Figura 10: SABÃO ICTHYOLINO.....	35
Figura 11: NA VELHICE TUDO MENTE.....	36
Figura 12: O CHÁ ‘DAS CINCO’ (RAUL).....	37
Figura 13: SILHUETA S (GIL).....	42
Figura 14: DEPOIS DO ESPETÁCULO (HERÔNIO).....	44
Figura 15: CAPA DA REVISTA FON-FON DE AGOSTO DE 1912 (KLIXTO).....	47
Figura 16: CAPA DA REVISTA FON-FON DE ABRIL DE 1914.....	48
Figura 17: CAPA DA REVISTA FON-FON DE OUTUBRO DE 1916.....	49
Figura 18: CAPA DA REVISTA FON-FON DE JULHO DE 1914.....	50
Figura 19: RUA XV (HELIO SCOTTI).....	57
Figura 20: COLHE HOJE MAIS UMA FLOR (J. CARLOS).....	59
Figura 21: PELAS NOSSAS PRAIAS – PÔSES AO AR LIVRE (J. CARLOS).....	61
Figura 22: NA BARRA NORTE (BELMONTE).....	63
Figura 23: PRIMEIRO QUADRO DA CHARGE DO BONDE.....	65
Figura 24: SEGUNDO QUADRO DA CHARGE DO BONDE.....	65
Figura 25: MISSA – REVISTA FON-FON.....	68
Figura 26: A SEASON – CAPA DA FON-FON.....	70
Figura 27: A EVOLUÇÃO DA SAIA.....	72
Figura 28: OS BABADOS PROVIDENCIAES.....	73
Figura 29: AO 1º BARATEIRO.....	76
Figura 30: BELLEZA PARA AS DAMAS E ROBUSTEZ PARA OS HOMENS.....	78
Figura 31: PESAGEM.....	80
Figura 32: FACEIRICE, CAPA DA FON-FON (HARRISON FISHER).....	82
Figura 33: NA COSTUREIRA (HELIO SCOTTI).....	75
Figura 34: A MODERNA ARTE DE SE DESPIR PARA IR PASSEAR (FRIZ).....	87
Figura 35: CAPA DA REVISTA FON-FON DE FEVEREIRO DE 1914.....	88
Figura 36: AS NOSSAS CREADAS (HELIO SCOTTI).....	89
Figura 37: A NOVA CREADA.....	91

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	14
2.1 CONTEXTO HISTÓRICO – INÍCIO DA PRIMEIRA REPÚBLICA NO BRASIL ...	14
2.2 CULTURA FÍSICA NA CIDADE – AS REPRESENTAÇÕES FEMININAS DO INÍCIO DO SÉCULO XX	27
2.3 MODA – CONSIDERAÇÕES INICIAIS	39
3 ANÁLISE	52
3.1 ANÁLISE DAS IMAGENS	52
3.1.1 Mulher como metáfora.....	55
3.1.2 Moda e espaços abertos.....	60
3.1.3 Moda e espaços fechados.....	66
3.1.4 Moda e ironia.....	71
3.1.5 Moda e anúncios.....	74
3.1.6 Moda e aparência.....	78
3.1.7 Moda e sedução.....	85
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	93
REFERÊNCIAS	96

1 INTRODUÇÃO

A moda dialoga com o design e com a história, revelando as relações socioculturais das novas posturas corporais, gestos e comportamentos. Vista, muitas vezes, como índice da frivolidade e do luxo, a moda se torna palco da ressemantização dos significados a partir das mudanças sociais e culturais de uma população. Fenômeno social, a moda, por meio da indumentária, calçados e acessórios, conta histórias, revela convenções de gênero, classe social e identidade cultural, simboliza lutas ideológicas, permeando, dessa maneira, todas as esferas sociais. Castilho (2004, p.10) entende a moda:

[...] como modo de presença que dá existência ao sujeito em seu tempo e espaço, alicerçando sua construção identitária. Conseqüentemente, portanto, a moda também tem um caráter social, quer de identificação, quer de pertença, quer de distinção [...].

Ao considerar as narrativas sociais possíveis dentro do discurso da moda feminina e de suas representações, levantou-se o questionamento principal que motivou a concepção desse trabalho: a relevância de discussões, atualmente já tão plurais e bibliograficamente bem embasadas, acerca de um assunto tão pertinente ao design. Em meio a tantos discursos que acomodam os estudos sobre moda no âmbito da futilidade, é possível sair do lugar-comum e, dessa maneira, tentar compreender esse fenômeno juntamente com a historicidade das representações femininas, contexto histórico e produções gráficas do início da Primeira República? Como as representações de moda, portadoras de significados nos modos de vestir, podem comunicar a construção de discursos, práticas e saberes de uma época?

Após fazer uma iniciação científica na área de tecnologia e humor nos periódicos brasileiros do início do século XX, verificou-se a possibilidade aproveitar as mesmas revistas para fazer a análise sobre a moda feminina desse período. Ao todo, foram pesquisados 8 periódicos nacionais, sendo que 6 deles eram paranaenses (O Olho da Rua, A Bomba, A Carga, O Jazz, O Itiberê e Ilustração Paranaense) e os 2 restantes cariocas (Careta e Fon-Fon!). Todos os periódicos foram fotografados no acervo físico Casa da Memória, em Curitiba, Paraná. Optou-se por fazer um recorte histórico que compreende as três primeiras décadas de 1900, visto que havia um vasto

material disponível referente à essa época. O tipo de imagem também foi priorizado: restringiu-se ao humor gráfico, por apresentar uma visão irônica, ambígua sobre as transformações dos comportamentos e do visual e anúncios por pressuporem, construir e padronizar um público alvo específico. É importante ressaltar que entre o material estudado a maioria das representações encontradas são de mulheres brancas das classes sociais média e alta.

Por meio das representações femininas no humor gráfico de revistas ilustradas brasileiras do começo da Primeira República, é possível observar alguns aspectos da construção do imaginário da época, especialmente na constituição das ideias sobre um determinado tipo de universo feminino e os comportamentos esperados das mulheres.

O objetivo geral é analisar a moda feminina no início da Primeira República e as representações femininas presentes nas revistas ilustradas selecionadas do período, considerando as novas maneiras de pensar o gênero feminino. Para subsidiá-lo, fez-se necessário pesquisar o panorama sócio histórico de metrópoles brasileiras, a produção gráfica do país, os estudos sobre representações femininas em revistas datadas do período e pesquisas sobre a moda indumentária do início do século XX.

Os objetivos específicos são:

- Comparar o contexto social brasileiro do início do século XX com as mudanças na moda feminina da época
- Pesquisar a relação das artes gráficas no Brasil com a construção de tipos de feminilidades.
- Pesquisar sobre cultura física e mudanças no comportamento feminino vigente no início do século XX.
- Selecionar charges, caricaturas e anúncios das revistas brasileiras escolhidas que ilustram as mudanças do comportamento e moda femininos na época proposta.
- Analisar as charges selecionadas das revistas a partir de aspectos plásticos, icônicos e verbais, atrelados a um a embasamento histórico-interpretativo.

Este trabalho procura compreender, então, as representações das mulheres da elite social brasileira do início do século XX, ao selecionar um olhar sobre a moda construído a partir de análises de produções gráficas divulgadas em revistas e periódicos. Para tanto, o trabalho foi dividido em 2 momentos distintos: o primeiro, intitulado de Fundamentação Teórica, foi dividido em 3 capítulos de levantamento bibliográfico. A segunda etapa consiste numa análise de charges selecionadas de revistas nacionais ilustradas divulgadas na época, as quais foram subdivididas em temas de grande recorrência nas publicações e, também, maior pertinência aos objetivos do trabalho. As duas fases foram permeadas por referências bibliográficas que balizaram os caminhos a serem percorridos neste trabalho.

Em “Contexto histórico – início da Primeira República no Brasil” – discorreu-se sobre as reformas urbanas e as profundas modificações no cenário sociocultural brasileiro. Oliveira, Velloso & Martins (2010, p.12) abordam questões no tocante às transformações da sociedade da época representadas e abordadas nas revistas ilustradas, afirmando que estas “desempenharam o papel de mediadoras de saberes, de práticas sociais e de linguagens” (OLIVEIRA, VELLOSO; MARTINS, 2010, p.12). Além dessas autoras, Sevckenko (1998) apresenta estudos relativos ao contexto social da época estudada, além de tratar das inovações técnicas do período. Bahls & Buso (2009) apresentam o cotidiano da metrópole curitibana na República Velha e as implicações da modernização, as manifestações sociais, o desejo de progresso, os novos ritmos da metrópole, o êxtase e o receio diante das novidades nas páginas de revistas, sensíveis a essas transformações, especialmente com o advento de novas técnicas gráficas.

A demanda por novas formas de utilização do espaço público e a consequente exposição dos corpos acarretou na construção de uma espetacularização do indivíduo moderno. Em “Cultura física nas metrópoles – as representações femininas do início do século XX”, colocaram-se em pauta as consequências do discurso eugênico e eurocêntrico na cultura física do Brasil. As autoras Maluf & Mott (1998), bem como Schpun (1999) em seu livro sobre a cultura física na cidade de São Paulo do início do século XX, colocam em perspectiva o corpo feminino e as reprimendas e ensinamentos que direcionavam a um padrão corporal a ser seguido. Ao aproximar os estudos de gênero de Louro (2007) e as percepções do feminino de Berger (1999), as representações femininas do início do século XX revelam-se

comunicadoras/precursoras dos padrões corporais estabelecidos pelo discurso médico da época, abarcando em seus desenhos desde mulheres dentro do padrão até as que estavam fora desses limites estéticos.

O item final do embasamento teórico “Moda – Considerações Iniciais” configura a pesquisa bibliográfica sobre as principais mudanças na moda feminina do período e a forma como tais modificações caminhavam junto às construções de novos hábitos e costumes daquela época. Tecidos mais leves, vestimentas flexíveis e que davam liberdade ao corpo, cortes de cabelo e mudança em acessórios mínimos dialogam com as modificações no espaço urbano, no qual circulavam mulheres e homens ativos e joviais. Chataignier (2010) e Gontijo (1988) comentam as mudanças e novidades da moda nas primeiras décadas de 1900; Godart (2010), com suas conceituações para o fenômeno da moda, e Lipovetsky (2007), com a abordagem filosófica da moda, auxiliariam as reflexões apresentadas no decorrer deste subcapítulo, concluindo, assim, a primeira etapa da pesquisa.

A partir do levantamento de conceitos e reflexões sobre representações de moda, prosseguiu-se para a etapa de análise. Desmembrada em dois momentos distintos – isto é, fase de pesquisa de campo e fase de análise - a coleta do material disponível foi realizada por meio de captação de imagens fotográficas, charges, caricaturas, anúncios publicitários e capas de revistas disponíveis no acervo físico a Casa da Memória, principalmente. Após a etapa de captação e listagem de fotografias, houve uma seleção de 19 imagens subdivididas em 7 temas mais recorrentes: mulher como metáfora, moda e ironia, espaços públicos, espaços privados, anúncios, aparência e sedução. Além do suporte teórico abordado nos três primeiros capítulos, os estudos referentes aos elementos icônicos, plásticos e simbólicos de Joly (2006), as considerações de Carvalho (2005) acerca de imaginários sociais e paródias e as definições de representação e imagem de Queluz (2012), forneceram percursos que sustentaram uma análise pictórica interpretativa e interdisciplinar, salientando o diálogo entre design gráfico e o contexto histórico da época estudada.

Por fim, essa pesquisa suscitou questões referentes à imagem, que aqui é pensada como cultura material, envolvendo as relações estabelecidas entre as pessoas e os artefatos, tanto nas esferas produtivas quanto nas de consumo e uso. A cultura, segundo Santos (2005, p.15) “é entendida como um processo social de produção de significados (ideias, valores, crenças) capazes de manter ou transformar

aspectos das nossas maneiras de viver”. Além disso, a incisiva influência das diversas formas de percepção da moda e de suas representações na construção dos sujeitos modernos, mostrou-se, nesse trabalho, que acontece pela pluralidade, complexidade e nas contradições das práticas cotidianas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, discorre-se, sobretudo, acerca de alguns aspectos caracterizados pelos periódicos da época como signos da modernidade. Moderno e modernidade são construções sociais, interpretações historicamente constituídas. O moderno, no início da República, ficou associado à pavimentação das ruas, à iluminação das avenidas, às novas danças e ritmos, à velocidade do bonde elétrico e do automóvel, ao cinematógrafo e ao *footing*¹, aos trajes de tecidos leves e cheios de despretensão. A modernidade conferiu à indumentária funções sociais completamente diferentes, ao permitir “por um lado a expressão do individualismo e por outro, fazer surgir no indivíduo o temor de não ser capaz de sustentar a autonomia do eu” (LIMA, 2010, p.39). Medo, insegurança, êxtase, liberdade do corpo: o pulular das reações à modernidade era traduzido nas páginas de revistas, os principais meios de comunicação do início do século XX.

2.1 CONTEXTO HISTÓRICO – INÍCIO DA PRIMEIRA REPÚBLICA NO BRASIL

As primeiras décadas do século XX foram marcadas por profundas modificações no cenário sociocultural brasileiro. A modernização, implementada por planejadores e reformadores republicanos, redefinia o aspecto das cidades, que com suas extensas avenidas e novas construções exaltavam o progresso pelo avanço da indústria e do comércio. Para que o ideário da época fosse capturado também na arquitetura das urbes, fazia-se necessário aniquilar tudo o que remetesse à era colonialista, considerada retrógrada e, por conseguinte, obstáculo ao progresso.

A cidade parisiense, considerada signo máximo da modernidade, construiu, traduziu e inspirou a conjuntura otimista e burguesa da virada do século - a *Belle Époque*. As metrópoles brasileiras, mesmo estando um passo atrás dos grandes polos mundiais, pretendiam acompanhar as transformações, estabelecendo metas e planos

¹ Palavra originária da língua inglesa, faz alusão aos passeios ou caminhadas informais pela cidade.

de progresso e reestruturação urbana que refletissem a imagem positivista dos primeiros anos do Novecento.

Reavivando expectativas individuais de destinos futuros, as cidades brasileiras viveram, portanto, certamente em ritmos e circunstâncias desiguais, nas primeiras décadas deste século, uma experiência coletiva de encurtamento de duração que ampliou de forma redobrada a mobilidade, o consumo e o intercâmbio pessoal, forjando possibilidades ou tornando mais difusas as fronteiras do público e do privado. (SALIBA, 1998, p.328-329)

Para Bahls e Buso (2009, p.62), a *Belle Époque* foi o “momento em que o meio urbano passou por grandes mudanças a ponto de seus habitantes serem tomados por um sentimento de modernidade”. Em São Paulo, “[...] o processo de transformação do espaço urbano paulistano combina o crescimento caótico com uma política paralela em benefício das elites” (SCHPUN, 2010, p.19), de maneira que a cidade paulista passou a construir, dentro de si mesma, outra cidade.

Mantendo as desigualdades sociais, a cidade adentra na modernidade com intervenções da energia elétrica, máquinas - automóveis e bondes -, espaços públicos de lazer – carrosséis, cinematógrafos, roda gigante - e outros recursos urbanos – água encanada, pavimentação e rede de esgoto - até então desconhecidos. Curitiba também participa das novas configurações do espaço urbano. Encabeçadas pelo engenheiro e prefeito Cândido de Abreu, as reformas na cidade iam desde a pavimentação de ruas, construção de novos prédios e reformulação de praças, atribuindo um aspecto jovial, moderno e progressista à capital paranaense.

Espaços de lazer ao ar livre como o parque Colyseo Coritibano (figura 1) abrigavam os cinematógrafos da cidade, os quais eram amplamente divulgados pelos periódicos semanais. O Colyseo Coritibano era um espaço de exibição de novas técnicas de lazer e de novas formas de sociabilidade. Era, também, uma vitrine da moda e dos novos hábitos, como patinar em torno do chafariz, desfilando com o requinte das últimas tendências de vestimentas, chapéus e adereços.



Figura 1 – Anúncio Colyseio Coritibano (Cadiz)
 Fonte: O Olho da Rua, ano I, edição 13. Acervo físico Casa da Memória.
 Fotografada pela autora

Em 1905, foi instalado em seu território o primeiro cinematógrafo da capital. Após ele, vieram outros cinematógrafos famosos como o do Parque Éden (figura 2), localizado próximo da praça General Osório, o Cines Smart, Glória, Avenida, entre outros (BAHLS; BUSO, 2009).



Figura 2 – Anúncio Éden Paranaense (Herônio)

Fonte: A carga, ano I, edição 6. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora

É importante ressaltar, porém, o grande palco das mudanças ocorridas na virada do século XIX para o XX no Brasil foi o Rio de Janeiro. Como capital federal, a cidade precisava, mais do que qualquer outra, “civilizar-se”, não somente na esfera da reconfiguração urbana, mas também nos hábitos e comportamentos dos cidadãos que deveriam se adequar aos novos tempos e novas velocidades. Para Feijão:

A cidade e a sua arquitetura, a decoração e o mobiliário, a linguagem e as suas maneiras, o corpo e o vestuário: tudo isso foi sendo alterado de forma a tornar-se mais compatível com os ideais da elite urbana e burguesa que substituiu os valores de uma sociedade senhorial por outros, individualistas e cosmopolitas. (2011, p.18)

Os novos espaços de circulação - avenidas, cafés, cinemas, bares, praias – implicavam a adoção de novas maneiras de se apresentar na cidade. Os becos e

ruelas apertadas já não condiziam com a mobilidade e velocidade urbana desejada. Em nome da modernização, a população mais pobre é deixada à margem do progresso das metrópoles e passa a ser alvo, inclusive, de iniciativas governamentais que, respaldadas no discurso médico-higienista da época, retiravam-nas de suas casas, obrigando-as, também, a receberem vacinação. Entretanto, tal obrigatoriedade não foi assimilada pacificamente, uma vez que culminou na famosa Revolta da Vacina de 1904; um conflito violento que se transformou em um símbolo de luta e inconformismo contra leis impositivas.

Feijão comenta sobre o que significaria o 'regenerar' da cidade traduzido nas reformas urbanas que aconteceram na então capital federal:

O projeto de modernização do Rio de Janeiro, que a imprensa da época denominou de 'regeneração', buscou cumprir os dois sentidos do termo, executando simultaneamente a modernização do porto, a reforma urbana e o saneamento da cidade. (FEIJÃO, 2011, p. 69)

Neste panorama, a população urbana, que já havia aumentado consideravelmente desde a proclamação da república, vivenciava as alterações no ambiente em que habitava com admiração e receio. Automóveis e bondes, cinematógrafos e telefones inserem-se no cotidiano da urbe e ditam seus próprios ritmos e regras, aos quais os indivíduos são, inevitavelmente, submetidos. Para Oliveira, Velloso e Lins (2010, p.52) “na cultura modernista da virada do século XIX para o XX, a cidade passa a ser a metáfora condensadora do impacto social e das tensões psíquicas causadas pelas transformações tecnoindustriais”.

As reformas do prefeito carioca Pereira Passos, da elite paulista e do prefeito de Curitiba no início do século XX convergiam para as exigências de uma inédita cultura física que se estabelecia nas metrópoles. Mais expostos, e, por conseguinte, mais vistos, os moradores das áreas urbanas precisavam lidar com os costumes e usos da modernidade, visto que “situações novas e novos espaços implicam comportamentos que ainda precisavam ser regulamentados e interiorizados” (FEIJÃO, 2011, p.21). As convivências com novos artefatos tecnológicos e a construção de novas maneiras de interação social em espaços públicos trouxeram mudanças nos hábitos e costumes da população.

Os projetos de iluminação urbana também favoreciam a assimilação dos corpos nas noites das metrópoles. Além de facilitar o controle e a vigilância da conduta

dos que circulavam pelos lugares públicos no período noturno, os ambientes iluminados possibilitavam novas formas de convívio social.

A imprensa desempenhou um importante papel na divulgação do imaginário da sociedade que se construía sob os pilares da modernização, evolução e progresso. Dessa maneira, as revistas ilustradas encontraram terreno fértil para surgirem e consolidarem o posto de “mediadoras de saberes, de práticas sociais e de linguagens” (OLIVEIRA, VELLOSO, LINS, 2010, p12). Mundanas, coloquiais e incrivelmente ilustradas, essas mídias conseguiam captar o ritmo acelerado vivido pela sociedade moderna, ao passo que seus códigos poderiam ser facilmente interpretados e traduzidos tanto pelas camadas dominantes quanto pelas classes mais baixas e pouco instruídas. A conjuntura em que estavam estabelecidos os periódicos brasileiros do início do século XX é descrita por Oliveira, Velloso e Lins (2009, p.44), que afirmam:

Através dessas publicações, o leitor consegue percorrer as páginas da cidade, visitando seus bairros, paisagens naturais e tecnológicas, entrando em contato com personagens do cotidiano, compartilhando seus problemas, passatempos e prazeres. Frequentemente, a metrópole vai se convertendo em espetáculo, principalmente nas revistas semanais ilustradas. O espaço urbano torna-se objeto de uma composição visual que articula e é articulada por novas experiências subjetivas e objetivas: divertimento e alienação, prazer e medo, mobilidade e confinamento, expansão e fragmentação. Tais experiências passam a evocar as principais características da cidade-metrópole no século XX.

O avanço nas áreas de publicação de massa teve como catalisador o surgimento de novas técnicas de produção no setor editorial. A ampliação das possibilidades de cores e de impressão produzidas pela introdução da cromolitografia alcançou um nível de qualidade superior, além de aumentar a tiragem de edições por dia, o que satisfazia as exigências de um mercado editorial ainda incipiente, porém acelerado. Além disso, desenvolveu-se a qualidade da impressão de fotografias nos periódicos. Em Curitiba, a impressora Paranaense² aparece como grande incentivadora e principal editora dos periódicos semanais de grande circulação no Paraná.

² A Impressora Paranaense surgiu num momento de grande desenvolvimento industrial na capital do Paraná. Em meados de 1800, quando ainda era chamada de Typographia Paranaense, pertencia à Cândido Martins Lopes; depois de seu falecimento, passou a ser propriedade de Jesuíno Lopes até 1888, ano em que o barão de Serro Azul – Ildefonso Pereira Correia – assumiu o controle da impressora litográfica e mudou seu nome para Impressora Paranaense. (WITIKOSKI, 2009)

Para Oliveira, Velloso e Lins (2009, p.44):

Serão nas páginas dessas publicações que surgirão as novas formas de linguagem e de expressão, seja através dos experimentos poéticos e literários, das fotografias, das caricaturas ou dos designers de propaganda publicitária.

A produção gráfica da época contava com um corpo editorial tecnicamente diversificado e profissional. Caricaturistas como J. Carlos, Alceu Chichorro, Calixto Cordeiro, Raul Pederneiras e Belmonte eram alguns dos principais ilustradores dos periódicos semanais do início da Primeira República. Entretanto, no tocante à diversidade de gênero, percebe-se que havia pouco ou nenhum espaço para mulheres editoras, ilustradoras e chargistas nessas publicações. As que logravam um espaço nas revistas ficavam responsáveis somente por assuntos considerados de “interesse feminino”: moda, cortes de cabelo, cuidados do lar e funções da esposa. Uma dessas mulheres que conseguiu adentrar no mundo estritamente masculinizado das publicações foi Nair de Tefé, caricaturista que assinava com o pseudônimo Rian. Considerada a primeira caricaturista mulher do Brasil, ilustrava principalmente para as revistas cariocas Fon-Fon!, O Cinematógrafo, Revista da Semana, Careta e O Malho (FONSECA, 1999).

Ainda referente ao âmbito das publicações, é impossível não se ater à vasta quantidade de caricaturas, charges, anúncios e páginas ilustradas que preenchem e ressaltam o aspecto visual das revistas da época. Bahls e Buso (2009) discorrem acerca das revistas locais datadas do começo do século XX, ressaltando os principais temas abordados nos periódicos paranaenses – política, saneamento, pavimentação, comportamento feminino, energia elétrica, artefatos tecnológicos. No tocante à relevância da caricatura, elas ainda afirmam:

A caricatura representa, ainda, a democratização da informação, pois as manifestações do cômico são interessantes às diversas camadas sociais, unindo-as num mesmo sentimento de prazer e contribuindo para educar artisticamente, já que, pela sua função social e política, atingem grande popularidade. (BAHLS, BUSO, 2009, p.11)

Em uma época em que a visualidade é valorizada e o discurso dominante a legitima como moderna, a adoção de uma linguagem mais visual se torna essencial para a tradução e construção do imaginário da modernidade. O estímulo aos sentidos,

tão característico das novas maneiras de se inserir na nova sociedade, precisava abarcar todos os possíveis meios de comunicação, inclusive as mídias impressas. Investir em tipografia, diagramação da página, composição da mancha de texto, uso de colunas, vinhetas, filetes decorativos, ornamentos, qualidade de impressão, tudo importava para a sedução de leitores e leitoras, consumidores e consumidoras. Não é surpresa, então, que muitos dos periódicos remetessem não a um, mas a vários estímulos sensoriais, de modo que percorressem e circulassem por todas as camadas sociais. Raísa Schpun denota que essa explosão de estímulos está inserida nas próprias participações dos indivíduos em espaços onde se realizavam reuniões sociais, afirmando que:

Os eventos públicos organizam-se de modo que todos usufruam dos mesmos espaços, com as mesmas emoções, no mesmo momento. A multiplicidade e a fragmentação dos estímulos e dos instantes não existem sem a invenção de situações de unificação e de reunião de experiência urbana coletiva. (SCHPUN, 2010, p.26)

Fon-Fon!, periódico semanal carioca surgido em 1907, e Careta, lançada no ano seguinte, são dois exemplos de revistas que utilizam o apelo aos sentidos para que seu público leitor estivesse inserido e participasse dos novos costumes da época. No Paraná, também existiam revistas reconhecidas nacionalmente, entre elas O Olho da Rua, O Itiberê, A Bomba, A Carga e O Jazz. Foram essas mídias que desempenharam um papel importante na divulgação de novos discursos, e traduziam as manifestações, encantamentos, receios e estranhamentos frente aos novos artefatos, aparatos tecnológicos, comportamentos e hábitos, inclusive e mais incisivamente quando mulheres da elite se encontravam no centro dessas discussões.

As capas e páginas dessas publicações revelavam todas essas traduções do cotidiano das cidades. Na capa da Fon-Fon “*Montmartre Carioca*” (figura 3), por exemplo, há um retrato da vida noturna carioca: veem-se automóveis, bondes elétricos e transeuntes trajados elegantemente com uma construção neoclássica como pano de fundo. O enquadramento geral da imagem possibilita ver toda a cena e, mais do que isso, evidencia a sofisticação e o luxo da capital carioca, comparável àquela do bairro francês *Montmartre*.

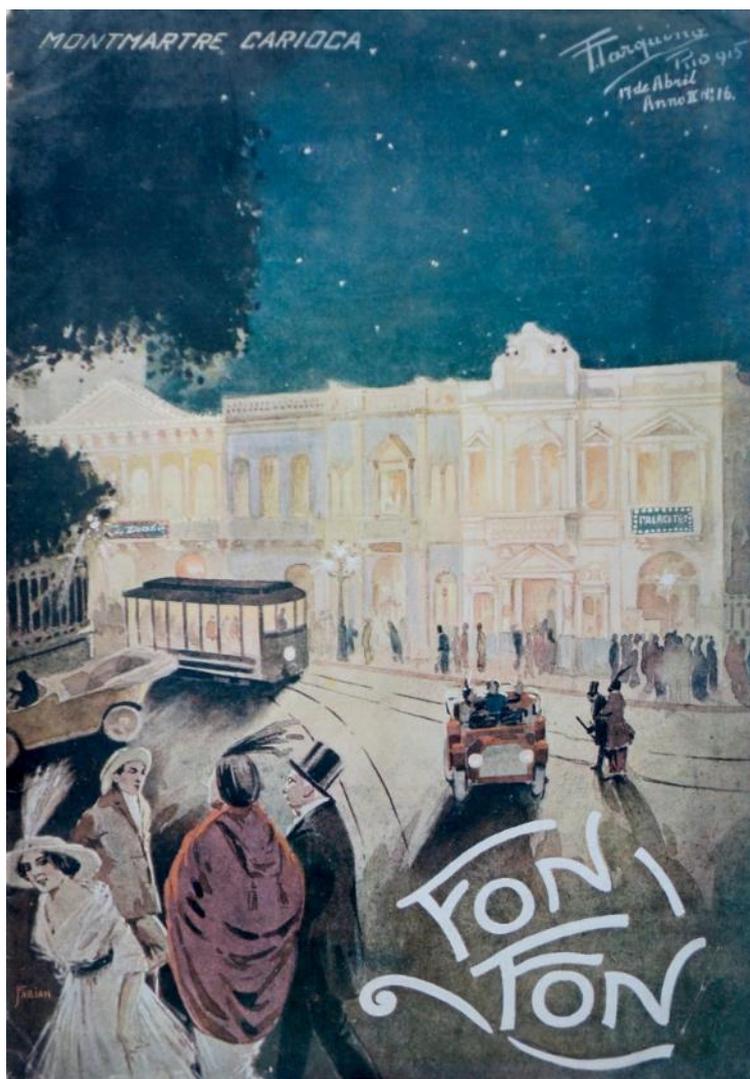


Figura 3 – Capa Fon-Fon “Montmartre Carioca”
Fonte: Fon-Fon, ano IX, edição 16. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora

Já a primeira capa da revista curitibana *O Olho da Rua* (figura 4) representa uma cena doméstica de um marido que é expulso para “o olho da rua”. A relação entre o privado – a casa, o lar e a família – e o público – a rua – se faz presente no objetivo desse periódico paranaense: estar no centro dos acontecimentos cotidianos, ser “os olhos” da população para o que ocorre na esfera pública. A revista, criada em 1907, ainda apresenta uma tipografia inspirada no estilo *Art Nouveau*³, que, nesse caso, insinua o percurso da leitura.

³ Movimento artístico que surgiu na França em 1890, “passou a explorar essencialmente os efeitos lineares das curvas sinuosas, trazidas da gravura japonesa. Sua principal característica é a linha em ponta de chicote, derivada do estilo floral e dos longos pescoços de aves como os cisnes.” (BAHLS; BUSO, 2009, p. 38)

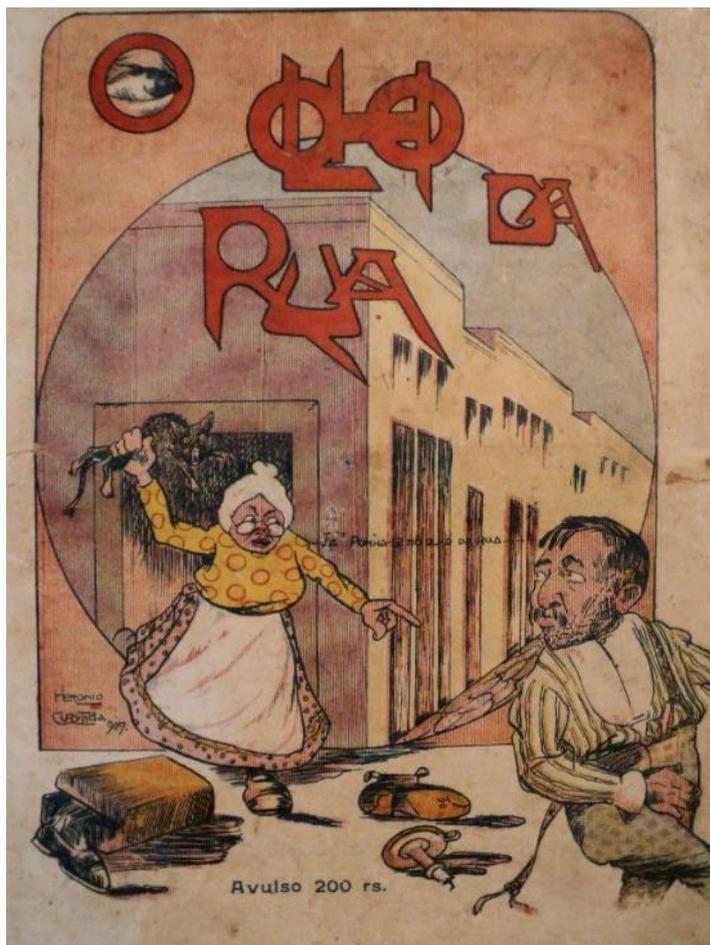


Figura 4 – Capa O Olho da Rua (Herônio)
Fonte: O Olho da Rua, ano I, edição 1. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

As capas da revista *Careta* apresentavam temas mais diversificados. Desde críticas ao sistema político republicano até sátiras cotidianas, a liberdade artística conferia bastante criatividade e possibilidades aos ilustradores e cartunistas, que aproveitavam a maior gama de cores para criar capas exuberantes e detalhadas. É o caso da capa da edição 534 (figura 5) criada por J. Carlos. Nela, existem duas representações humanas – um homem fardado à esquerda e uma mulher elegante à direita – que interagem num espaço público; aqui, percebe-se tanto uma sátira à gripe espanhola, pandemia que se alastrou por todo mundo nos anos de 1918 e 1919, e a sedução feminina. Tanto a ilustração quanto o próprio título da revista já possuem uma forte inspiração do *Art Déco*⁴, estilo artístico sucessor do *Art Nouveau*.

⁴ Movimento artístico originado na França no início do século XX, teve seu auge na década de 1920, principalmente depois da *Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes* em Paris, 1925. Associado ao moderno e ao industrial, a estrutura básica de suas linhas e formas era



Figura 5 – Capa Careta (J. Carlos)

Fonte: Careta, ano XI, edição 534. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

Já nessa página de O Itiberê (figura 6) ilustrada por Belmonte, é possível observar a interação da imagem com o texto, a qual se tornou possível pela composição e diagramação visuais. Era bastante comum encontrar páginas inteiras dedicadas a poemas nessas publicações, nas quais observa-se o trabalho gráfico primoroso dos artistas que as criavam. Nesse caso específico, percebe-se que os traços dos personagens e a tipografia utilizada na poesia dialogam e revelam a

constituída de uma geometria simplificada. Segundo Bahls e Buso (2009, p. 38) “o Art Déco absorveu temas indígenas da flora, fauna e os motivos geométricos de inspiração marajoara.”

harmonia entre a forma e o conteúdo; porém, o poema, que começa triste e melancólico com a partida da amada, termina em tom de ironia e humor e quebra o romantismo proporcionado pela imagem.



Figura 6 - Página de O Itiberê (Belmonte)
Fonte: O Itiberê, ano III, edição 4. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

Referindo-se ainda aos elementos formais presentes nos periódicos, também é possível citar como exemplo a capa da revista A Bomba de junho de 1913 (figura 7). Nela, a hierarquia visual se concretiza pela inserção de personagens masculinos em primeiro plano, os quais conversam entre si e têm seus trajes muito mais detalhados e diferenciados um do outro, e os bombeiros em segundo plano, todos

com roupas pretas e sem características específicas. Apesar de ser uma imagem estática, a posição diagonal dos signos (personagens em primeiro plano, suas sombras e os bombeiros no pano de fundo) conferem dinamismo, ação que é arrematada pela tipografia *Art Nouveau* utilizada no título.



Figura 7 – Capa de A Bomba (Felix)

Fonte: A Bomba, ano I, edição 2. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

O contexto histórico da virada do século, associado às crescentes contradições, ao progresso e aos anseios da população demonstravam que as mudanças nas metrópoles, longe de serem passivamente aceitas, eram discutidas, ironizadas e mimetizadas nas páginas das revistas. Porém, não eram só as ruas e

avenidas que sofriam mudanças: as práticas corporais também começaram a se adaptar aos “melhoramentos” das urbes.

2.2 CULTURA FÍSICA NA CIDADE – AS REPRESENTAÇÕES FEMININAS DO INÍCIO DO SÉCULO XX

A cultura física que se instaurava na virada do século XIX para o XX ditou as mudanças comportamentais dos indivíduos que habitavam as áreas urbanas no Brasil. Esses novos espaços públicos para a contemplação e sociabilidade são palco da construção de uma época com extremo foco na aparência. Os cuidados médicos com o corpo e a saúde física que a cidade deveria proporcionar – ruas aeradas, saneamento básico, vacinas e incentivos às atividades físicas, até então ignoradas pelas camadas mais abastadas – modificaram o corpo para uma época em que a aparência começava a ser símbolo de status. Para Bahls e Buso (2010, p194) “o corpo construído pela cultura física, pela dança e pelo atletismo inspirava-se no modelo clássico dos esportistas da Antiguidade, que exibiam um corpo torneado, musculoso e exemplo de saúde”.

O aumento das atividades de lazer ao ar livre no Brasil criou uma nova rede de significações em torno dos corpos. O discurso médico legitimava as atividades físicas e contribuía para a emergência de uma cultura física que ainda é divulgada nos dias atuais. No século XIX, o trabalho corporal ainda era depreciado e só era praticado pelas camadas populares e por escravos. Porém, com as modificações culturais e sociais durante a Primeira República, a publicidade contribuiu com a recriação dos corpos que aspirassem padrões de saúde e estética. Pessoas mais ágeis, atléticas e dispostas a circular pela cidade com maior liberdade – e, conseqüentemente, apresentar um porte esbelto e meticulosamente bem conservado - constituem o cenário das urbes do começo do Novecento.

Aventurar-se pelas novas avenidas e espaços públicos, querendo ver e ser visto, demandava uma maior preocupação com as aparências e os signos de status social. Nesse sentido, a indumentária passou a ser uma peça-chave num momento histórico em que se presenciava o início da espetacularização da sociedade, ao passo

que identificava o sujeito no círculo social a que pertencia e, dessa maneira, materializava, no corpo, os discursos normativos. Anos mais tarde, Debord (2003) questionaria a sociedade do espetáculo, afirmando:

O conceito de espetáculo unifica e explica uma grande diversidade de fenômenos aparentes. As suas diversidades são as aparências organizadas socialmente, que devem, elas próprias, serem reconhecidas na sua verdade geral. Considerado segundo seus próprios termos, o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda vida humana, socialmente falando, como simples aparência. Mas a crítica que atinge a verdade do espetáculo descobre-o como a negação visível da vida; uma negação da vida que se tornou visível. (DEBORD, 2003, p.11)

As mudanças dos costumes das elites não se restringiam somente às mulheres. Os homens, que convencionalmente pertenciam à esfera pública e estavam adaptados a esse espaço, aprenderam gestos e posturas corporais que denotavam “hábitos civilizados” e reagiram ao deslocamento das mulheres do seu ambiente doméstico e privado para os ambientes abertos. Como apontam Bahls e Buso (2009, p.108):

Na cidade moderna, a divisão espacial entre o público e o privado, separando homens e mulheres, tornou-se tênue. Enquanto os primeiros se reuniam em bares e cafés, as mulheres se compraziam em apreciar as vitrines das lojas, seduzidas pelos ditames da moda, e a frequentar os teatros para assistir à ópera e ao moderno cinematógrafo.

Para compreender um pouco melhor como se dá esse deslocamento das mulheres do lar para a vida pública é importante retomar alguns aspectos específicos que compunham as primeiras décadas do século passado. É preciso considerar que as mulheres que sofrem o deslocamento do privado para o público são aquelas de etnia e classes sociais específicas: as mulheres brancas das classes média e alta. As negras, as pobres e as imigrantes sempre estiveram nas fábricas, circulando nos espaços públicos; essas mulheres geralmente não eram retratadas ou, quando eram, figuravam como empregadas domésticas, pessoas analfabetas e sem “requinte e educação”. Aliás, a vida privada, como comenta Saliba (1998, p.319) “era privilégio da elite brasileira que, a exemplo do Rio de Janeiro, se formava na maioria das cidades”. Com uma vida privada quase inexistente, as pessoas pobres se tornaram cada vez mais invisíveis nesse cenário de progresso e melhoramentos urbanos (SALIBA, 1998).

A construção do ambiente doméstico também sofreu alterações que acompanhavam os ditames de higiene e bem-estar nas demais esferas sociais, discurso este que era aprendido tanto nas escolas quanto por meio de anúncios publicitários e colunas das revistas. Forty esclarece essa pedagogia em torno da saúde doméstica:

As pessoas com maior probabilidade de ser afetadas pela propaganda sobre saúde e bem-estar e sensibilizadas pela necessidade de eficiência e higiene eram as que estavam na escola durante as duas primeiras décadas do século, os adultos do período entre-guerras. (FORTY, 2009, p.160)

O lar, considerado responsabilidade da mulher, precisava se manter eficiente e propício para a boa educação dos filhos e o descanso do marido. As obrigações da esposa para com os cuidados da casa e da família eram, sobretudo, legitimadas por lei, definindo que “a cada representante da sociedade matrimonial conferiu-se um atributo essencial. Assim, se ao marido cabia prover a manutenção da família, à mulher restava a identidade social como esposa e mãe.” (MALUF, MOTT, 2008, p.379). Dessa maneira, era possível delimitar com maior clareza a que espaço ambos os sexos pertenciam, e, conseqüentemente, permitia que houvesse um controle do comportamento feminino mais regulamentado. Para Maluf e Mott (2008, p.374) “a imagem de mãe-esposa-dona de casa como a principal e mais importante função da mulher correspondia àquilo que era pregado pela igreja, ensinado por médicos e juristas, legitimado pelo Estado e divulgado pela imprensa”.

A partir do momento em que mais mulheres começam a se tornar visíveis em ambientes urbanos, sua conduta precisa manter os ensinamentos das normas de ‘boas maneiras’, uma vez que suas atitudes afetariam, sobremaneira, a imagem social de seus esposos. Mesmo que elas precisassem trabalhar, suas atividades domésticas não poderiam ser negligenciadas; quando apareciam em público, era de bom tom que estivessem na companhia dos seus maridos ou na presença de mulheres mais velhas, para que fossem consideradas virtuosas.

Ao observar esse contexto em que as mulheres se inseriam de novas maneiras no meio urbano, as cobranças sobre o comportamento feminino no âmbito público se mostravam mais incisivas, uma vez que a presença da mulher se diferenciava da do homem. O corpo das mulheres, como afirma Mônica Raísa Schpun, estava mais à mostra:

[...] a percepção dos corpos femininos faz-se mais 'material': fala-se mais neles, estão mais expostos. Inúmeros textos e discursos envolvem concursos de beleza, novidade da época; a publicidade faz-se cada vez mais presente na imprensa – e não somente na imprensa feminina -, com representações cada vez mais frequentes dos corpos das mulheres. Isso sem contar a crescente precisão dos conselhos de beleza, referindo-se às partes do corpo, aos defeitos a corrigir, aos melhoramentos possíveis – e desejados. Enfim, o cinema mostra nas telas os corpos femininos em movimento, os jogos de sedução, as formas de controle do próprio corpo, etc. (SCHPUN, 2009, p.81)

A construção do corpo feminino, então, precisava seguir os mesmos padrões que estavam sendo estabelecidos na época, que pregavam a jovialidade, a agilidade e o desejo de progresso de uma nação vibrante. Fora do anonimato, a expressão da beleza feminina deveria corresponder ao símbolo de austeridade, delicadeza e graça; suas ações e vestimentas deveriam ser extensões de suas virtudes, ainda muito divulgadas pela imprensa feminina.

A presença feminina no mundo ocidental foi construída, ao longo dos anos, para ser oposta à do homem. Berger (1999) ressalta como a percepção dessa presença social da mulher se diferencia, e, por esse motivo, suas representações são voltadas, geralmente, a uma única faceta. Para ele a fiscalização da mulher é interiorizada por ela mesma, de modo que possa aparentar aquilo que a sociedade gostaria que ela fosse. O autor afirma que as mulheres têm sido representadas, sobretudo pela arte, como panorama, como um objeto de visão especialmente masculino (BERGER, 2009).

No início do século XX, numa sociedade em que se prezava a aparência e o aspecto visual em todos os momentos, qualquer atitude adotada pelo gênero feminino era fiscalizada e julgada. Nessa conjuntura, a indumentária se mostra claramente como uma das peças-chave de reflexão comportamental da mulher e constrói uma rede de significados que irão comunicar aquilo que ela representa – ou se espera que represente – no meio social.

Revistas e encartes direcionados à mulher atuavam como divulgadores dos modelos comportamentais que condiziam com as normas de boa conduta, utilizando-se de imagens, textos, anúncios e charges para transmiti-las. Encartes sobre os novos cortes de cabelo, conselhos sobre casamento, propagandas de vestimentas que seguiam as tendências parisienses e hollywoodianas e anúncios de tônicos e cosméticos atraíam os gostos femininos que, cada vez mais condizentes com as

mudanças socioculturais da época, eram vitrines da sociedade moderna que se construía e influenciava a opinião pública.

O corpo da mulher ideal deveria apresentar esbelteza, ter a tez alva e firme e ser desprovida de muitos 'artifícios'. Entretanto, esse modelo de beleza era incongruente com as raízes históricas corporais brasileiras e com o clima quente. Nossa população era de maioria negra e o clima tropical corava os rostos que, mais introduzidos nos ambientes abertos, estavam diretamente expostos aos raios solares. Além disso, o discurso higienista reiterava a questão do branqueamento da pele: para os médicos, as moças deveriam estar mais livres e descobertas, enquanto que a elite apregoava que o físico deveria ser resguardado.

[...] novas tecnologias surgem para prolongar a aparência jovem de cada um e afastar todo o signo de envelhecimento. A indústria de cosméticos, a prática de esportes e a moda são três elementos fundamentais desse movimento coletivo de proscricão do velho. (SCHPUN, 2010, p.32)

Aos corpos que não estavam nos padrões ideais de beleza restava o deboche e a ironia retratada nas ilustrações dos caricaturistas de publicações semanais. A figura 8 representa o olhar sobre o corpo feminino que, nesse caso, é ironizado por não possuir o tamanho de seios definido como o padrão, o ideal.



Figura 8 - Dura verdade (Eloy)

Fonte: O Jazz, ano 1926, edição 2. Fotografada pela autora.

O que se percebe da mídia impressa, no tocante às representações e ensinamentos voltados às mulheres, é uma ambiguidade na significação do que era ser feminina e moderna. De um lado, o papel de boa esposa, boa mãe e boa dona de casa, que, discreta e virtuosa, sabe manter a aparência de austeridade, prudência e pureza, e, de outro, existe a figura feminina livre, inserida no espaço urbano, dona de si e repleta de sedução e charme, esta última representando o espetáculo urbano. A elite urbana de São Paulo representa com clareza essa relação ambígua das significações do que era o feminino na modernidade; as mulheres dos aristocratas ora apregoavam e seguiam o discurso da própria aristocracia, que defendia a conservação de costumes dos antepassados familiares, ora adotavam as atitudes modernas, pautadas no progresso e no otimismo.

Fotografias de *picnics* e passeios públicos contribuía para a construção de novas aparências sociais, ao passo que mostravam representações de hábitos e costumes adotadas na esfera pública. Sempre acompanhadas dos companheiros ou, no caso das solteiras, da mãe, as mulheres de “boa fama” transitavam por praças públicas, avenidas e todos os eventos sociais com discrição e “decência”.

Mesmo com feições de austeridade, respeitabilidade e tradicionalismo, afloravam discursos urbanos com novas linguagens e ritmos marcados pela heterogeneidade da população. Danças, linguagem coloquial, músicas populares, aproximação de camadas sociais e a variedade de questionamentos culminariam no conflito entre os supostos costumes tradicionais e as novas condutas que surgiam. Maluf e Mott (2008) discutem a dicotomia mulher como espetáculo público – mulher pertencente à esfera do lar estando no cerne das discussões de gênero das primeiras décadas do século passado:

Não faltaram vozes nesse começo de século para entoar um brado feminino de inconformismo, tocado pela imagem depreciativa com que as mulheres eram vistas e se viam e, sobretudo, angustiado com a representação social que lhes restringia tanto as atividades econômicas quanto políticas. (MALUF; MOTT, p.371)

O processo de inserção de mulheres num ambiente que, até então, era prioritariamente masculino não foi, entretanto, pacífico e isento de retaliações e zombarias. Essas novas integrantes, dispostas a lutarem por espaços, dar visibilidade a novos valores e quebras de preconceitos e a propor novas maneiras de pensar o feminino, discordavam de representações machistas, presentes, sobretudo, nas

revistas da época. A capa da edição 20 da revista Fon Fon de 1914 (figura 9) é um exemplo da representação das manifestações femininas⁵ cada vez mais incisivas e inseridas na dinâmica das cidades do início do século XX.



Figura 9– Suffragistas... (Brun)
Fonte: Fon Fon de 1914, edição 20. Acervo Físico Casa da Memória.
Fotografada pela autora.

⁵ O movimento sufragista foi uma das manifestações femininas pelo direito de voto que ocorreu mais incisivamente no início do século XX. O Brasil, um dos pioneiros na América Latina a tratar sobre o assunto, contava com mulheres como Leolinda Daltro e Bertha Maria Júlia Lutz, as quais foram responsáveis pela evolução da conquista e da luta pelo sufrágio feminino brasileiro (KARAWCZYK, 2013).

Faz-se necessário, porém, abrir um parêntese para compreender como as imagens, nesse recorte histórico, consolidaram-se como ferramentas imprescindíveis na divulgação de condutas, que predominantemente exaltavam o discurso conservador e satirizavam os modos emergentes de pensar e viver o moderno. Apesar de darem visibilidade a ideias libertadoras do modelo elitista e hegemônico, as caricaturas, charges e anúncios do início do século XX podem ser analisados, também, como ‘repressores’ daqueles que acreditavam e lutavam pela inserção de uma ressemantização de comportamentos.

Os periódicos ilustrados, como construtores e divulgadores do imaginário do início do século, demonstravam as novas condutas sociais estabelecidas nas relações que ocorriam no meio urbano, sobretudo com caricaturas, charges e anúncios ilustrados. Para Bahls e Buso, uma característica relevante da caricatura é:

[...] o caráter tendencioso. Ela visa um indivíduo ou um tipo ao qual retratam com feições isoladas, exageradas. Então a harmonia natural da aparência é destruída, revelando um contraste entre a aparência e o caráter. (BAHLS, BUSO, 2009, p.11)

Como dito anteriormente, a caricatura é um importante meio de acesso à democratização do conteúdo informacional, que possui o poder de “educar artisticamente”, uma vez que alcançam um público vasto e diversificado (BAHLS, BUSO, 2009). Longe de ser um recurso gráfico unilateral, sua mensagem atinge o receptor e, mais do que isso, torna-o coautor da construção da realidade.

A caricatura, pela rapidez, pelo exagero dos traços e pela síntese formal, alarga os pontos de vista, propõe relações diferentes para algo que todos conheciam aparentemente, todos teoricamente já sabiam. Assim, ela acaba por deslocar o leitor mediante a identificação ou o estranhamento para, então, abrir a possibilidade de outras realidades, alteradas, reelaboradas. Revela o absurdo no familiar e a familiaridade do que nos é estranho, mostrando além da imagem, além do alvo que pretende atingir. Torna expostos muitos julgamentos, mas de forma democrática, abrindo espaço para a decisão do leitor. Ela é formadora de opinião, mas em co-autoria, ou melhor, depende de uma relação de compromisso do leitor com a realidade, do estabelecimento de uma cumplicidade cotidiana, estando autor/leitor inseridos num mesmo contexto, numa experiência cultural comum. (QUELUZ, 2005, p.241)

Nesse processo de tradução dos acontecimentos no espaço social por meio de caricaturas, anúncios e outras estratégias gráficas, faz-se necessário situar as representações femininas nessas mídias impressas. Elas correspondem aos novos

comportamentos do público feminino e suas crescentes interferências urbanas, ao ponto de serem alvo de estranhamento, admiração e, sem dúvida, retaliações.

As mulheres, constituidoras de um mercado consumidor incipiente e sedento por novidades, invadem as avenidas, praças, cinematógrafos, festas ao ar livre, cafés e confeitarias, além das praias e clubes para a prática de esportes; nesse cenário, a estética pessoal é, como constatado anteriormente, um atributo essencial que deve ser zelado e, principalmente, apreciado. As supostas futilidades corporais – maquiagem, indumentária, acessórios – entretanto, atribuem significados somente no para as mulheres, justamente para fazer uma distinção entre as duas identidades de gênero. Schpun (2010) esclarece as questões do papel fundamental da beleza das mulheres, dizendo:

A manutenção da beleza torna-se tema privilegiado dos discursos normativos dirigidos às mulheres, discursos que não se limitam a incitar o trabalho sobre a beleza, mas que procuram ao mesmo tempo limitar-lhes os excessos, desvelando a expressiva adesão das mulheres à moda, à maquiagem, aos meios de sedução. (p.23)

Todas as atividades que a mulher pudesse desempenhar para fortalecer seu aspecto gracioso e esbelto são mostrados nas publicações femininas da época. Artigos esportivos e de atividades ao ar livre e até anúncios de tônicos (figura 10) eram imbuídos de propagar o incentivo à ação, à jovialidade e à vivacidade que o corpo, tão observado, precisava transparecer.



Figura 10 - Sabão Icthyolino

Fonte: A Bomba, ano I, edição 2. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

Ressaltando esse apelo ao jovial, Schpun (1999, p.110) afirma:

A imagem da mulher esbelta, com o rosto rosado pela vida ao ar livre, jovem e ativa, não se coaduna com a representação social e corporal das mulheres confinadas nos lares. A época quer corpos sãos, disciplinados e higiênicos. A palidez, os excessos de carne, a flacidez devem ser banidos a qualquer preço.

O tênis, a dança clássica, a natação e a ginástica eram esportes praticados pelas mulheres de classe média alta, e eram considerados propícios para a manutenção do corpo feminino. Havia uma inexpressiva quantidade de mulheres representadas na prática de desportos competitivos, haja vista que a competição, a garra e a coragem eram entendidas como características do gênero masculino.

Além disso, é importante evidenciar que havia uma fiscalização do comportamento da mulher nessas atividades, ora feita por homens, treinadores e possíveis fotógrafos, ora feita pelas treinadoras, que aconselhavam quais movimentos deveriam ser feitos para que o físico da mulher correspondesse aos parâmetros sociais difundidos na época. Os corpos, mais do que tudo, deveriam transpirar saúde e juventude e dinamismo.

Na charge “Na velhice tudo mente” (figura 11) é notável a diferença dos corpos das duas personagens; enquanto uma é jovem e esbelta, a outra é gorda e mais velha.



Figura 11 - Na velhice tudo mente

Fonte: Careta, 1919, edição 592. Acervo Físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

Essa diferenciação também se dá pela inserção de elementos formais vizinhos a cada personagem. Para a mulher mais velha, optou-se por signos redondos, circulares (o espelho de mão e o assento da cadeira circulares); já para a mulher mais nova, espelho e banco retilíneos.

Entre os espaços de lazer que as mulheres também começaram a ingressar eram as idas aos cafés, confeitarias ou em reuniões nas casas de amigas. Dispostas de xícaras e bules cerâmicos refinados e vestindo trajes variados – os chapéus das personagens, por exemplo, são todos de modelos diferentes e devidamente condizentes com a moda da época – as mulheres da capa “o chá das cinco” (figura 12) retratam uma cena comum do cotidiano do grupo feminino pertencente à classe média – alta da sociedade brasileira da época.



Figura 12 - O chá 'das cinco' (Raul)
 Fonte: Fon-Fon, ano IX, edição 45, 1915. Acervo Físico
 Casa da Memória. Fotografada pela autora.

Muitas vezes acompanhadas e sempre com horário marcado para voltarem a seus lares, as moças de boa fama trajavam vestimentas de rua seguindo as tendências de moda, que eram minuciosamente observadas para que não parecessem 'vulgares'.

A elite urbana que caminhava pelas ruas das metrópoles:

(...) afirmava seu poder pela constante exibição não somente de signos de distinção que carregava sua aparência, mas também sua capacidade empreendedora, espelhada nas inovações técnicas e no fomento às atividades estéticas e culturais. (FEIJÃO, 2011, p.79)

As representações de mulheres mais urbanas, entretanto, foram alvo de críticas nas revistas ilustradas. Existia uma linha tênue, por vezes imperceptível, entre o que era considerado de 'bom tom' e o vulgar. Mulheres que circulavam em lugares públicos sem a presença de maridos ou mães, que vestiam indumentárias consideradas inapropriadas – saias que deixavam à mostra os tornozelos, parte do corpo fetichizada – que utilizavam excesso de artifícios para ressaltar a beleza, ou que se comportassem maneira inadequada e que não correspondesse aos valores de austeridade e pureza eram, incontestavelmente, tachadas de mundanas.

As mulheres 'mundanas', que fazem o impossível para atrair a atenção, são alvo de reprimendas vindas de todos os lados. 'Artificiais', elas são consideradas como tais não somente por causa de seu recurso a instrumentos exteriores ao corpo, trajes da moda e cosméticos, mas também porque seus gestos, suas poses, enfim, seu comportamento corporal é considerado excessivamente estudado, em suma, 'artificial'. (SCHPUN, 1999, p.82)

Essas representações salientavam a construção da identidade normativa do gênero masculino e feminino. Para LOURO (2007, p.11) “as identidades de gênero e sexuais são, portanto, compostas e definidas por relações sociais, elas são moldadas pelas redes de poder de uma sociedade”. No recorte histórico em questão, a política hegemônica de identidade e de gênero estava no processo de construção e afirmação de um padrão aparentemente imutável, em meio a um cotidiano urbano moldado pelas intensas transformações sociais. O estabelecimento de posições de sujeito bem definidas conservava os antigos costumes e procurava assimilar as novas relações entre os indivíduos na cidade.

Além disso, encontram-se inúmeras divergências quanto ao compromisso dessas publicações com a veracidade e crítica dos fatos cotidianos. Rachel Soihet questiona o trabalho dos caricaturistas do início do século ao analisar as sátiras do comportamento feminino não sob o prisma de construtores de saberes e práticas modernas democráticas e em conjunto com o público, mas, sim, como repressores das novas atitudes das mulheres do início do século. Nesse sentido, Soihet (2004) afirma que “o recurso da ironia e da comédia foi um poderoso instrumento para desmoralizar a luta pela emancipação feminina e reforçar o mito da inferioridade e passividade da mulher”. Entretanto, é justamente a linguagem do humor gráfico, entre a ironia e a ambiguidade, que torna visível os conflitos e as tensões das transformações urbanas do início da República, representando não só as mudanças de comportamentos e diferentes posturas das mulheres, mas também dos homens.

2.3 MODA – CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Sem o intuito de esgotar as discussões que permeiam a moda, é interessante pontuar algumas reflexões iniciais antes de analisar as representações. A moda indumentária é categorizada no âmbito das indústrias criativas. Quando interpretada no âmbito das futilidades, o estudo sobre moda muitas vezes é deixado à margem das principais discussões sociais, econômicas e filosóficas, por ser considerada um problema de menor interesse antropológico/sociológico.

A moda tornou-se um problema esvaziado de paixões e de desafios teóricos, um pseudoproblema cujas respostas e razões são conhecidas previamente; o reino caprichoso da fantasia só conseguiu provocar a pobreza e a monotonia do conceito. (LIPOVETSKY, 2007, p.10)

Entretanto, autores como Gilles Lipovetsky posicionam as pesquisas sobre moda no cerne das discussões do contexto moderno e ocidental, uma vez que estas se mostram indissociáveis dos estudos de historiografia moderna.

Recolocada na imensa duração da vida das sociedades, a moda não pode ser identificada à simples manifestação das paixões vaidosas e distintivas; ela se torna uma instituição excepcional, altamente problemática, uma

realidade sócio-histórica característica do Ocidente e da própria modernidade. (LIPOVETSKY, 2007, p.10)

As problemáticas que envolvem o universo da moda precisam ser analisadas na esfera das modificações dos estilos e do parecer. Além disso, é relevante considerá-la como linguagem, na medida em que estabelece relações com outros meios de comunicação. A moda é, sobretudo, um meio de aparentar e se apresentar para o mundo, transparecendo o subjetivo e imaterial em um objeto concreto e, portanto, material (LIPOVETSKY, 2007).

É importante salientar que, aqui, encaramos a moda de vestuário do início do século XX como materialização de um sistema de significados que, assim como o telefone, o telégrafo, os automóveis, o cinematógrafo, instaurou novas maneiras de se relacionar pessoas e artefatos, e de se pensar o panorama em que a sociedade vivia, reordenando valores e instigando o consumo de imagens e modelos diferenciados.

Ao apropriar-nos de um artefato, também estamos nos apropriando dos modos de prática e dos significados a ele associados. Porém, tanto estes modos de prática quanto os significados são passíveis de transformações, na medida em que estão intrinsecamente ligados às dinâmicas sociais. (SANTOS, 2005, p.16)

Nos ensaios sobre moda de Godart, existem duas conceituações básicas para este fenômeno da indústria criativa. Primeiramente, “ela pode ser definida como a indústria do vestuário e do luxo (à qual podemos acrescentar os cosméticos), em que múltiplos protagonistas, como profissionais e empresas, desenvolvem carreiras ou estratégias” (GODART, 2010, p.10). A segunda definição de moda “pode ser definida como um tipo de mudança social específica, regular e não cumulativa e que, além do vestuário, manifesta-se em múltiplos domínios da vida social” (GODART, 2010, p.10).

Além de a moda ser uma atividade econômica pelo fato de produzir objetos, ela é também uma atividade artística porque gera símbolos. A moda não se contenta, portanto, em transformar tecidos em roupas, ela cria objetos portadores de significados. A moda é, por conseguinte, uma indústria cultural ou criativa. (GODART, 2010, p.14)

As transformações sociais ocorridas nas primeiras décadas do século XX impulsionaram a indústria da moda em todo o mundo. A moda europeia, sobretudo

aquela produzida na capital francesa, era seguida e copiada pela burguesia nacional brasileira. Vestidos toailete, *tailleurs*⁶, casacos *soutache*⁷, *manteau*⁸ de lã, camisola *négligé*⁹: a moda brasileira do início do século adota o modelo parisiense em todos os níveis, desde a nomenclatura das peças até a própria confecção. Schpun (1999, p.80) relata que “as mulheres ricas e das camadas médias podem ainda encomendar de suas costureiras modelos tirados de revistas nacionais ou estrangeiras. Para isso, tecidos finos também são habitualmente importados”. Mesmo com as diferenças climáticas entre Paris e as metrópoles nacionais, “a brasileira quer seguir Paris a qualquer preço, mesmo que isto implique estar metida num casaco longo de *renard* ou *vison* em pleno mês de abril, no Rio de Janeiro” (GONTIJO, 1988, p.30). Como lembram Oliveira, Velloso e Lins (2009, p.182):

A indumentária e a postura física passam a ser fundamentais nessa cultura de exposição dos indivíduos. A indumentária de rua parecia conter um certo fetichismo, guardar segredos. Havia um estilo correto no vestir para ir às ruas.

O deslocamento das mulheres das camadas médias do espaço do lar aos espaços públicos e sua maior inserção no mercado de trabalho são dois fatores primordiais para mudança do comportamento e da moda da época.

A utilização dos bondes, os passeios de automóveis, as idas à avenida central das grandes metrópoles, o hábito de pedalar a bicicleta, a inserção dos banhos de mar como lazer, a prática de esportes, os picnics e footings, as constantes idas ao cinematógrafo e o fervilhar de danças e ritmos dinâmicos modificaram a silhueta feminina no decorrer das décadas iniciais da Primeira República. Nos primeiros anos do século XX, a silhueta desenhada em forma de S (figura 13) ainda era predominante na moda feminina.

⁶ “Costume composto de casaco e saia que se tornou popular a partir da segunda metade do século XIX” (O’HARA, 1992, p.262).

⁷ “Abotoamento decorativo em passamanaria que forma laçadas sobre botões ou sobre um ‘pino’ do mesmo material. Originariamente usado em fardas militares, o sutache vem adornado em casacos e jaquetas femininas desde o século XIX” (O’HARA, 1992, p. 261).

⁸ “Capa com capuz adornada com pingentes de seda. [...] Costumava chegar até a cintura ou até os quadris, confeccionada de tecidos leves de lã” (O’HARA, 1992, p. 182)

⁹ “Peça leve e larga adornada com renda e babados, usada informalmente no lar durante o século XIX. O *négligé* permitia que as mulheres afrouxassem o espartilho entre trocas de roupas. [...] Na virada do século, o *négligé* foi substituído pelo vestido de chá.” (O’HARA, 1992, p. 195)



Figura 13 – Silhueta S (Gil)

Fonte: O Olho da Rua, ano 1909, edição 3. Acervo Físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

Segundo afirma Chataignier (2010, p.93):

Essa forma comprimia o corpo na cintura, deixando as nádegas salientes, e na parte frontal do tórax enfatizava os seios, colocando-os numa postura que o elevava em direção ao colo. Vista de lado, a silhueta feminina tornava-se desenhada como a letra sinuosa ou como uma ampulheta, como era chamada por algumas pessoas.

O uso do espartilho e da *crinoline*¹⁰, o emprego de rendas e babados variados, a utilização de chapéus ricamente adornados com plumas e a vastidão de acessórios detalhadamente produzidos são algumas das principais características da indumentária feminina do início do século XX. Os tecidos mais utilizados para a confecção das vestimentas da elite urbana eram a seda pura, *faille*, lã, veludo e rendas. Esses artifícios corroboravam com as diferenciações de gênero aparentemente bastante delimitadas. Segundo Oliveira, Velloso e Lins (2009, p.186) “corpos modulados, ornados e adornados eram associados ao universo feminino e se apresentavam de modo absolutamente distinto do masculino, reforçando as construções contemporâneas de feminilidade.”

A partir do final da primeira década do século XX, a silhueta feminina começou a ser modificada. As coleções criadas por Paul Poiret¹¹ descartaram completamente o uso do espartilho de suas peças, demonstrando um redirecionamento para uma construção de um corpo feminino mais retilíneo e esbelto, avançando ao modelo de traços corporais dos anos 20: silhueta reta e que não evidencia os seios e a parte traseira da mulher.

Libertas do espartilho não-saudável, as figuras femininas passam a usar roupas que davam maior liberdade para o ir-e-vir nas cidades. Trajes específicos para andar de automóvel, jogar tênis, fazer *picnics* ao ar livre, tomar banhos de mar, dançar e trabalhar começam a integrar o cotidiano das mulheres modernas. As idas ao cinematógrafo e ao teatro, diversão preferida dos indivíduos da elite urbana, são verdadeiros desfiles de moda. Extravagantes, nas primeiras idas ao cinematógrafo as figuras femininas não economizavam no tamanho das abas e enfeites dos chapéus (figura 14), extravagância esta que impedia os outros frequentadores do local de assistir aos filmes. A estética dessas mulheres se traduz em:

Vestidos de tecidos nobres, joias, meias, saltos altos, bolsas de couro, luvas e às vezes um chapeuzinho discreto e pequeno para não incomodar os apaixonados pelo cinematógrafo e suas divas hollywoodianas exibindo a última moda. (CHATAIGNIER, 2010, p.104)

¹⁰ Armação utilizada sob a roupa para aumentar o volume do traseiro, tornava a silhueta da mulher em forma de S.

¹¹ Famoso estilista francês do século XX e um dos responsáveis por “libertar” as mulheres do uso do espartilho.



Figura 14 – Depois do espetáculo (Herônio)
Fonte: O Olho da Rua, ano 1909, edição 55. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

Apesar de muitas mulheres da elite brasileira preferirem trazer seus vestidos, cremes e cosméticos de países como França e Inglaterra, via-se que tal processo ainda era bastante inviável e caro. Nesse contexto, as grandes lojas de moda começam a se multiplicar no ambiente urbano das metrópoles. Segundo Schpun (1999, p.78):

As lojas de luxo importam vestidos e moldes; algumas chegam mesmo a oferecer os serviços de seus ateliês de costura para consertos e ajustes, ou ainda para confeccionar localmente roupas íntimas e trajes em geral. Imigrantes francesas, costureiras e chapeleiras, instalam ateliês e, em alguns casos, abrem pequenas butiques na parte nobre do centro da cidade.

Em São Paulo, um dos estabelecimentos mais populares desse setor era a *Mappin Store*. Com sua sede brasileira fundada em 1913, a loja era originalmente oriunda da Inglaterra, cuja filial principal foi inaugurada em 1774. Segundo Schpun (1999, p.78):

[...] uma das duas grandes lojas da cidade (junto com a Casa Alemã), introduz novas maneiras de vender utilizando vitrines e manequins, para apresentar melhor as mercadorias, além de venda por catálogo e das encomendas por telefone ou por correio, da possibilidade de trocar artigos que não agradam os clientes, de um serviço de entregas, etc. A publicidade da loja na imprensa apreça em várias línguas para atingir todas as comunidades de imigrantes da cidade, através de seus respectivos jornais. Certos anúncios destinados às mulheres da elite, na tentativa de produzir uma imagem de refinamento, são escritos em francês.

No tocante aos discursos higienistas sobre exposição dos corpos, houve uma adoção de trajes mais curtos e sem muitos tecidos pesados, o que contribuía para a manutenção da saúde física. Essa adequação das vestimentas femininas foi incorporada e redefinida na segunda década do século passado, período em que várias mulheres adotaram o estilo que ficou conhecido como os das melindrosas, tais como as figuras femininas criadas pelo J. Carlos, definida por SCHPUN (1999, p.112) como:

[...] mulher-menina, carioca, coquete, com cabelos curtíssimos e às vezes untados com brilhantina. Era o estilo à la garçonnette tropical do que poderia manter também os cabelos escondidos sob o chapéu cloche ou uma boina caída de um lado só.

Os trajes utilizados pelas melindrosas consistiam em “minivestidinhos sensuais ou simplesmente tubulares, sapatilhas e sapatinhos com pequenos saltos e pulseirinhas nos tornozelos, aliás a parte do corpo considerada fetiche, seios espremidos e boquinhas rubras (...)” (CHATAIGNIER, 2010, p.112). Formava-se, dessa maneira, um novo tipo de sujeito feminino: mulheres modernas, que vestiam trajes curtos e justos e que se expunham aos comentários e alfinetadas dos homens e outras mulheres (BAHLS; BUSO, 2009). As tensões entre o que era considerado de bom tom e o que fazia parte das características de uma mulher mundana eram traduzidas na produção dos trajes da época e, mais do que isso, reiteradas ou descartadas a partir das escolhas femininas. Muitas vezes, as fronteiras entre duas características supostamente antagônicas não apresentavam, na prática, um retrato

bem definido. Uma mulher considerada mundana poderia adotar características de um sujeito feminino austero, e esse pequeno detalhe poderia ser observado pelo tipo de roupa, maquiagem, corte de cabelo ou comportamento social adotados pela pessoa naquela ocasião.

O estilo de vestimenta da mulher do século XX pautava-se no *glamour* inspirado nas celebridades do cinema americano. A elegância dos trajes femininos da segunda década do século XX é resumida por Chataignier (2010, p.113):

Franjas de seda ou canutilhos, bordados *art déco*, proporcionavam às peças da década um quê de atrevimento. Assim como os sapatos de pulseirinha – não tão juvenis como os das melindrosas – com saltos médios e grossos, os demais acessórios chamavam a atenção: casacos e estolas de peles de animais, como o *vison*, a *hermínia* e a *raposa* – esta a mais usada -, meias longas de sede clara, carteiras pequenas ou saquinhos redondos bordados com canutilhos para festas e chapéus com finas plumas *aigrettes* (ave européia) ou plumas imensas de avestruz tinturadas nas cores da moda. Quanto às luvas, ninguém deixava de usá-las em qualquer ocasião, variando os materiais e os comprimentos.

O hábito das práticas de lazer em áreas ao ar livre também fez com que mudassem as regras de sociabilidade. As praias, que em meados do século XIX eram somente utilizadas para despejo de dejetos das cidades e coleta de frutos do mar (OLIVEIRA; VELLOSO; LINS, 2010), foram abertas no início do século XX para o lazer e seu uso foi concedido, a princípio, a um público restrito. Proibiram-se os banhos de mar às senhoras de respeito, restringindo-os somente aos homens. Alguns anos depois, houve a abertura dessas áreas de entretenimento para moças e senhoras, que só nadavam de camisola e em momentos em que a praia estivesse deserta. Em 1906, o prefeito Pereira Passos estabeleceu normas de banho que continham imposições às moças sobre o nado acompanhado de um banhista, que a segurava pela mão. Uma década depois, restringiram-se as regras para a circulação nas praias, que já contavam com horários de funcionamento e proibição de sons altos (OLIVEIRA; VELLOSO; LINS, 2010).

Os trajes de banho passavam pela rigorosa fiscalização pública, sobretudo os utilizados pelas mulheres. Nos primeiros anos do século XX, a indumentária de praia das mulheres consistia em camisolas longas que deviam ser cobertas com um roupão. A partir da segunda metade do primeiro decênio do século XX, modificaram-se os trajes femininos para os banhos de mar. Compostos por macaquinhos de malha e

toucas, o corpo feminino, mais exposto, apresentou maior flexibilidade e liberdade para praticar as atividades ao ar livre.

A prática de exercícios físicos, outrora abominado pelas camadas mais abastadas, começava a modelar os corpos que passeavam por ruas e avenidas das urbes. “O objetivo é uma verdadeira modelagem do corpo, que implica um estilo de vida: regime alimentar, dia-a-dia mais ativo, exercícios apropriados. A dança clássica, ‘atletismo da mulher’, modela os gestos da graça” (SCHPUN, 1999, p.13).

A adoção de um modelo de vida mais “saudável” implicava o trajair de roupas que condissessem com a atividade física sem comprometer o desempenho dos “novos atletas”, ao mesmo tempo em que comunicassem a sofisticação do indivíduo. A esgrima, tênis (figura 15), golfe, equitação (figura 16) e as corridas de cavalos são alguns dos esportes preferidos pela elite das metrópoles brasileiras e internalizavam as construções de *status* social da classe dominante.



Figura 15 – Capa da revista Fon-Fon de agosto de 1912 (KLIXTO)

Fonte: Fon-Fon, ano VI, edição 31. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.



Figura 16 – Capa da revista Fon-Fon de abril de 1914.
Fonte: Fon-Fon, ano VIII, edição 14. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

Em dois casos, é possível observar o quanto tais esportes eram elitistas e racialmente segregados. No primeiro caso, a capa da Fon-Fon! de outubro de 1914 (figura 17) apresenta uma explícita hierarquização de etnia. Enquanto a mulher branca, elegante, vestida com um casaco amarelo amarrado à cintura, vestido listrado e chapéu joga golfe, ao lado direito dela aparecia um menino negro, de tamanho muito inferior se comparado à figura feminina, e está vestido com um macacão simples. Ele não participa do jogo, estando ali apenas para reafirmar a superioridade e riqueza da mulher.



Figura 17 – Capa da revista Fon-Fon de outubro de 1916.
Fonte: Fon-Fon, ano X, edição 42. Acervo físico Casa da Memória.
Fotografada pela autora.

No segundo caso, nota-se uma típica cena de corrida de cavalos. Na capa da revista Fon-Fon de julho de 1914 (figura 18), o destaque do carro em primeiro plano, os carros ao fundo, o luxo da vestimenta e o requinte dos detalhes também demonstram que esse esporte, longe de ser destinado a todos os públicos, limitava-se a uma pequena parcela da população que possuía meios de estar ali, e, mais do que isso, apreciava a diferenciação de espaços. Como afirma Saliba (1998, 318) o fato de invisibilizar as pessoas mais pobres “fazia parte da fantasia cosmopolita

burguesa: daí o culto de hábitos urbanos e de novos modos de vida que os diferenciavam do restante da população”.



Figura 18 – Capa da revista Fon-Fon de julho de 1914.
Fonte: Fon-Fon, ano VIII, edição 29. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

Segundo Schpun (1999, p.61):

O aspecto chique do tênis é então muito importante. Ele provém não somente do refinamento dos trajes, mas também do domínio corporal, do controle físico que convém inteiramente aos representantes da oligarquia, homens ou mulheres: aí, o parecer e o ser se confundem.

A moda, como foi possível observar anteriormente, é um fenômeno social único e que se comunica com outros meios de construção de identidades culturais. Lipovetsky (2007) descreve com precisão o caráter paradoxal e “libertador” da moda:

Resta que, contrariamente aos estereótipos com que grotescamente a vestem, a era da moda é a que mais contribuiu para arrancar os homens em seu conjunto do obscurantismo e do fanatismo, para instituir um espaço público aberto, para modelar uma humanidade mais legalista, mais madura, mais cética. A moda consumada vive de paradoxos: sua inconsciência favorece a consciência; suas loucuras, o espírito de tolerância; seu mimetismo, o individualismo; sua frivolidade, o respeito pelos direitos do homem. No filme acelerado da história moderna, começa-se a verificar que, dentre todos os roteiros, o da Moda é o menos pior. (LIPOVETSKY, 2007, p.21)

Levantadas as questões de moda feminina no início do século XX, é possível caminhar para o princípio de uma análise das representações de moda e suas formas de construir discursos e significações diversificados.

3 ANÁLISE

A moda atua como ferramenta para a construção de imaginários sociais. Os acessórios, bem como as vestimentas e os cortes de cabelo revelam questões que remetem à aparência, ao frequentar de lugares públicos e privados, à sedução, às metáforas e alegorias. Nesse capítulo, encontra-se o resultado das análises das imagens escolhidas.

3.1 Análise das imagens

Antes de iniciar as análises, é importante definir a metodologia e os critérios que foram adotados para a leitura dessas peças gráficas e, antes disso, como elas foram aqui pensadas. A imagem, segundo Joly (2006), é uma representação que tem a função de “(...) evocar, querer dizer outra coisa que não ela própria, utilizando o processo de semelhança”. Construída culturalmente, ela pode possuir várias significações, todas estas dependentes\determinadas pelo contexto\convenção cultural daqueles que as interpretam. Imagens são artefatos inseridos em específicos cenários sociais\culturais, sendo necessária uma pesquisa mais aprofundada sobre os ícones que as compõem e, mais do que isso, como esses ícones foram percebidos, codificados e assimilados pelos indivíduos que viviam nesses cenários.

Para a análise das charges, utilizaram-se os conceitos de semiótica peircianos apresentados por Martine Joly. Segundo Peirce¹² (1978 apud JOLY, 2006, p. 33), um signo é “algo que está no lugar de alguma coisa para alguém, em alguma relação ou alguma qualidade”. A partir dessa definição, Joly (2006) afirma que um signo se relaciona com três eixos: o significante, o significado e o interpretante; isso corrobora com o pressuposto de que a interpretação de um signo depende do contexto em que surge e, também, da expectativa do seu receptor. Ao se analisarem os elementos de

¹² PEIRCE, Charles Sanders. *Écrits sur le signe*. Paris: Seuil, 1978.

uma imagem, existe, nessa corrente de estudos da semiótica, uma classificação de três signos distintos: ícone, índice e símbolo.

O ícone corresponde à classe de signos cujo significante mantém uma relação de analogia com o que representa, isto é, com o seu referente. [...] O índice corresponde à classe dos signos que mantêm uma relação causal de contiguidade física com o que representam. [...] Finalmente, o símbolo corresponde à classe dos signos que mantêm uma relação de convenção com o seu referente. (JOLY, 2006, p.35)

A tarefa de assimilação, tradução, decodificação de signos que, em um primeiro momento, parecem ser similares aos de hoje exige um cuidado especial para que não se fique apenas no senso comum, provocando anacronismos. Segundo HALL¹³ (1997 apud QUELUZ; SILVA, 2012, p.243):

[...] as representações são interpretações de algum referente, materializadas através da linguagem; um sistema sociocultural de codificação das ideias sobre o mundo, capaz de evocar e compartilhar significados que têm efeitos reais, regulando práticas sociais e assinalando diferenças.

É importante perceber como essas representações procuraram reconstruir/remodelar o imaginário popular no período da Primeira República. Segundo Carvalho (2005, p.10) “A elaboração de um imaginário é parte integrante da legitimação de qualquer regime político”. Considerando a relevância política, social e histórica das representações femininas, optou-se por analisá-las sob a ótica da moda e seus elementos caracterizantes com o intuito de compreender como se construía a visão do feminino sob a perspectiva dos caricaturistas, chargistas e ilustradores das revistas ilustradas.

Isto posto, foi importante levantar algumas questões que conduziram as análises das charges. Como as mulheres eram representadas? Como eram as representações de homens no tocante ao comportamento da elite feminina na Primeira República? Como essas imagens reforçam o ideal\padrão desse gênero e como a subversão dessa conduta ideal\padrão era mostrada? Como interpretar a associação\alegoria da imagem da mulher às instituições públicas? Quais as relações com o contexto histórico e cultural brasileiro?

¹³ HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. Educação & Realidade, Porto Alegre, v.22, nº, p. 15-46, jul./dez. 1997.

Vale lembrar que para responder estas questões parte-se da premissa de que as representações estão:

[...] sempre colocadas num campo de concorrências e de competições cujos desafios se enunciam em termos de poder e de dominação. As lutas de representações têm tanta importância como as lutas econômicas para compreender os mecanismos pelos quais um grupo impõe, ou tenta impor, a sua concepção de mundo social, os valores que são os seus, e o seu domínio. (CHARTIER, 1990, p.17 apud QUELUZ; VICENTE, 2012, p.44) ¹⁴

Entretanto, os indícios de qual seria a melhor abordagem para este trabalho só foram concretizados quando se iniciou o levantamento das imagens fotográficas. Este foi realizado no acervo físico Casa da Memória durante o segundo semestre de 2011, sob orientação da professora Marilda Queluz. O tema sobre representações femininas nas revistas ilustradas do início do século XX estava previamente inserido numa pesquisa de iniciação científica direcionada às representações de tecnologia nos mesmos periódicos, o que tornou indispensável a divisão do tempo disponível para a captação das fotografias entre esses dois assuntos, para que tanto a iniciação científica quanto o trabalho de conclusão de curso não fossem prejudicados.

Ao todo, foram captadas 252 imagens que tivessem direta ou indiretamente retratos da moda feminina da época. Dentre as várias imagens selecionadas, observou-se a recorrência de tais temas:

- Mulher como metáfora
- Moda e ironia
- Moda e espaços abertos
- Moda e espaços fechados
- Moda e aparência
- Moda e anúncios
- Moda e sedução

Apesar de terem sido categorizadas nos temas acima mencionados, é importante ressaltar que esse recurso foi adotado somente à guisa de organização, uma vez que esses temas poderiam estar correlacionados e, por vezes, embutidos em uma mesma imagem. Foi necessário dissociar e fragmentar todos os possíveis significados que cada representação carregava, e entender como essa interação entre

¹⁴ CHARTIER, Roger. A história cultural. Entre práticas e representações. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

vários signos ocorre nas caricaturas, charges e anúncios coletados. O material fotografado foi encontrado em edições das revistas: Careta, O Olho da Rua, A Rua, A Rolha, Ilustração Paranaense, A Bomba, Fon-Fon, O Itiberê, O Jazz, A Carga; dentre essas, as únicas que são de outros estados são Fon-Fon e Careta, ambas do Rio de Janeiro.

Pesquisas e consultas ao acervo da Casa da Memória são abertas ao público, porém, como a maioria dos periódicos analisados encontrava-se no setor de Obras Raras, localizado no terceiro andar do prédio, era necessário requisitar o material a ser fotografado com dois dias de antecedência para que o mesmo fosse retirado do ambiente aclimatizado em que é conservado. No momento do manuseio das revistas, foi necessária a utilização de luvas de borracha devido ao aspecto frágil que as peças – algumas com mais de cem anos – se encontravam.

Feitas a coleta e a categorização das imagens, selecionaram-se 18 imagens a serem analisadas nessa segunda etapa. Os resultados dessas análises se encontram nos subitens a seguir.

3.1.1 Mulher como metáfora

A representação da figura feminina como paródia\alegoria da política é uma estratégia visual que remonta à época clássica – Grécia e Roma –, sendo retomada\remodelada pelos revolucionários franceses nos séculos XVIII e XIX. Associada à ideia de liberdade, a alegoria da mulher como República perdurou no imaginário coletivo francês por muitos anos até ter seu sentido deslocado à ideia de nação (CARVALHO, 2005). Ainda segundo o autor (CARVALHO, 2005, p.10):

O imaginário social é constituído e se expressa por ideologias e utopias, sem dúvida, mas também [...] por símbolos, alegorias, rituais, mitos. Símbolos e mitos podem, por seu caráter difuso, por sua leitura menos codificada, tornar-se elementos poderosos de projeção de interesses, aspirações e medos coletivos.

No Brasil, houve a intenção por parte dos simpatizantes do modelo republicano de construir a metáfora da república libertária com o símbolo da mulher, mas logo se percebeu que essa alegoria não era socialmente tão forte porque não

havia uma comunidade de imaginação em comum que pudesse alavancar uma representação positiva da república. Carvalho (2005, p. 13) explica que “inexistindo esse terreno comum, que terá suas raízes seja no imaginário existente, seja em aspirações coletivas em busca de um novo imaginário, a relação de significado não se estabelece e o símbolo cai no vazio, se não no ridículo.”

O que se observa nas representações cômicas do início da Primeira República brasileira é exatamente o fracasso de um símbolo positivo, predominando a “[...] versão paródica, sob forma de caricatura visual ou verbal, da mulher elegante ou mundana, solene ou doméstica, corrompida ou sedutora [...]” (SALIBA, 1998, p. 313). A paródia, ao lado da ironia e da ambiguidade, dominava as charges brasileiras do período:

Para além dos seus reconhecidos sentidos originais de ‘alusão cômica’, ‘canto paralelo’, ‘imitação irônica’ - ou seja, na prática textual referente a uma outra parte prática textual -, a paródia foi, talvez, a forma privilegiada para representar a possibilidade da vida privada brasileira. (SALIBA, 1998, p 307)

Mimetizando as charges francesas e, sobretudo, a tradição clássica, nas quais associava-se alegoricamente a figura da mulher com a República, os caricaturistas brasileiros passaram a adotar essa estratégia visual para retratarem as cidades, as instituições e até mesmo a República; na maioria dos casos, a versão paródica funcionava como elemento cômico e de crítica aos problemas frequentes verificados nas cidades.

Na figura 19, na charge de Helio Scotti para A Bomba de 1913, existem dois pontos-chaves que conduzem à sua interpretação: a representação de uma rua como uma mulher e a crítica às precárias condições da mesma rua. De acordo com o que afirmam Bahls e Buso (2009, p.16)

A caricatura é a representação de um personagem conhecido, político ou artista. Contudo, ela dá ênfase ao exagero das características da pessoa, acentuando os gestos, vícios e hábitos particulares do caráter físico e moral do indivíduo, representado de forma humorística.



Figura 19 – Rua XV (Helio Scotti)

Fonte: A Bomba, ano I, edição II. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

Aqui há uma ironia sobre a imagem da rua XV como cartão postal da cidade de Curitiba. Ao adotar a estratégia visual que consiste em representar a rua como uma mulher elegante que calça sapatos velhos e destruídos, o autor utiliza estes últimos como símbolo da situação precária em que se encontrava o calçamento da rua XV; a elegância da cidade-mulher não condiz com seus calçados.

Na charge, representou-se uma mulher sentada, com o rosto virado em direção ao outro integrante da cena. A figura feminina traça uma saia longa, um casaco com botões que se fecha na cintura e um chapéu de aba reta adornado com plumas, que esconde o seu rosto e simboliza a vergonha da personagem em estar nessa situação. Entre os acessórios, porta somente uma bolsa pequena com fecho em botão.

Em se tratando do símbolo principal da crítica do caricaturista, percebe-se que o modelo da bota em questão é abotoado e de couro, o qual era muito utilizado na época como sapato utilitário/diurno; sua indumentária contrasta com as botas sujas e remendadas. A figura masculina ao seu lado traça terno, colete, camisa e gravata, combinando com a vestimenta escolhida para a mulher. Em segundo plano figura um balcão com um caixa de loja: ambos os signos icônicos servem como ferramenta

contextual, uma vez que, ao trabalharem em concomitância com os signos textuais, situam os personagens da imagem em uma loja de calçados.

Os signos verbais dessa representação, sobretudo as reticências, evocam a vergonha da personagem feminina em pedir apenas meia sola, remetendo às reformas constantes do calçamento da rua sem, contudo, resolver problemas estruturais e urgentes. As exclamações presentes na fala da figura do vendedor de calçados corroboram com a insatisfação compartilhada pelos curitibanos, especialmente pela desilusão de como deveria ser a Curitiba da época e como ela, de fato, estava; denota um sentimento de abandono e descaso com a urbe por parte do prefeito Cândido de Abreu. Bahls e Buso (2009, p. 86) comentam sobre as condições precárias da infraestrutura da capital paranaense ao afirmarem que:

Cotidianamente, os curitibanos conviviam com distintos problemas de infraestrutura, que insistiam em confrontar-se com o discurso oficial do período, transmitido pelas autoridades e pelos meios de comunicação – ruas esburacadas e cheias de lama, sistema de abastecimento de água insuficiente ou inexistente, falta de segurança pública e de higiene e outras deficiências da vida urbana, que não eram exclusividade de Curitiba, mas atormentavam as principais capitais do país.

O traço do autor é definido por hachuras, linhas fortes e que definem bem todos os elementos da imagem. As cores, chapadas e monocromáticas, delimitam as fronteiras da caricatura e a falta de moldura possibilita que exista maior relação visual da cena com a página.

A representação da república como mulher é muito recorrente nos periódicos ilustrados do início do século XX, principalmente na data de sua proclamação. A figura 20, caricatura feita por J. Carlos para a capa da revista *Careta* de 15 de novembro de 1919, é uma das inúmeras alegorias críticas ao símbolo republicano presentes na imprensa brasileira. Nela, observa-se a figura feminina trajada com um vestido com inspiração clássica, remetendo à retomada da representação republicana nos moldes greco-romanos. Personagem grandiosa, sua indumentária ainda remete à bandeira brasileira, com suas cores e símbolos característicos (o verde, o amarelo, o azul, o branco e as estrelas). Como adorno dos cabelos, um ramo de flores, o qual, mais uma vez, faz menção à figuração feminina clássica, e o barrete frígio¹⁵ – símbolo que comumente aparecia em representações da República.

¹⁵ O barrete frígio na antiga Roma era um símbolo de liberdade conquistada, usado pelos escravos libertos. Na França revolucionária era um atributo masculino, na cor vermelha, usado por aqueles que



Figura 20 – Colhe hoje mais uma flor (J. Carlos)

Fonte: *Caretta*, ano XII, edição 15, 1919. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

Em contrapartida, a figura do homem, representando aqui o cidadão comum, tem sua estatura diminuta, suas roupas remendadas: ao lado da outra personagem, é insignificante. Mais uma vez, os signos plásticos e icônicos reforçam os signos textuais, no caso “essa rapariga só colhe? Não semeia?”. O ilustrador, ao colocar estes elementos que compõem a caricatura, trabalha com mais de uma metáfora: além de representar uma mulher como alegoria da jovem república, as flores colhidas

se sentiam ativamente engajados ao novo regime. Nas representações idealizadas da República aparece como a liberdade. Ver José Murilo de Carvalho, 2005.

por ela representariam os recursos, as riquezas do País. Uma nação que possui muito a oferecer, mas que não recebe nada em troca – nem governabilidade, auxílio ou gestão - do “moderno” e promissor modelo republicano. É um desapontamento latente e crescente no corpo editorial da época, já que era sabido que muitos dos caricaturistas da época – inclusive J. Carlos – apoiavam e acreditavam na república como estrutura ideal de governo.

O dinamismo da imagem é proporcionado pela maneira de como os elementos foram posicionados e executados: com clara inspiração *art déco* o efeito das vestes em azul claro cria um movimento envolvente e, harmonizado com o restante das vestes, o posicionamento das mãos da República-mulher e seus traços delicados, alude à noção de graciosidade da Nação.

3.1.2 Moda e espaços abertos

Conforme o que foi dito no subcapítulo “contexto histórico”, uma parcela feminina começou a ser mais vista/percebida nos espaços públicos na transição do século XIX ao século XX. Esse deslocamento, assim como todas as novidades do novo século que despontava, foi sendo assimilado pelos homens e traduzido\mostrado em caricaturas e charges da época. Porém, ainda que presença feminina nas ruas fosse cada vez mais recorrente, os comportamentos esperados dessas mulheres continuavam ligados ao lar.

A visibilidade que a mulher assumiu, nesse processo, propiciou um reordenamento de seu papel na sociedade. [...] Para as mulheres, a apresentação no espaço público podia constituir-se em uma ameaça à virtude e à respeitabilidade. (BAHLS; BUSO, 2009, p.110)

A leitura que se pode fazer das representações selecionadas de mulheres nos espaços públicos sugere os diferentes modos como tais deslocamentos eram registrados e interpretados pela imprensa.

“Afora os locais de lazer, o espaço da mulher na sociedade se expandia, atingindo a indústria, o comércio e os serviços públicos e privados” (BAHLS E BUSO, 2009, p.108). Praias, bondes elétricos, ruas, avenidas, praças, cinemas, lojas: lugares

em que a elite feminina começou a aparecer, frequentar e, até um certo nível, pertencer.

Oliveira, Velloso e Lins (2009, p.177) discorrem sobre esses novos deslocamentos de algumas camadas da sociedade:

As avenidas, cinematógrafos, cafés e até mesmo as praias e os banhos de mar permitiam um certo toque e olhar ilícitos. Toques e olhares que aconteciam entre estranhos que passaram a dividir o mesmo espaço urbano, e não mais entre amantes ou enamorados em suas intimidades.

Os banhos de mar tornaram-se, no início do século XX, uma forma de divertimento cada vez mais frequente entre as classes sociais ascendentes. Mais do que somente um espaço de lazer, o discurso higienista\médico divulga a prática de banhar-se ao mar como um hábito saudável.

Na charge *Pelas nossas praias – pôses ao ar livre* (figura 21) publicada no periódico semanal *Careta* de 1918, é retratada uma cena típica do lazer nas praias.



Figura 21 – Pelas nossas praias - Pôses ao ar livre (J. Carlos)

Fonte: *Careta*, ano XI, nº509, 1918. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

A figura feminina em primeiro plano segura um roupão de banho felpudo feito de pele\plumas, e é representada com um traje de banho composto por duas peças: *bloomers*¹⁶ presos apenas um pouco abaixo dos joelhos, blusa de mangas curtas, decote em V, cintura marcada; touca de banho de poá cobrindo a cabeça e sapatilhas*espadrilles* de fitas próprias para o uso nas dependências marítimas.

O traje de banho dos homens é mais livre\despojado que aquele vestido pela figura feminina em destaque: as três imagens masculinas usam regatas e calções de banho acima dos joelhos, vestimentas que dialogam com suas posturas desinibidas. Um outro personagem, que se apresenta virado de costas para o espectador\leitor e em segundo plano, aparece um pouco mais estilizado que os demais, vestindo regata listrada preta e branca e chapéu de abas largas.

A mulher, posicionada ao centro da cena, atrai o olhar das representações masculinas que se encontram em segundo plano. O chargista compõe o corpo feminino de maneira que ele apareça de frente para o leitor, enquanto o rosto da personagem volta-se para o personagem à esquerda na cena.

A postura sensual corrobora com a significação do sujeito feminino como espetáculo a ser visto e admirado, contrapondo com a linguagem corporal descontraída dos personagens masculinos. No tocante aos componentes secundários da cena – as personagens que estão no mar – percebe-se que a praia retratada é bastante frequentada pela população local.

Na charge de Belmonte (figura 22), é possível destacar o olhar malandro e audacioso recorrente nas praias do início do século XX. Na imagem, estão representadas duas figuras humanas – uma masculina e outra feminina - em primeiro plano, as quais se encontram no cerne da análise da peça gráfica. O segundo plano é composto por elementos icônicos que contextualizam a caricatura: o mar, as aves e duas personagens masculinas que se banham, nuvens e montanhas.

¹⁶ “[...] qualquer peça de roupa larga, franzida, semelhante a calças, que seja presa entre o joelho e o tornozelo e usada sob saias compridas” (O’HARA, 1992, p.46).

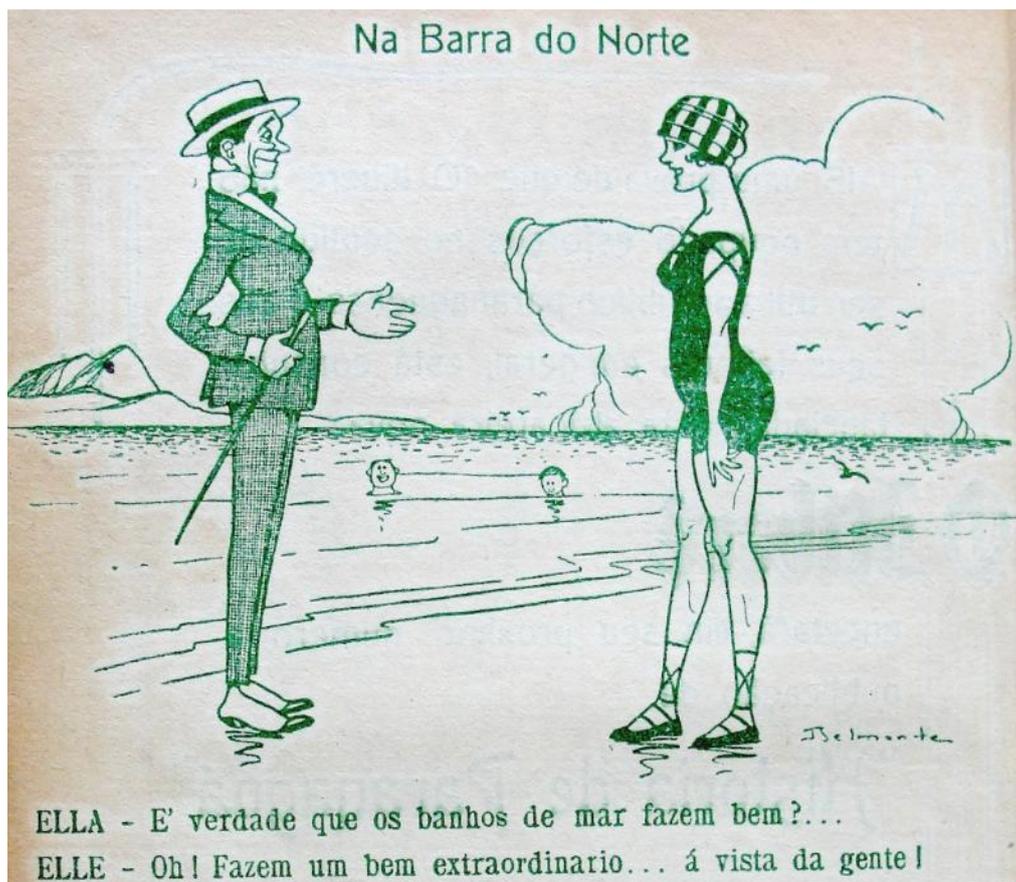


Figura 22 – Na barra norte (Belmonte)

Fonte: O Itiberê, ano III, edições 24 e 25. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

O vestuário feminino representado possibilita identificar algumas características do policiamento/fiscalização do corpo das mulheres em espaços públicos, sobretudo nas praias, onde estavam mais expostas. Segundo Oliveira, Velloso e Lins (2009, p.199):

A relação entre a mulher, a água, a praia e, obviamente, a exposição do seu corpo foi mudando ao longo das três primeiras décadas do século. Assim, se até os anos 20 sua presença nas praias era policiada, com a progressiva modernização dos costumes os hábitos foram se transformando.

Antes da década de 1920, os modelos femininos eram mais contidos e “comportados” segundo a lógica daquela sociedade; com o passar dos anos e o aumento progressivo de pessoas que utilizavam as áreas marítimas para o lazer, as mudanças na moda praia acarretaram na contínua liberação do corpo feminino que, ao passo que se expunha mais, atraía mais olhares cobiçosos e fiscalizadores. Nesse sentido, o traje escolhido para a mulher – um macaquinho de banho preto na altura

da coxa com decote frontal e manga curta, com alças que transpassam o braço, touca listrada e franzida e sapatilha de tecido com fitas que se amarram aos tornozelos – ilustram essas modificações na indumentária de praia feminina do segundo decênio do século XX. A roupagem da personagem masculina, composta de terno, camisa, gravata, chapéu-palmeta adornado com uma fita preta, sapato bicolor e bengala, contrasta com a vestimenta feminina, que se apresenta mais exposta – e, provavelmente, mais “adequada” às dependências marítimas; seguindo os hábitos de galanteios/flertes masculinos, a exposição do corpo feminino é o mote da piada.

No pano de fundo da charge, destaca-se a figura da nuvem, que, com suas linhas curvas e sinuosas, serve de suporte/ferramenta visual que envolve e enaltece as formas da mulher da cena, corroborando com o cenário de espetacularização da aparência feminina.

Os componentes textuais da charge confirmam a atração e o tom galanteador, e as reticências presentes na fala da personagem masculina (“oh! Fazem um bem extraordinário... á vista da gente!”) enfatizam o comentário final inesperado. Por fim, assim como o leitor da revista, os outros dois personagens/banhistas introduzidos no segundo plano da ilustração assumem o papel de espectadores da ação.

Além dos locais de entretenimento, os indivíduos de ambos os sexos adotaram progressivamente os bondes elétricos como meio de transporte, cenário que suscitou mudanças necessárias e significativas para vestuário feminino, como exemplifica Chataignier (p. 82, 2010): “[...] as saias se tornaram mais curtas e menos rodadas, pois os degraus nos veículos eram altos, os chapéus ficaram menores e menos enfeitados e os sapatos, mais sólidos”. Seguindo o mesmo fio condutor, Saliba ainda ressalta as modificações urbanas, que foram incisivas também nas mudanças de comportamento dos indivíduos e na divisão do espaço público:

Muitos dos registros paródicos dessa nova dimensão de velocidade e de encurtamento da duração apegaram-se aos meios de transporte, esses lugares de passagem, por excelência, entre o espaço público do trabalho e o espaço privado da vida doméstica. A crônica urbana reconhecia, no geral, que o bonde elétrico e o automóvel – o primeiro do início do século e o segundo mais difundido a partir dos anos 20 – abriram novos espaços de sociabilidade e de manifestação individual, instigando à mobilidade e à projeção de novos desejos e novos comportamentos sociais. Para além da reclusão nas fronteiras da intimidade da casa ou no recato das relações familiares, as novas possibilidades de trânsito e de circulação nas cidades

abriram, pelo menos, outras alternativas para as pessoas descobrirem novos espaços individuais. (SALIBA, p. 329, 2010)

Isto posto, a charge sequencial (figuras 23 e 24) presente na vigésima edição do periódico Fon-Fon! de 1913 destaca a assimilação dos entraves existentes quando se compartilhavam os espaços públicos nas primeiras décadas da República Velha.



Figura 23 – Primeiro quadro da charge do bonde.
Fonte: Fon-Fon, ano VII, edição 20. Acervo físico Casa da memória. Fotografada pela autora.



Figura 24 – Segundo quadro da charge do bonde.
Fonte: Fon-Fon, ano VII, edição 20. Acervo físico Casa da memória. Fotografada pela autora.

Os dois personagens das cenas, ambos desconhecidos um ao outro e retratados como homem – à esquerda – e mulher, à direita, dividem um banco em um bonde elétrico: uma cena que causa estranhamento e desconforto, sobretudo para a personagem masculina.

Essa proximidade “forçada” entre os sexos é discorrida por Schpun (1999, p.75), que afirma:

Um certo embaraço continua existindo na relação entre as mulheres e o espaço da rua; várias formas de resistência ao fenômeno procuram marcar maior intimidade dos homens com a cidade e lembram incessantemente que as mulheres pertencem antes de mais nada ao espaço privado.

A moda – e, nesse caso, a indumentária feminina - mais uma vez mostra-se relevante no sentido de determinar o que seria adequado ou não vestir nessas situações de compartilhamento de espaços. A figura feminina traça uma camisa de gola alta e um casaco abotoado com lapela *notch*, porém, o adereço principal da cena é o chapéu com abas largas e adornado com plumas. Este acessório faz um contraponto com aquele utilizado pelo homem, que porta um chapéu de aba curta, preto e “discreto”, caso comparado ao modelo utilizado pela mulher da cena..

O hábito de utilizar chapéus era bastante difundido, não só nas classes mais altas, mas também entre as camadas populares. Com a crescente inserção de novos espaços de lazer – cinematógrafos e teatros - e de novos transportes públicos, tal costume se tornou um problema de ordem pública que foi resolvido com a proibição\controle do uso de chapéus de abas grandes ou muito adornados. Por conseguinte, no tocante à charge, a solução esperada seria a mulher tirar o chapéu; ao invés disso, ela apenas dobra a aba: um ato definitivo de provocação feminina. A incitação que, em si mesma, já representa uma afronta intrigante, é reforçada com a reação da personagem masculina na segunda cena e com a resposta da personagem feminina, que comunica “prompto! Assim o senhor não tem mais motivo de queixa!”.

3.1.3 Moda e espaços fechados

Bailes, cinematógrafos, teatros, lojas, casas de amigas, cafés: todos esses locais começam a fazer parte do cotidiano das mulheres brasileiras das classes média e alta das grandes cidades. Ainda que fossem muito mais comuns e mais acessíveis, a frequência do grupo feminino nesses espaços não foi sempre percebida de maneira pacífica. O discurso médico impunha “sua própria moralidade, oposta às mundanidades, às festas e aos bailes sem medida, à frequência de locais fechados, à promiscuidade dos contatos corporais mistos e à coqueteria das mulheres.” (SCHPUN, 1999, p.82)

Tantos discursos contrários não impediram, porém, que essas mulheres fossem cada vez mais vistas\percebidas nesses locais, fato que era comumente traduzido em forma de charges\caricaturas, ilustrações e anúncios nos periódicos da primeira república. Segundo Schpun (1999, p. 97) “institui-se uma cultura para preparar as mulheres a sair e a mostrar-se fora de seus lares, nos cafés, nos cinemas, nas lojas, nos clubes e, evidentemente, na rua.”

O impacto das novas tendências europeias e norte-americanas nas vestimentas das elites brasileiras é bastante notável. Com as aberturas desses novos espaços de interação social e a manutenção de tantos outros – igrejas, por exemplo – as mulheres das camadas sociais mais abastadas aproveitavam eventos sociais para demonstrar seus conhecimentos sobre a moda estrangeira e o quanto estavam alinhadas às novas *fashion trends*.

Existem dois pontos que podem ser observados no fenômeno da moda do início do século XX e seu impacto nas relações de gênero daquela época. O primeiro está relacionado ao *status* que as escolhas da indumentária feminina conferiam – e, em alguns casos, ainda conferem – ao homem da relação. Nesse sentido, o poder de compra de um determinado casal era medido pela quantidade de roupas e acessórios que a mulher possuía, o que conferia ao marido/namorado um *status* social elevado. O segundo é referente à crescente associação da mulher à imagem de um indivíduo que gasta às custas do parceiro, discurso que ainda está bastante presente no imaginário social do século XXI. Mulheres que compravam demais, que possuíam vários trajes e “abusavam” das economias do marido eram geralmente retratadas com ironia e, de certa forma, eram consideradas culpadas caso o marido apresentasse problemas financeiros.

A charge publicada na revista Fon-Fon de 1914 (figura 25) retrata duas personagens femininas na saída de uma missa.

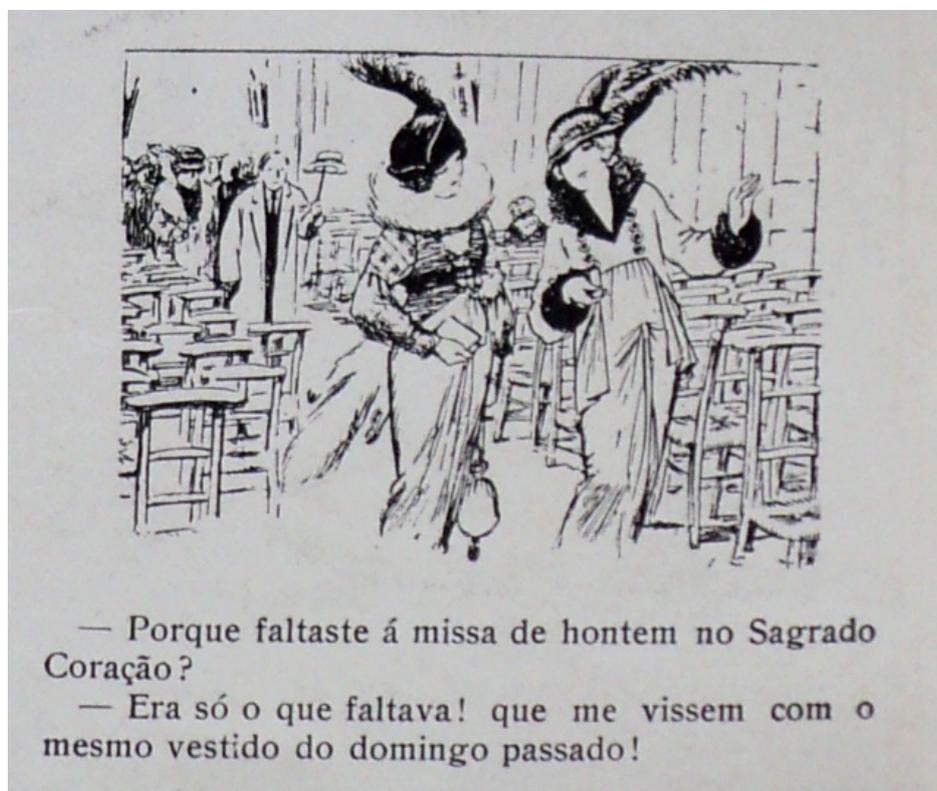


Figura 25 – Missa – revista Fon-Fon.

Fonte: Fon-fon, ano IX, edição 14. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

Existem alguns elementos dessa charge relacionados à moda e à indumentária que contextualizam-nas dentro de uma igreja: em segundo plano, nota-se a presença de um padre vestido com vestes sacerdotais – batina, alva e amito - e carrega em sua mão esquerda o báculo, bastão/cajado que simboliza a autoridade do sacerdote na igreja. Atrás dele, os membros da paróquia seguem com ele em direção à saída, o que significa que o culto religioso já acabou.

Em primeiro plano, as duas figuras principais do cenário dialogam. A da esquerda usa um vestido drapeado na altura do quadril, casaco com cintura marcada e fechado com fitas transpassadas e mangas levemente bufantes e estola de pele; seu chapéu tricorne, com copa redonda e adornado com um penacho lateral, harmoniza com o restante do traje e com a pequena bolsa de mão. Já a segunda personagem está trajada com um vestido também drapeado na cintura, abotoado no

peitoral e adornado com pele na lapela e nas mangas. Utiliza também um chapéu de aba curta, copa baixa e redonda e enfeitado com plumas.

O traje das duas e os componentes textuais presentes na representação dialogam entre si: a personagem, ao exclamar que não compareceu à missa do dia anterior porque não poderia ser vista com um vestido repetido, possibilita a associação dos signos icônicos que a compõem – no caso, sua roupa elegante – com a suposta naturalidade que permeia o seu discurso. Uma mulher que segue a moda vigente e possui meios econômicos para comprar novas roupas jamais sairia 2 vezes com o mesmo traje.

O fator crucial da charge é que sobretudo em espaços fechados onde ocorriam eventos públicos e cerimônias solenes, o setor feminino das classes mais altas da população provavam seu *status* social. Diversamente dos espaços abertos, as pessoas que se encontram em lugares fechados são mais propícias a serem vistas, observadas e julgadas pela aparência; em áreas de grande circulação, a atenção dada a uma determinada pessoa se restringe a um tempo mínimo em que ela permanece em uma mesma posição, já numa missa a maior parte dos fiéis se conhecia e, por vezes, esperava-se a semana inteira para reencontrar algumas famílias, amigos e conhecidos, e, por esse motivo, o “teste de poder” era tão acentuado.

Os bailes privados também eram propícios para a admiração das novas indumentárias femininas. Atuando como verdadeiros desfiles de moda, tais eventos sociais também eram amplamente retratados nos semanários estudados, e apareciam sobretudo na forma de ilustrações detalhadas feitas por inúmeros artistas para a revista Fon-Fon, como é o caso da figura 26. Muito mais realista e rebuscada que as charges e caricaturas inseridas no conteúdo das publicações, tem-se em destaque uma cena bastante comum nas *seasons* cariocas. A *season* ocorria no inverno – do qual deriva o nome – e nela se divulgavam as principais exposições de arte e salões, apresentações teatrais e concertos.



Figura 26 – A season - capa da Fon-Fon.
Fonte: Fon-Fon!, ano IX, edição 27. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

Conforme afirma Marcondes e Lello (2007, p. 32):

O inverno era a estação mundana por excelência, pois permitia, com a amenização do calor, a ostentação, ainda um tanto inadequada, de casacos de pele, sobrecasacas, abrigos [...]. Uma vestimenta que estava associada a vida europeia.

A adaptação forçada ao clima carioca era um problema para elite, que sonhava com um inverno de neve, árvores secas e tempo frio.

Ao observar a ilustração, percebe-se a presença de 7 figuras humanas: uma personagem feminina em primeiro plano que desce os últimos degraus de uma grande escadaria, o busto de um homem logo atrás da imagem da mulher, um casal no topo do segundo patamar da escada, uma outra mulher e outro casal que descem em direção ao segundo patim. A cena ocorre em um espaço famoso e que atrai milhares

de visitantes até hoje: o Teatro Municipal do Rio de Janeiro. Os detalhes dos corrimãos em forma de busto feminino, dois lampadários sustentados por duas colunas que saem das laterais da escadaria, a visão dos dois andares separados por duas colunas e a estátua central de Apolo, o piso e o tapete que percorre toda a escadaria principal aludem ao estilo eclético do início do século XX.

Em um espaço tão refinado, o vestuário esperado não era menos que a mais alta costura disponível nos *magazines* brasileiros e europeus. Por esse motivo, a personagem principal está trajada com um vestido de baile amarelo, echarpe transparente presa à cintura com rosas coloridas, casaco com golas de pele, uma *headband*¹⁷ adornada com uma pluma branca, brincos pendentes e colar de pérolas. Tanto ela como as outras figuras femininas do salão utilizam o mesmo estilo de adereço de cabeça com pequenas modificações quanto à forma das penas; aquela que se encontra no segundo patamar e as outras duas representações femininas secundárias vestem casaco de noite também com gola de pele e vestidos. Seus acompanhantes usam uma indumentária bastante tradicional: *smoking* preto com adereço na lapela, camisa branca e cartola preta. O foco principal na cena e em um evento social dos primórdios do século XX era a exuberância das modelos femininas.

Além da própria roupagem, a pose também é um elemento significativo no que tange ao comportamento corporal das mulheres que podiam frequentar tais estabelecimentos. Na ilustração, a personagem em primeiro plano adota a postura de uma pessoa que espera ser fotografada ou, no caso, representada em uma pintura. A beleza e a fluidez dos movimentos das mãos e dos pés aludem à graciosidade feminina tão ambicionada. Graça, *status* social, beleza e conhecimento das novas tendências eram perfeitamente traduzidos em vestimentas de gala, acessórios de requinte e maquiagens delicadas. Entretanto, verificou-se a seguir que a moda, além de libertação e riqueza pode ser interpretada, também, como um termômetro da depravação moral e dos costumes.

3.1.4 Moda e ironia

¹⁷ Espécie de faixa decorativa que se usa em volta da cabeça.

A questão da ironia das representações femininas, sobretudo no tocante à moda, é recorrente em várias caricaturas da época. Seja pelas mudanças das indumentárias e a extravagância de alguns modelos utilizados por essas mulheres, ou pelo fato de esse fenômeno social começar a ser mais difundido\indagado\comentado nas publicações da primeira república, o intuito deste subcapítulo é apresentar como a moda forjava\construía, junto a tantos outros artefatos, o imaginário da metrópole moderna, inovadora, sensual e plural. Para Godart (2010, p.17) “a moda é um fato social total, visto que além de ser simultaneamente artística, econômica, política, sociológica, ela atinge questões de expressão da identidade social”. Com a ironia e humor, as charges da época conseguiam construir tanto uma imagem depreciativa das novas modas como uma visão cômica, ridícula.

A charge *A evolução da saia* (figura 27), publicada na edição 45 da revista Fon-Fon, de 1912 mostra o encurtamento das saias, representado com crítica e exagero. Aqui, os aspectos icônicos poderiam ser compreendidos sem que houvesse signos textuais, visto que estes denotam somente a passagem dos anos e o que acontece com a moda feminina ao longo do tempo. Utilizou-se a estratégia gráfica de imagem sequenciada para evidenciar a dinâmica do tempo; representada em quatro quadros e em sequência cronológica, a altura da bainha da indumentária feminina sobe a cada ano até chegar, em 1914, a nenhuma vestimenta cobrindo a parte inferior do corpo da mulher.



Figura 27 – A evolução da saia

Fonte: Fon-Fon!, ano VI, edição 45. Acervo físico Casa da memória. Fotografada pela autora.

A personagem utiliza, no primeiro quadro, uma saia *entravée* com fenda lateral, casaco abotoado com mangas largas, camisa com gola de babados, sapato abotinado de fivela, meia 7/8, chapéu de abas grandes enfeitado com plumas e sombrinha. Já nos segundo e terceiro cenários, além de a saia encurtar, a personagem porta duas bolsas diferentes: em 1912, uma bolsa pequena e de alça curta e, no ano seguinte, uma maior, quadrada e com a alça mais longa; ademais, o casaco tem seu decote aprofundado e suas mangas bufantes reduzidas em comprimento, ao passo que mostra a camisa, antes bastante adornada, encolhendo-se ao ponto de sumir com a saia. No quadro referente à 1914, quando a saia desaparece do vestuário utilizado pela mulher, observa-se que a maior parte dos ícones indumentários se modificam completamente; entretanto, um deles permanece intacto ao longo dos anos: o chapéu cuidadosamente/rigorosamente adornado.

A ironia presente nessas publicações semanais assume um caráter mais jocoso na figura 28, charge sequencial publicada no periódico semanal Fon-fon de 1915, em que o cômico reside justamente nos exageros das modas: a figura feminina, trajada com uma saia cortada em 4 camadas de tecido pregueado, echarpe preta e de plumas e camisa de mangas compridas, chapéu de aba reta adornado com faixa e plumas; no que tange aos calçados, usa um modelo de bico fino e salto baixo.



Figura 28: Os babados providenciaes.

Fonte: Fon-Fon, ano IX, edição 5. Acervo Físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

Percebe-se que ela está acompanhada de uma personagem masculina que veste um casaco longo e acinturado, com decote V com lapela, camisa, gravata borboleta e sapato fechado bicolor. Seus acessórios são compostos por chapéu estilo cartola, monóculo com corrente presa ao colarinho do paletó e bengala.

A cena ocorre em dois momentos cronológicos diferentes: no primeiro quadro, ambas as figuras humanas estão na chuva e, aparentemente, não portam qualquer objeto de proteção. A surpresa ocorre, então, no enquadramento seguinte: a mulher utiliza uma das camadas de sua saia e a bengala do homem e constrói para si uma sombrinha; a figura masculina, nesse caso, não se beneficia desta “artimanha”, o que se percebe por estar descoberto no segundo quadro.

Alguns ícones colocados nesse panorama atuam como marcadores de status social em várias charges da época – como será possível observar na próxima análise. O “cachorrinho de madame” não deixa de se fazer presente mesmo numa imagem que pouco contribui para a compreensão geral de seu humor e comicidade. Entretanto, não se pode aferir que ele é um componente sem importância ou desnecessário: os outros elementos icônicos da cena – bengala, monóculo, vestido de babados com estampas requintadas, echarpe, os chapéus e até mesmo o bigode do personagem masculino especialmente cuidado – reforçam sua presença no pano de fundo e salientam a adequação da mulher à moda vigente daquele ano.

No que se refere aos signos textuais, infere-se, mais uma vez, que o título induz o tom da charge, a qual se sustenta sem necessitar de muitas explicações escritas. Além disso, pelo seu tamanho reduzido, verifica-se que o quadrinista delimita-a com bastante precisão ao usar tanto a moldura nos quadros quanto pequenos adereços visuais em forma de folhas, os quais eram bastante utilizados no corpo das páginas dessas publicações semanais.

Por fim, após a análise dessas charges, é possível refletir acerca do caráter identitário da moda e como tal característica serviu e ainda serve para discriminar, ridicularizar e reprimir o gênero feminino. Ao colocar a moda no âmbito do fútil, do excêntrico, do exagerado e do “imoral”, atribuía-se, em concomitância, todos esses atributos às mulheres que a seguiam e a aderiam. E, apesar de todos esses significados negativos que atribuía à moda, a imprensa percebia que ela era um meio poderoso para alcançar leitoras e anunciar produtos.

3.1.5 Moda e anúncios

Os anúncios ilustrados presentes nos periódicos selecionados representam uma significativa mudança ocorrida na publicidade da época. Com o advento de técnicas gráficas mais sofisticadas e que possibilitavam a impressão em mais cores e com uma qualidade notoriamente superior, a imprensa ilustrada aumentou a qualidade artística dessas peças gráficas, muitas vezes ilustradas por caricaturistas importantes. O consumo de mercadorias é alavancado, e boa parte da publicidade do início do século XX é direcionada ao público feminino das classes média e alta. Schpun discorre sobre os principais itens consumidos por essas mulheres apontando que elas “consomem cremes e pós para o rosto, perfumes, produtos para os olhos e para a maquiagem em geral, fabricados por pequenas oficinas domésticas e vendidos de porta em porta.” (1999, p.77)

A maior parte dos anúncios selecionados tem como representação principal o corpo feminino, o qual remetia às características do produto, sobretudo aspectos de sensualidade, beleza, estética e saúde. Ainda que o anúncio não fosse necessariamente direcionado ao público feminino – propagandas de remédio e de alimentos destinados às crianças, por exemplo – optava-se por colocar a figura feminina esbelta e elegante como forma de garantir ao consumidor que o produto ofertado possuía qualidades.

Essas peças gráficas ainda recaem no discurso da construção de aparências, que é abordado com um pouco mais de afinco no próximo subcapítulo, mas, neste momento, é importante analisar como o olhar sobre o gênero feminino – e, nesse caso, sob o viés da moda – moldava as relações de consumo em uma sociedade com um mercado consumidor incipiente. Segundo Oliveira, Velloso e Lins (2010, p.222), “o corpo feminino, suas formas e sua sensualidade eram evocados na construção de uma iconografia popular que vinculava a imagem do produto à imagem da mulher.”

No anúncio *Ao 1º Barateiro* (figura 29), temos um recorte da indumentária feminina do início do século XX, representada pelo uso de um chapéu de abas longas adornado com plumas de pavão e vestido de verão de corte reto, requintado e sempre à altura do tornozelo para condizer com as regras de boa conduta social. Há um excesso de padrões na vestimenta, que está adornado com pedrarias e o chapéu, representado com abas extensas e adornado com plumas, remetem à expressão da beleza e do charme da mulher, reiterando a representação do gênero feminino como espetáculo inserido na paisagem urbana, mesmo que suas atividades econômicas

ainda fossem restringidas à esfera privada. A moda indumentária da segunda década do século XX havia dado liberdade ao corpo feminino, que já não utilizava o espartilho. Paul Poiret e Coco Chanel são creditados por tal 'libertação' ao criarem peças e modelos que valorizavam as curvas 'naturais' da mulher sem a utilização de artifícios opressores, como o espartilho (CHATAIGNIER, 2010).



Figura 29 - Ao 1º barateiro
Fonte: Careta, ano XII, edição 590, 1919. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

A pose da personagem feminina indica seu charme, delicadeza e *status* social elevado, características tão difundidas e idealizadas nas mídias da época, sobretudo nos anúncios direcionados ao público feminino. A figura do “cachorrinho de madame” – ícone recorrente em charges e caricaturas que retratavam cenas do cotidiano feminino da época - realça os atributos que a peça publicitária objetiva inspirar.

Os signos textuais são aqui incluídos de maneira a hierarquizar a informação: com a diferenciação de tipografia em cada frase, o autor da propaganda construiu uma lógica de leitura que categoriza as informações em grau/nível de relevância. Além disso, a utilização de palavras estrangeiras – nesse caso, o termo “*leader*” – remonta à tendência nacional de inserção de jargões em línguas diferentes – principalmente em inglês e francês - nos anúncios publicitários do início do século XX. Como ferramenta linguística, tal prática pretendia insuflar a ideia de progresso, de modernidade e de requinte.

Ao observar a personagem feminina relacionando-a com a figura do *chauffeur* – e, também, do simbolismo do carro -, é plausível assimilá-la, novamente, à idealização de um nível socioeconômico elevado. Considerando a utilização das aspas na frase “ao 1º barateiro”, infere-se que a moça representada é proprietária do carro presente na cena e, por conseguinte, pede ao seu motorista que a conduza à esta loja.

As propagandas de dynamogenol e composto de ribott eram bastante divulgadas nas revistas selecionadas; a publicidade em questão referia-se a um tônico que prometia aumentar de “5 a 10 kg de carnes sólidas e massiças”, representavam figuras humanas com referências/inspirações do corpo clássico, apresentando exuberância de contornos (OLIVEIRA; VELLOSO; LINS, 2010). Os homens deveriam apresentar porte atlético e robusto, e as mulheres, corpo curvilíneo esbelto e charmoso. As construções de corpos esbeltos e saudáveis corroboravam com os padrões incorporados na cultura física que se estabelecia nas metrópoles, e criavam discursos vexatórios direcionados àqueles que não condiziam com os modelos corporais.

No anúncio em questão (figura 30), a personagem masculina está trajada com regata e bermuda e a figura feminina com um vestido decotado em V, camisa por baixo do vestido, meia calça e um sapato fechado com salto baixo. Ambos estão ao ar livre e comentam “olha para aquela par de rachíticos. Porque não tomaram

COMPOSTO DE RIBOTT para engordar e fortalecer-se”, discurso feito sobre as duas personagens que aparecem em segundo plano na cena. Essas personagens, pequenas, mais magras e menos contrastantes com o plano de fundo, são um contraponto com as outras em primeiro plano – fortes, “saudáveis”, altos e “belos”. A magreza excessiva no início do século XX é algo que deveria ser combatido, uma vez que os corpos saudáveis eram aqueles que demonstram robustez e vigor.

Belleza para as damas e robustez para os homens



Um dos efeitos mais assombrosos do COMPOSTO RIBOTT é a rapidez com que arredonda e faz pronunciadas as formas divinas da mulher; e não desenvolve uma parte do corpo em maior proporção que as outras, mas todas por igual em perfeita harmonia. As facies enchem-se até adquirir sua forma ovalada, o collo e o busto ficam fortes e duros, os braços torneiam-se e adquirem proporções simétricas, e as demais partes do corpo feminino desenvolvem-se em proporção e adquirem essas linhas curvas que os homens tanto admiram e sem as quaes não existe a verdadeira formosura. Não ha creme, massagem nem meio artificial algum para produzir carnes e belleza, que possa se comparar com o desenvolvimento perfeito que se obtem quando os órgãos de assimilação e digestivos trabalham convenientemente. Já então não ha necessidade de occultar ou tratar de dissimular com mangas compridas e gollas altas as imperfeições do corpo feminino. Tome COMPOSTO RIBOTT por algumas semanas, augmente de 5 a 10 kilo de carnes solidas e massiças, e V. S. mesma ficará assombrada de mudança tão notavel; e não sómente adquirirá uma bonita plastica mas seu estado geral de saúde melhorará, sua digestão será perfeita, e V. S. sentir-se-ha feliz, contente e satisfeita da vida. O COMPOSTO RIBOTT é igualmente effizax para combater a magreza dos homens. Muitos duplicam e mesmo triplicam sua força de resistencia e energia com só duas semanas de tratamento. O COMPOSTO RIBOTT acha-se á venda em todas as drogarias e boas pharmacias, e com toda a segurança na dos Snrs. Granado & C., André d'Oliveira, Freire Guimarães & C., Francisco Giffoni & C., J. Rodrigues & C., Orlando Rangel & C., Victor Ruffler & C., Araujo Freitas & C., P. de Araujo & C., Campos Heitor & C., Carlos Cruz & C., J. M. Pacheco e V. Silva & C.

Olha para aquelle par de rachíticos.
Porque não tomaram COMPOSTO RIBOTT para engordar e fortalecer-se

Unico depositario: **B. NIEVA**

Caixa Postal 979 RIO DE JANEIRO

Figura 30 – Belleza para as damas e robustez para os homens
Fonte: Careta, ano X, n.497, 1917. Acervo físico Casa da Memória. Fotografada pela autora.

A constância de anúncios que remetiam à aparência e ao vigor físico nessas publicações semanais mostra-se relevante quando se coloca em perspectiva as mudanças dos padrões físicos no início do século XX. Tais modificações não foram somente assimiladas pela publicidade, mas também pelas próprias charges de humor, que foram analisadas no subcapítulo a seguir.

3.1.6 Moda e aparência

O discurso em torno das aparências femininas acompanha a construção de um imaginário social moderno, que está mais atento às mudanças na medicina e na ciência moderna. O aspecto físico das mulheres deveria apresentar-se de forma equilibrada, sem excessos. Segundo Schpun (1999, p. 23):

A manutenção da beleza torna-se tema privilegiado dos discursos normativos dirigidos às mulheres, discursos que não se limitam a incitar o trabalho sobre a beleza, mas que procuram ao mesmo tempo limitar-lhes os excessos, desvelando a expressiva adesão das mulheres à moda, à maquiagem, aos meios de sedução.

A prática de atividades físicas ao ar livre, que outrora era associada aos mais pobres, é, então, abraçada\abarcada pelas mulheres de elite que, uma vez mais expostas e mais observadas, reconhecem uma suposta necessidade de adotarem um comportamento mais “saudável” para os padrões da época. Nesse sentido, os periódicos semanais que circulavam no início do século XX – não só aqueles destinados especificamente ao público feminino, mas também os de assuntos\temas gerais – trabalhavam também na assimilação\propagação desses discursos médicos. Ademais, produtos médicos e produtos cosméticos se confundem\complementam, conforme afirma Schpun (1999, p.77):

[...] os discursos veiculados sobre esses produtos fazem um amálgama entre propriedades cosméticas e medicinais. Esta é, aliás, uma tendência generalizada na época: a beleza e a saúde são misturadas nos discursos higienistas, tanto quanto nos conselhos dados pelas revistas femininas sobre cuidados com a pele, com a alimentação, sobre a prática de exercícios, etc.

Além da difusão de um modo de vida mais ativo, havia ainda o crescente número de novos medicinais, compostos e tônicos que prometiam deixar corpos belos, saudáveis e ativos; características que gradativamente se faziam mais relevantes em uma sociedade que se construía para ser vista.

Mulheres gordas e mais velhas geralmente eram vistas e representadas com maus olhos ou, pelo menos, com deboche\ironia nas charges\anúncios\caricaturas nos primeiros anos do século XX. Muitas das mulheres que possuíam idade mais avançada eram representadas em contraste às formas esbeltas de mulheres mais novas, o que comprovava o crescente desprezo pela velhice e pelos corpos não-ajustados aos novos padrões de beleza e de saúde. Ademais, as mulheres negras

eram frequentemente figuradas com traços bastante caricaturados e grosseiros; reiterando estereótipos e preconceitos.

Em detrimento desse crescente apreço e apelo para um estilo de vida mais preocupado/atrelado à aparência, construíam-se, também, discursos que depreciavam o excesso de cuidados com o corpo por parte das mulheres: as que se preocupavam demais com a aparência e que “abusavam” da maquiagem também costumavam ser ironizadas nas mesmas páginas de revistas. Se por um lado a magreza é condenada – como foi possível observar pela análise da propaganda de *dynamangeol* presente no subcapítulo anterior – a gordura em excesso também não escapa das zombarias das charges. Ambos os padrões físicos não correspondiam com a nova dinâmica das metrópoles, e, em decorrência disso, eram alvos recorrentes dos caricaturistas da época.

O “exagero” das formas é satirizado em várias caricaturas encontradas nas revistas analisadas; dentre elas, selecionou-se a “Pesagem” (figura 31), caricatura feita para a vigésima primeira edição da Fon-fon de 1914, na qual é possível perceber a preocupação feminina com o corpo traduzida\construída\observada pelo ilustrador.



Figura 31 – Pesagem.

Fonte: Fon-fon!, ano VIII, edição 21. Acervo físico Casa da memória. Fotografada pela autora.

Nela, representou-se uma mulher elegante, trajada com um vestido um pouco acima do tornozelo, chapéu sem abas e adornado com penas\plumas, camisa de gola alta sob o vestido e sapatos de bico fino com um pequeno salto. Os ícones que dão o tom jocoso na caricatura são um guarda-chuva e uma balança, os quais também contextualizam a imagem. Apesar de estar trajada conforme as tendências de moda da época, suas vestimentas pouco aprimoram a percepção de seu corpo.

Como signo textual, a frase “ha momentos na vida em que a gente preferiria não conhecer a verdade.. E se eu largasse o guardachuva??” funciona como alívio cômico e como elemento contextual para os elementos pictóricos da charge. Ironiza-se, dessa feita, a possibilidade de aparentar ter um peso menor ao dispensar um acessório que, numa situação habitual, não influenciaria no resultado da pesagem.

O ato de se pesar em estabelecimentos não-médicos/hospitalares parece ser difundido já desde aquela época; ainda que se desconheça o período real do qual remonta essa prática, é possível perceber que ela já era comum o bastante para ser registrada em caricaturas de meados da segunda década do século XX.

Além da balança, outro artifício visual utilizado para simbolizar a aparência e a vaidade femininas em charges é o espelho. Tanto em capas de revistas em que aparece um recorte da figura de uma mulher segurando um espelho, como em charges em que o espelho está inserido em um contexto figurativo mais amplo – como o caso de uma charge analisada no subcapítulo “Sedução” -, tal elemento se mostra como peça fundamental para o entendimento da ilustração e, acima de tudo, para a compreensão do papel e influência do aspecto físico nessa sociedade.

No primeiro caso, a ilustração feita por Harrison Fisher para a capa da oitava edição da Fon-Fon de 1918 (figura 32), vê-se uma mulher de perfil e que se olha num espelho de mão. O objeto, que possui formato oval, longo cabo e com detalhes em alto relevo, está posicionado de maneira que não seja possível ver reflexo. Porém, pela expressão da personagem feminina - cuja pele alva, cabelos ondulados e presos em um coque e maquiagem leve evocam os ideais de beleza das primeiras décadas do século XX – infere-se que seu olhar é de admiração e de autoconhecimento de sua própria beleza.



Figura 32 – Faceirice, capa da Fon-Fon (Harrison Fisher)
 Fonte: Fon-Fon, 1918, edição 8. Acervo físico Casa da Memória.
 Fotografada pela autora.

O espectador e o próprio ilustrador compartilham dessa admiração; essas duas visões são induzidas, também, pela palavra “faceirice” escrita no canto inferior direito da capa. A faceirice, que no seu significado mais positivo diz respeito à aparência alegre, risonha, satisfeita e graciosa, tem no seu lado negativo as supostas problemáticas criadas pelos excessos: o vestir-se afetado e muito apurado, o coquetismo.

Já em um outro contexto, a representação do espelho remete ao crescente zelo com a aparência feminina. Na charge de Helio Scotti para a revista A Bomba (figura 33), duas personagens femininas são inseridas num contexto bastante comum para a época: o atelier de uma costureira.



Figura 33 – Na costureira (Helio Scotti)
Fonte: A Bomba, ano I, edição 11. Acervo físico Casa da Memória.
Fotografada pela autora.

Para tanto, o cartunista inseriu alguns elementos que confirmam suas presenças em tal panorama: o espelho alto que permite ter uma visão mais adequada de toda a vestimenta, o tecido apoiado no braço da figura feminina à esquerda e o manequim posicionado ao centro da imagem. Vê-se, também, um longo tapete roxo com bordas listradas de laranja e azul que porta a um *hall* de entrada no fundo do cartum, uma cortina entreaberta que separa os dois ambientes, pela qual é possível notar uma capa e uma bengala penduradas em ganchos.

A personagem feminina da esquerda, a qual, contextualmente, exerce o papel da costureira, está trajada com uma camisa de manga longa e decote quadrado e saia longa e franzida; seus cabelos são ondulados e cortados acima dos ombros e usa óculos. A outra mulher em cena com quem conversa é uma cliente: com os cabelos ondulados e enfeitados com uma faixa adornada com uma única pluma no topo da cabeça, ela veste uma blusa sem mangas e decote quadrado nas costas, saia reta de cor preta com fenda lateral que deixa transparecer sua perna esquerda.

Os signos textuais, definidos pelo diálogo entre cliente e costureira, constataam a sátira principal da charge: ao dizer que “actualmente os vestidos não são feitos para as mulheres, as mulheres é que são feitas para os vestidos...”, a mulher da esquerda explicita uma situação de subordinação à moda em detrimento das diferentes características físicas das mulheres.

Essa problemática feminina também ia além dos aspectos corporais: ao adotarem modelos da moda europeia em um país de clima tropical, essa sujeição se faz ainda mais latente, uma vez que, mesmo em dias de muito calor, as mulheres continuavam vestindo peças que não condiziam com o clima local. Além disso, o falar reticente de ambas as mulheres evidencia a vergonha e um desapontamento em relação ao vestido e à moda que não está mais à disposição das mulheres.

Outro ponto relevante da charge é a presença masculina. O marido provedor e responsável pelo pagamento de todos os gastos de sua parceira aparece, aqui, sob a forma de um homem de monóculos, vestido de paletó, uma camisa e calça listrada. Essa personagem, escondida atrás do manequim, observa toda discussão entre aquelas que estão em primeiro plano, o que sugere que sua existência na imagem tem por objetivo conferir ao casal um status social elevado, visto que há o poder de adquirir os trajes para a esposa e satisfazer seus “caprichos” – discurso este que frequentemente circulava nas publicações da época.

Os elementos escolhidos para compor a charge não são gratuitos: desde o espelho, tecidos e roupas penduradas até as próprias personagens e seus gestos aludem ao significado maior da charge, que poderia ter sido retirada de um semanário atual. Os valores impregnados na moda feminina e os sacrifícios que muitas mulheres fazem para manterem-se dentro de um padrão talvez seja muito mais latente agora; entretanto, já naquele fervilhar de discursos e práticas corporais nas primeiras décadas do século passado apresentavam-se os precursores desse culto à beleza e ao corpo.

3.1.7 Moda e sedução

Os discursos relacionados à sedução feminina eram, geralmente, ambíguos e, por vezes, conflitantes com os padrões de boa conduta social. Se, por um lado, começava a se construir uma “aura” de *femme fatale* em torno das mulheres que, mais à mostra, adotavam em determinados momentos uma postura mais ousada, irreverente e “provocante”, por outro havia intenções de destruir\aniquilar\frear atitudes consideradas mundanas demais.

Oliveira, Velloso e Lins (2010, p.208) destacam a dicotomia entre a mulher sedutora e a mulher respeitável:

De um lado, uma percepção sobre o feminino estruturada em uma imaginária cuja fonte inspiradora se apoiava na tradição romântica; de outro, uma nova mulher, ‘real’, carnalizada, que começa ganhar as ruas, o mercado de trabalho e a se expor: uma mulher que, aos olhos do cronista, vai progressivamente se transformando em ‘mercadoria’ disponível com a urbanização e com a massificação da sociedade.

O poder de sedução exercido pelas mulheres das camadas mais altas da sociedade brasileira da primeira república era, por vezes, decodificado em páginas de periódicos semanais, jornais e romances como algo que deveria ser controlado, mas também apreciado, visto, observado.

A moda aparece como instrumento fundamental na constituição do que era considerado um novo tipo de feminilidade, uma mulher moderna, tentando traduzir na aparência dos corpos um processo de assimilação da liberdade e do poder das

mulheres, da sua presença atuante na sociedade. O imaginário compartilhado pela parcela masculina da população, que enxergava a mudança de costumes como um fator decorrente da contínua decadência de valores da sociedade, exprimia o:

[...] temor profundo do poder de sensualidade feminina, ainda mais perigosa quando ela tem chances de mostrar todo o seu potencial, através da cultura da beleza, que exige de cada mulher atenção totalmente inédita em relação ao próprio corpo. (SCHPUN, 1999, p.86)

A moda, nesse sentido, ocupa uma posição importante na produção de significações em torno do que era ser uma mulher sedutora. Schpun analisa a adoção de uma indumentária feminina mais *sexy* pelas mulheres da elite paulista do início do século XX, e aponta:

Os vestidos são quase sempre colantes, insistindo nas formas dos quadris e das nádegas. Os seios são geralmente pequenos, pouco salientes. Na verdade, a discussão moral sobre o comprimento das saias, que toma na época dimensões significativas, centra os olhares nas pernas, extremamente visíveis nessas imagens carregadas de sensualidade.

Essa imagem da mulher sedutora, liberada, esportiva e moderna foi sintetizada na figura da melindrosa, personagem criada por J. Carlos, que se inspirou nas *cocottes* francesas. Ela demonstra o fascínio pela moda europeia, sendo caracterizada como frívola, civilizada, audaciosa, aproximando-se da figura das meretrizes dos cabarés.

A charge de Friz (figura 34), publicada em 1912 no periódico semanal carioca *Fon-Fon*, retrata a presença dessa nova personagem feminina. A mulher em cena está trajada com um vestido de babados, com fenda lateral que se abre até a parte superior de sua perna direita, remetendo aos trajes utilizados nos cabarés; sobre o vestido, um bolero se prende a uma faixa que marca a cintura da jovem, que traz consigo, também, um chapéu adornado por plumas e um espelho, este último imbuído por significações de beleza, charme e vaidade femininas. A linguagem gestual indica que ela volta seu olhar ao homem em segundo plano na cena, e este retribui o olhar. Os trajes da figura masculina conversam com aqueles utilizados pela imagem feminina; com um cigarro aceso nas mãos, que confere elegância e requinte, ele está vestido com um colete branco, camisa, calça preta e sapatos bicolor.



Figura 34 – A moderna arte de se despir para ir passear (Friz)

Fonte: Fon-Fon, ano 1915, edição 39. Acervo físico Casa da Memória

A relação de reciprocidade e interação dos dois sujeitos representados é ressaltada por um grafismo circular que os une, dinamiza a ilustração e revela uma atitude de intimidade entre ambos, brincando com a ideia de quem seduz e/ou é seduzido. O texto, escrito em fonte serifada, legitima a leitura da imagem ao reiterar o significado real da escolha feminina por tal indumentária: seduzir o sexo oposto em passeios públicos.

Verifica-se, portanto, que a linguagem corporal adotada pelas mulheres pode ser indicativa de artifícios de sedução, sejam eles incorporados propositalmente ou apenas imaginados pelo público masculino. É o que ocorre na figura 35, capa da sexta edição do semanário Fon-Fon de 1914.



**Figura 35 – Capa da revista Fon-Fon de fevereiro de 1914.
Fonte: Fon-Fon, ano VIII, edição 6. Acervo físico Casa da Memória.
Fotografada pela autora.**

A mulher, único elemento figurativo da cena, é vista de perfil e está curvada, com o rosto direcionado ao espectador; sua posição indica que está, possivelmente, arrumando a saia. Entretanto, sabe-se que nenhuma estratégia visual escolhida pelos chargistas e ilustradores é gratuita ou sem propósito.

O ato de deixar mostrar as canelas no início do século XX era visto como signo de sensualidade e atraía os olhares masculinos, mesmo quando a mulher em questão não possuía nenhuma outra parte do corpo à mostra.

A figura feminina, vestida com uma saia comprida, blusa com mangas bufantes até a metade dos braços e turbante adornado com um broche e plumas curtas, é ilustrada com ares românticos e inocentes. Tais características são confirmadas pela presença das flores que ela carrega, pelos traços delicados de seu rosto e pela posição de seus pés e pernas, os quais são um dos pontos focais da imagem; a técnica utilizada – ou seja, a pintura aquarelada – arremata o tom da ilustração: requinte, romantismo, inocência e sensualidade. A mulher, consciente de que atrai olhares sobre si e é comumente retratada com um olhar fixo ao espectador masculino, é, então, espetacularizada.

Outra figura feminina que era bastante depreciada na mídia do início do século XX é a empregada doméstica. Frequentemente, as representações que inserem os papéis de empregada – patroa costumavam retratar um relacionamento conflituoso e invejoso entre as duas mulheres, como se nota na charge de Helio Scotti da edição 9 da revista A Bomba (figura 36).



Figura 36 – As nossas creadas (Helio Scotti)

Fonte: A Bomba, ano I, edição 9. Acervo físico casa da memória. Fotografada pela autora.

O chargista constrói visualmente o cenário de modo que os 3 personagens principais tenham foco visual para o leitor. Percebe-se que a ação ocorre na cozinha de uma das mulheres retratadas, uma vez que se vê, em segundo plano, utensílios como bules, panelas e potes, bem como a inserção de um balcão próprio do ambiente doméstico. A utilização da cor cinza para delimitar e neutralizar esse pano de fundo suscita o contraste necessário entre dois planos principais da cena – isto é, a conversa entre as figuras femininas e o “espreitar” da personagem masculina em 2º plano. Logo, os elementos plásticos são fundamentais para a devida assimilação do discurso incorporado na narrativa gráfica.

No tocante às protagonistas da representação, ambas estão vestidas com alguma peça em vermelho: a da esquerda usa uma blusa vermelha de mangas curtas e decote em V e saia branca e azul com listras horizontais, enquanto a da direita traça uma blusa azul sem mangas e saia vermelha. As duas também possuem cortes de cabelo bastante similares, dado que ambos são curtos à altura do queixo e ondulados, remetendo aos cortes mais utilizados na década de 1910. O diálogo entre elas revela duplo sentido no discurso: se, no sentido mais explícito, entende-se a expressão “creada boa” para designar que a empregada realmente fez um bom trabalho, já na segunda se desmonta este significado quando a antiga empregadora diz “saio no mesmo dia em que entrou.”, sugerindo que, na realidade, a trabalhadora era boa para o seu cônjuge. Esta última significação é sugerida a partir do momento em que o cartunista escolhe colocar a figura masculina no fundo da imagem, destacado pela presença de uma cortina vermelha.

O homem, trajado de paletó, calças e camisa, representa o parceiro da segunda personagem feminina; ele também simboliza a divisão bastante definida entre as esferas do lar e do trabalho, uma vez que, enquanto esposo, não poderia interferir nas decisões domésticas, assim como sua esposa não adentrava nas questões de trabalho e de provisões para o lar.

Apesar dos papéis restritos e do poder de decisão nos afazeres domésticos, os “patrões” eram comumente retratados como assediadores das empregadas. A figura 37 é uma caricatura do uso do poder do empregador e da demonstração de suas posses. A figura feminina, a qual está trajada com vestido longo e estreito nas pernas, avental e possui cabelos curtos e ondulados presos com um adereço típico

de representações de empregadas domésticas, é agarrada pela mão pelo “patrão”, que aparenta ser muito mais velho que a mulher em cena.



Figura 37 – A nova criada

Fonte: Fon-fon!, ano VIII, edição 9. Acervo físico casa da memória. Fotografada pela autora.

Representado de bigode, paletó, calça, camisa e gravata borboleta, diz à empregada “olha, vem cá.. Si aceitas o meu amor, não só deixarás de ser minha criada, como até te darei varias, a ti”. O tom sedutor não reduz o peso do assédio: apesar de ser representada com um olhar surpreso e levemente interessado, a questão primordial é que a impertinência da personagem masculina não é positiva, muito menos aceitável. Além disso, todo o monólogo indica que o comportamento provavelmente voltaria a se repetir mesmo que a mulher aceitasse as condições

propostas pelo seu chefe. É possível imaginar, pelo tom de várias charges sobre esse assunto, que se trate de um homem casado. O título (“a nova creada”) parece indicar que a garantia de fidelidade independeria da beleza e dos artifícios de sedução da personagem feminina que, ao se transformar em esposa, estaria sujeita a um novo ciclo de traições.

Além disso, considerando-se que a maior parte das charges e caricaturas eram produzidas por homens e para homens, portanto, não se pode almejar que publicações do início do século XX tivessem alguma preocupação com as opiniões femininas acerca de assédios e violências sexuais e verbais.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A moda feminina, quando despida dos preconceitos e estereótipos com os quais alguns ainda insistem vesti-la, revela-se como uma incrível ferramenta social, capaz de refletir e constituir hábitos e costumes, empoderar mulheres (e homens), atrair e produzir consumidores e consumidoras, seduzir e questionar as práticas cotidianas. A moda é uma construção histórica e social, que pode demarcar os limites e as interações entre espaços públicos e privados, ajudando a constituir sujeitos e identidades. Em muitos momentos ela é tida como signo de modernidade, de civilização, transitando entre o glamour, a elegância e a mundanidade. É importante pensar nas inúmeras facetas de um fenômeno social que se reconstrói e se metamorfoseia tão rapidamente, de acordo com as transformações culturais, econômicas e as relações de poder envolvendo classes, gênero, etnia e raça, gerações.

Com relação estudos sobre o contexto histórico do início da República no Brasil, a cultura física nas metrópoles e os levantamentos principais sobre moda feminina, verificou-se que nada do que acontecia nas cidades brasileiras era gratuito. Se existiam melhoramentos urbanos e os deslocamentos de mulheres mais abastadas para o espaço público, também existiam mudanças no comportamento, nos costumes e, por conseguinte, na moda. Todos os artefatos estavam amalgamados em um processo de mudanças técnicas e culturais, ainda que pareçam interdependentes em alguns momentos.

Relacionar um fenômeno tão plural ao humor gráfico de um período bastante específico veio a acrescentar o já rico referencial teórico da área. Com mais de 200 imagens levantadas, o material ainda não analisado pode ser aproveitado para inúmeras pesquisas que poderão suscitar outras questões tão pertinentes a padrões de comportamento, estilos de vida, diversidade de consumo, constituição de tipos de masculinidades e feminilidades, por exemplo.

O papel dos chargistas e caricaturistas num contexto tão intrincado e complexo, era de cronistas do cotidiano, de tradução e de construção de imaginários sociais. Mas não só isso: ora subvertendo a ordem, ora apregoando-a, esses artistas lidavam com questões socioculturais bastante sensíveis, ridicularizam práticas,

comportamentos e sujeitos públicos, reprimindo hábitos “depravados” e satirizando tudo aquilo que parece inquestionável, provocando estranhamentos e deslocamentos de normas e situações “naturalizadas”. Fonseca (1999, p.12) ilustra com bastante precisão o caráter polêmico da caricatura ao dizer que:

A história registra as mais diferentes reações às caricaturas, algumas de reconhecimento, outras de trágicas consequências. Conhece-se humoristas que através do seu lápis e de seu bom humor foram premiados com as benesses de cargos e honras públicas [...]. Outros experimentaram a amargura da condenação policial, da perseguição política e das cobranças da vingança.

O ponto crucial revelado nesse trabalho diz respeito à maneira como as mulheres eram representadas em um contexto extremamente eugênico e elitista e como a representação da moda reiterava certos preconceitos, opressões e estereótipos, ao mesmo tempo em que evidenciava profundas transformações de hábitos e comportamentos.

A maior parte dos chargistas e caricaturistas do início do século XX eram homens instruídos e de classe média; o poder intelectual e social influenciava o modo de ver e representar as mulheres; os traços captavam as contradições do período, destacando em uma capa de revista, o movimento sufragista, como símbolo dos novos tempos e ironizando e reprimindo, pelo riso, as novas modas femininas. As belíssimas ilustrações de cenas do universo feminino que compunham as capas da Fon-Fon demonstram, nas entrelinhas, a espetacularização feminina, o fascínio e a preocupação com os novos espaços ocupados pelas mulheres. As alegorias da república-mulher que, nos anos iniciais, representavam a beleza e a liberdade do modelo republicano, nos seguintes aludiam à indecência, à imoralidade e à corrupção da estrutura de governo.

Em todas essas representações, em menor ou em maior grau, a moda apresenta-se como ferramenta visual fundamental para a construção e propagação de sujeitos femininos específicos e, em alguns casos, idealizados. Às negras, às imigrantes, às pobres e às gordas, quando e se representadas, cabiam os papéis secundários e os discursos mais debochados e pejorativos; não havia espaço para as suas modas, para os seus costumes, para os seus pensamentos e suas visões de mundo no imaginário moderno elitizado.

O objetivo de analisar as representações de moda feminina nas revistas ilustradas brasileiras do início do século XX possibilitou refletir sobre a importância da linguagem gráfica, sobre os efeitos da composição e diagramação, das relações entre imagem e texto, sobre os mundos delimitados por traços ambíguos que insinuam pequenas mudanças em uma sociedade bastante conservadora. As análises indicaram a materialização das relações entre a moda e os tipos de feminilidades em pequenos detalhes como o tamanho ou modelo do chapéu, o comprimento das saias, as posturas corporais, os gestos. Artefatos como o espelho, associado à vaidade feminina, acabam por mostrar a inversão dos valores sociais, instigando olhares sobre os processos não hegemônicos, os grupos marginalizados ou invisíveis nas páginas das revistas.

REFERÊNCIAS

BAHLS, Aparecida Vaz da Silva; BUSO, Mariane Cristina. **Factos da actualidade:** charges e caricaturas em Curitiba. Curitiba: Fundação Cultural de Curitiba, 2009.

BERGER, John. **Modos de ver.** Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

CARVALHO, José Murilo de. **A formação das almas.** São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

CASTILHO, Kátia. **Do corpo presente à ausência do corpo:** moda e marketing. 234f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica. Pontífice Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2004.

CHATAIGNIER, Gilda. **História da moda no Brasil.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 1998.

FEIJÃO, Roseane. **Moda e modernidade na belle époque carioca.** São Paulo: Estação das Cores e Letras, 2011.

FONSECA, Joaquim da. **Caricatura – a imagem gráfica do humor.** Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1999.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo:** design e sociedade desde 1750. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

KARAWEJCZYK, Monica. **As filhas de Eva querem votar:** dos primórdios da questão à conquista do sufrágio feminino no Brasil. 398 f. Tese (Doutorado em Filosofia e Ciências Humanas) – Programa de Pós-Graduação em História. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grane do Sul, 2013.

GODART, Frédéric. **Sociologia da moda.** São Paulo: Senac, 2010.

GONTIJO, Silvana. **80 anos de moda no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora Boa Fronteira, 1988.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Campinas: Papyrus, 2006.

LIMA, Laura Ferraza de. **Vestida de frivolidades: a moda feminina em suas visões estrangeira e nacional na revista O Cruzeiro de 1929 a 1948**. 2009. 201f. Dissertação (Mestrado em Cultura e Representações) – Programa de Pós-Graduação em História. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LOURO, Guacira Lopes. **Pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

MALUF, Mariana; MOTT, Maria Lúcia. **Recônditos do mundo feminino**. IN: SEVCENKO, N. (org). *História da vida privada no Brasil: da Belle Époque a Era do Rádio*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p.367-421.

MARCONDES, Neide; BELLOTTO, Manoel. **Cidades – histórias, mutações, desafios**. São Paulo: Arte & Ciência, 2007.

O'HARA, Georgina. **Enciclopédia da moda – de 1840 à década de 80**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

OLIVEIRA, Cláudia de; VELLOSO, Mônica Pimenta; LINS, Vera. **O moderno em revistas: representações do Rio de Janeiro de 1890 a 1930**. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

QUELUZ, Marilda Lopes Pinheiro; SILVA, Luciana Vicente da. **Utopia e nostalgia: as representações de progresso tecnológico no humor gráfico do início do século XX**. IN: QUELUZ, Marilda (org). *Design e cultura material*. Curitiba: Editora UTFPR, 2012.

_____. **Releitura do cotidiano: as estratégias da caricatura**. III Fórum de pesquisa em arte – Embap, Curitiba, 2005. Disponível em: <http://www.embap.pr.gov.br/arquivos/File/anais3/marilda_queluz.pdf>. Acesso em: 30 out. 2012.

SANTOS, Marinês Ribeiro dos. **Design e cultura**: os artefatos como mediadores de valores e práticas sociais. IN: QUELUZ, Marilda (org). Design e cultura. Curitiba: Editora Sol, 2005.

SALIBA, Elias Thomé. **A dimensão cômica da vida privada na república**. IN: SEVCENKO, N. (org). História da vida privada no Brasil: da Belle Époque a Era do Rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p. 289 – 365.

SCHPUN, Mônica Raísa. **Beleza em jogo**: cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20. São Paulo: Editora Senac, 1999.

SOIHET, Rachel. **Pisando no “sexo frágil”**. Nossa História, Rio de Janeiro: Biblioteca Nacional, n.3, pp.15-19, Jan.2004.

WITICOSKI, Alan Amorin. **Design, cultura e tecnologia nos rótulos de cachaça da cidade de Curitiba nas décadas de 1950 e 1960**. 2009. 252 f. Dissertação (Mestrado em Tecnologia e Interação) – Programa de Pós-Graduação em Tecnologia. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2009.