

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
CAMPUS CURITIBA
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE DESENHO INDUSTRIAL
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM ARTES GRÁFICAS

THAÍS MANNALA

**REPRESENTAÇÕES DE FEMINILIDADES VEICULADAS NO PROJETO
GRÁFICO DA REVISTA *O CRUZEIRO* ENTRE 1928-1945**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

CURITIBA
2011

THAÍS MANNALA

**REPRESENTAÇÕES DE FEMINILIDADES VEICULADAS NO PROJETO
GRÁFICO DA REVISTA O CRUZEIRO ENTRE 1928-1945**

Trabalho de conclusão de curso apresentado pela acadêmica Thaís Mannala, matrícula 889830 à disciplina de Trabalho de Conclusão do curso de Tecnologia em Artes Gráficas do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial – DADIN – visando a obtenção de grau de Tecnólogo em Artes Gráficas – Modalidade Projeto Gráfico pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Marinês Ribeiro dos Santos.

CURITIBA

2011

TERMO DE APROVAÇÃO

TRABALHO DE DIPLOMAÇÃO Nº 455

Título do Trabalho: Representações de feminilidades veiculadas no projeto gráfico da revista *O Cruzeiro* entre 1928-1945

por

Aluno(s) Thaís Mannala

Trabalho de Diplomação apresentado no dia 28 de setembro de 2011 como requisito parcial para a obtenção do título de TECNÓLOGO EM ARTES GRÁFICAS, do Curso Superior de Tecnologia em Artes Gráficas, do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná. O(s) aluno(s) foram arguidos pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo, que após a deliberação, consideraram o trabalho aprovado.

Banca Examinadora: Prof(a). MSc. Daniela Fernanda Ferreira da Silva
DADIN - UTFPR

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

Prof(a). Dr^a. Ana Lúcia Santos Verdasca Guimarães
DADIN – UTFPR

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

Curitiba, 28 de setembro de 2011.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer à pessoas e instituições pela colaboração e pelo apoio durante a realização deste trabalho.

À Prof^a. Dr^a. Marinês Ribeiro dos Santos pela paciência e pelo conhecimento transmitido durante todo o processo de orientação.

À Biblioteca Pública do Paraná e aos seus funcionários, pela disponibilidade de acesso ao acervo da revista *O Cruzeiro*.

Agradeço aos meus colegas e professores do curso de Tecnologia em Artes Gráficas da UTFPR, em especial às minhas colegas Bianca, Carla e Elaine, pelo suporte e pelas vivências proporcionadas durante o curso.

Aos meus colegas de trabalho pelo incentivo.

E principalmente, agradeço aos meus pais por serem o alicerce do todo.

[...]

Sim! Nesta época de grandes transformações arquitetônicas, a nossa alma teimosa continua morando nessas casas-fantasma.

Reconstruíram a cidade antiga, mas esqueceram-se de reconstruir as nossas almas. Daí, a instabilidade contemporânea. Porque não somos contemporâneos de nós mesmos.

Mario Quintana

RESUMO

MANNALA, Thaís. Representações de feminilidades veiculadas no projeto gráfico da revista *O Cruzeiro* entre 1928-1945. 2011. 89 f. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Tecnologia em Artes Gráficas, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2011.

Este trabalho apresenta reflexões acerca das representações de tipos de feminilidades veiculadas na revista ilustrada *O Cruzeiro*, no período compreendido entre 1928 a 1945 (entre-guerras e Segunda Guerra Mundial). Partindo das páginas da revista e de sua relevância como mídia de alcance nacional, o trabalho contempla a relação entre os aspectos gráficos e a construção de feminilidades. Operando em conjunto, estes elementos serviram como dispositivos de formação de opinião da população. A corporeidade e as vestimentas como meios de regulação das feminilidades são os principais aspectos explorados na construção do "ser feminina" nas imagens veiculadas no periódico. Atuando num período em que o país se modernizava e as forças estatais atuavam com maior intensidade na vida da população, *O Cruzeiro* afirmava valores, regras e condutas sem deixar de ilustrar as contradições que permeavam as expectativas sociais quanto aos comportamentos femininos na sociedade brasileira, que ainda se adaptava ao ritmo acelerado das cidades cosmopolitas.

Palavras-chave: Revista *O Cruzeiro*, Relações de Gênero, Design Gráfico, Tecnologia.

ABSTRACT

MANNALA, Thaís. Representations of femininities in the graphic project of the *O Cruzeiro* magazine between 1928-1945. 2011. 89 f. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Tecnologia em Artes Gráficas, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2011.

This paper presents the reflection about the representation of women in the illustrated magazine *O Cruzeiro*, in the period between 1928 to 1945 (the interwar and World War II). From the pages of the magazine and its relevance as a medium of national sphere, the work involves the relationship between the graphical aspects and the construction of femininity. Operating together, these elements have served as training devices of the opinion of the population. Embodiment and clothing as a means of regulation of femininity are the main issues considered in the construction of the "be feminine" in the images disseminated in the journal. Acting at a time when the country was modernized and state forces acted with greater intensity in the life of the population, *O Cruzeiro* affirmed values, rules and conducts while illustrating the contradictions that permeated the social expectations regarding female behavior in society, that still adapter the rapid pace of cosmopolitan cities.

Key-words: *O Cruzeiro* magazine, Gender Relations, Graphic Design, Technology.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Exemplos de páginas impressas em duas cores e exemplo de página impressa em quadricromia.....	26
Figura 2 – Reportagem sobre os morros do Rio de Janeiro.....	27
Figura 3 – Exemplo de página veiculada pelo <i>O Cruzeiro</i>	29
Figura 4 – Matérias sobre como seria o Brasil em um futuro próximo.....	30
Figura 5 – Conto ilustrado.....	31
Figura 6 – Página inicial e segunda parte do conto "O coração é um traidor".....	33
Figuras 7 – Terceira e quarta partes do conto.....	33
Figuras 8 – Quinta e sexta partes do conto.....	34
Figura 9 – Exemplo de ilustração veiculada inicialmente no <i>O Cruzeiro</i>	36
Figura 10 – Coluna <i>Caricatura no Estrangeiro</i>	37
Figura 11 – Coluna <i>Pif-Paf</i>	39
Figura 12 – Coluna <i>O Amigo da Onça</i>	40
Figura 13 – Caricaturas e texto de Nássara sobre a relatos históricos.....	41
Figura 14 – Exemplo de tratamento fotográfico – Coluna <i>Estádio</i>	42
Figura 15 – Alternativa de tratamento fotográfico utilizado no <i>O Cruzeiro</i>	44
Figura 16 – Exemplos de tipografias das colunas veiculadas a revista <i>O Cruzeiro</i> entre 1928-1945.....	46
Figura 17 – Variedade de títulos e tipos utilizados nas primeiras edições do <i>O Cruzeiro</i>	47
Figura 18 – Exemplo de capa em preto e branco e de capa colorida.....	48
Figura 19 – Logotipo de <i>O Cruzeiro</i>	49
Figura 20 – Anúncios associados a sugestões de comportamento.	53
Figura 21 – Coluna <i>Página das Mães</i>	57
Figura 22 – Coluna <i>Garotas</i> , ilustrada por Alceu Penna.....	59
Figura 23 – Exemplo da variação da coluna <i>Da Mulher para a Mulher</i>	61
Figura 24 – Exemplo da variação da coluna <i>Elegância e Beleza</i>	61
Figura 25 – Coluna <i>Estadio</i>	63
Figura 26 – Matéria especial sobre as mulheres e a praia.....	63
Figura 27 – Corpo feminino e vestimentas características dos anos 20 e parte dos 30.....	66
Figura 28 – Corpo feminino e vestimentas características dos anos de metade dos anos 30 e 40.....	68
Figura 29 – Matéria sobre vestimentas adequadas na prática esportiva	68
Figura 30 – <i>Garotas</i> ilustradas por Alceu Penna.....	69
Figura 31 – Exemplo em que a ilustração e a tipografia são lidas no conjunto.....	71

Figura 32 – Exemplo em que vários tipos associam a ideia de variedade, diversidade	72
Figura 33 – Ornamentos, símbolos e ilustrações que acompanhavam as seções femininas.....	73
Figura 34 – Capa da edição número um da revista <i>O Cruzeiro</i>	74
Figura 35 – Capas com temáticas relacionadas ao ar livre, como a praia e a piscina.....	75
Figura 36 – Capas com representações de feminilidades em décadas distintas.....	77
Figura 37 – Capas ressaltando os valores cívicos.....	78
Figura 38 – Capas com temas natalinos de 1945.....	79
Figura 39 – Capas retratando pessoas afrodescendentes.....	81

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	SOBRE O <i>CRUZEIRO</i>	16
2.1	O BRASIL E A IMPRENSA BRASILEIRA NO INÍCIO DO SÉCULO XX	16
2.2	TRAJETÓRIA E POSIÇÕES	19
3	A MODERNIDADE CONSTRUÍDA EM REVISTA	24
3.1	TÉCNICAS, TECNOLOGIAS E LEITORES(AS)	24
3.2	MIOLO	28
3.3	ILUSTRAÇÃO E FOTOGRAFIA	35
3.4	TIPOGRAFIA	45
3.5	CAPAS	48
4	TIPOS DE FEMINILIDADES	50
4.1	FEMINILIDADES NO BRASIL E NO <i>O CRUZEIRO</i>	50
4.2	SEÇÕES VOLTADAS PARA PÚBLICOS FEMININOS	55
4.3	IMAGENS FEMININAS NA ILUSTRAÇÃO E NA FOTOGRAFIA	64
4.4	TIPOGRAFIA NAS SEÇÕES VOLTADAS PARA PÚBLICOS FEMININOS	70
4.5	IMAGENS FEMININAS NAS CAPAS	74
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	83
6	REFERÊNCIAS	86
6.1	EXEMPLARES DA REVISTA <i>O CRUZEIRO</i> UTILIZADAS	88

1 INTRODUÇÃO

[...] Uma revista é um instrumento de educação e de cultura: onde se mostrar a virtude, animá-la; onde se ostentar a beleza, admirá-la; onde se revelar o talento, aplaudi-lo; onde se empenhar o progresso, secundá-lo. O jornal dá-nos da vida a sua versão realista, no bem e no mal. A revista redu-la á sua expressão educativa e esthetica. [...] A politica partidaria seria tao incongruente numa revista do modelo de **Cruzeiro** como num tratado de geometria. Uma revista deve ser como um espelho leal onde se reflecte a vida nos seus aspectos edificantes, attraentes e instructivos. Uma revista deverá ser, antes de tudo, uma escola de bom gosto. (*O Cruzeiro*, 10 nov. 1928, p. 2)¹.

O período entreguerras (1920-1940) foi significativo para o desenvolvimento da industria gráfica no Brasil. Segundo Rafael Cardoso (2000), foi durante as primeiras décadas do século XX que o advento das novas tecnologias se mostrou significativo, com a expansão do parque industrial nacional e o desenvolvimento do rádio e do cinema (promovendo transformações culturais), cuja associação com cartazes, anúncios publicitários e revistas ilustradas, abriram um novo campo de possibilidades para o design.

E pensando no processo de desenvolvimento que ocorreu no Brasil que o este período foi escolhido. O processo de modernização do país, em especial da antiga capital, Rio de Janeiro, trouxe também transformações sociais. Tais mudanças propiciaram a popularização de novos padrões antes acessíveis somente a uma pequena parcela da sociedade. Hábitos e posturas são disseminadas e adotadas no dia a dia, principalmente com o cinema norte-americano influenciando os modos de agir e consumir.

Nos meios de comunicação, o desenvolvimento da indústria gráfica nacional trouxe uma nova concepção visual para os impressos. Propostas que exploravam a relação entre texto e imagem tornaram-se mais comuns devido às inovações qualitativas nos processos de impressão. Reflexo disso são as inúmeras revistas ilustradas que surgem na época, cuja expansão e difusão estão intimamente ligadas ao processo de massificação e modernização do Brasil (CARDOSO, 2000).

Atuando no processo de modernização, as revistas ilustradas possuíam uma abordagem diversificada em relação aos outros meios de comunicação impressos, como o livro e o jornal. Difundidas no Brasil no início do século XX, este novo tipo de

¹ A grafia de trechos do semanal foram mantidos conforme a norma culta vigente no período analisado.

publicação trouxe consigo uma nova cultura visual, moderna, ampliando o acesso às informações (SOBRAL, 2007).

É com o foco voltado para o fenômeno das revistas ilustradas e no seu papel histórico-social que o presente trabalho se desenvolve, com destaque para as representações de tipos de feminilidades veiculadas na revista *O Cruzeiro*. Partindo dos aspectos gráficos apresentados pelo periódico, as representações de feminilidades serão estudadas. Quando em associação, imagens e textos transmitem padrões de comportamento que visam a regulação ou a manutenção de um sistema de valores morais e éticos. Pensando neste sistema, o que era divulgado através das revistas ilustradas potencialmente passava a ser sinônimo de modelo a ser copiado por indivíduos de todas as classes sociais, tornando-se uma mídia polivalente, com grande inserção no cotidiano.

Logo, considerando as práticas discursivas divulgadas nas páginas do *O Cruzeiro* durante o entreguerras e a Segunda Guerra Mundial, serão observadas nas construções relacionadas às feminilidades uma série de prescrições de caráter normativo. A representação de e/ou a identificação com determinado comportamento ou posição está atrelada aos discursos de uma cultura. Segundo Hall (1997), estes discursos permeiam nosso cotidiano, construindo subjetividades e posições de sujeito, moldando práticas sociais. Estas, "na medida em que sejam relevantes para o significado ou requeiram significado para funcionarem, têm uma dimensão cultural" (HALL, 1997, p. 34). Tal processo de representação permite a observação, a partir dos discursos culturais vigentes, tipos de feminilidades e das relações de gênero que os sustentam.

As revistas ilustradas, assim como o rádio, o cinema e os jornais, caracterizavam as principais mídias da época. Partindo do pensamento de Hall (1997), a cultura faz uso desses veículos para construir representações de identidade, regulando, por exemplo, a moralidade. Num período em que regimes autoritários ganham força no Brasil e no mundo, a cultura passa a ser mais intensamente controlada pelas mãos do Estado. Quanto "mais 'central' se torna a cultura, tanto mais significativas são as forças que a governam, moldam e regulam" (HALL, 1997, p. 35). A relação entre cultura e poder feita por Hall (1997) nos permite discorrer em específico sobre as representações de feminilidades no nosso objeto de estudo, a revista *O Cruzeiro*.

Para Velloso (2010) as mulheres brancas, oriundas das classes média e alta, adquiriram relevância, como protagonistas da modernidade que surge neste período.

Nas páginas de *O Cruzeiro*, a presença de figuras femininas é extensa, sendo destinados a elas vários espaços em seu miolo e que, apesar de ser uma semanal de variedades, idealizada para atingir um grande parte da população, os temas direcionados para os públicos femininos possuem grande espaço no *O Cruzeiro*. Em associação ao desenvolvimento nas técnicas de impressão – permitindo maior definição das imagens –, a figura feminina é articulada pelo semanal de modo a trazer diversos tipos de representações-modelo do "ser feminina".

A representação de feminilidades é parte integrante das relações de gênero. Por gênero entende-se as construções culturais envolvidas nas relações sociais entre os sujeitos masculinos e femininos, constituindo identidades. Discursos são usados para ratificar identidades femininas e masculinas na sociedade. Por meio de "regras", moldam-se "comportamentos, vestimentas, seus modos de se relacionar ou de se portar" um em relação ao outro (LOURO, 2007, p. 24). Além do gênero, estas identidades também englobam categorias, como classe, raça/etnia, sexualidade, entre outras. Vale ressaltar que os tipos de feminilidades que circulavam na revista estavam em constante transformação, podendo até ser contraditórios em determinados momentos. No *O Cruzeiro*, a questão diversidade de identidades femininas é um ponto explorado nas análises, com o intuito de articular o dinamismo dos discursos voltados para as figuras femininas. Vale ressaltar que no período em estudo as transformações e os avanços conquistados em relação às posições sociais das mulheres são questionados e remodelados, com as relações de poder (do Estado, da sociedade conservadora e de influências estrangeiras) atuando com maior intensidade no discurso à respeito das feminilidades, gerando conflitos e contradições (LOURO, 2007).

Uma distinção a ser feita durante o desenvolvimento das ideias é em relação às esferas pública e privada que abordamos durante o trabalho. Sendo uma divisão arbitrária e histórica, a separação entre o público e o privado é definido pela esfera pública como ligada à produção, espaço tido como masculino, e a esfera privada como ligada ao consumo, à domesticidade, ao espaço tido como feminino (SANTOS, 2010). No recorte temporal estudado esta divisão sofre tensionamentos, quando as mulheres das classes médias e altas passam a "participar" mais ativamente da esfera pública, "expondo-se" aos perigos da vida externa ao lar, exercendo profissões relacionadas às tarefas exercidas no lar, como a docência e a enfermagem². Em oposição, vê-se o reforço, por parte dos setores conservadores da sociedade,

2 Vale ressaltar que as mulheres das camadas mais baixas da sociedade sempre trabalharam para sustentar ou complementar a renda familiar, tema que será visto ao longo das análises do semanal.

dos discursos à respeito dos padrões considerados inerentes à "natureza" das mulheres. Essa influência também era exercida por meio das práticas de consumo, que atuavam nesse processo discursivo utilizando-se de publicidades e reportagens publicadas na revista. No *O Cruzeiro*, as reportagens e publicidades direcionadas ao público feminino, abordavam temas que englobavam e mesclavam as esferas pública (etiqueta, moda, personalidades) e privada (casamento, casa, família, filhos), buscando modelar posturas.

Sobre a relação entre os elementos gráficos e o conteúdo do periódico, Francischett (2008, p. 3) afirma que:

[...] A grande visibilidade das mulheres nas capas de *O Cruzeiro* e também nas fotorreportagens demonstra a transição de uma importante cultura de massas auditiva – na qual as imagens femininas são construídas através das vozes transmitidas pelo rádio – para uma **cultura visual**. As fotografias de mulheres passam da circulação restrita dos álbuns de família para os veículos de comunicação, de ampla circulação pública. (Grifo da autora)

A partir da formação de uma cultura visual, associada às mídias de circulação de massa, entre elas, as revistas ilustradas, pretende-se estabelecer um diálogo entre o desenvolvimento das técnicas de impressão, em consonância com as imagens e os conteúdos veiculados pelo *O Cruzeiro*, focando nos tipos de feminilidades e suas possíveis influências nas construções de valores em outros aspectos da esfera sociocultural, como as identidades nacionais, de raça/etnia, de classe, de gênero, dentre outras.

O objetivo do trabalho não é trazer soluções absolutas ou definitivas às questões, mas sim trabalhar de maneira plural, levantando questionamentos e abrindo possibilidades de exploração entre as relações histórico-sociais e a contribuição do design gráfico na formação de uma cultura visual, enfocando a sua participação na construção de identidades de gênero em consonância com o desenvolvimento tecnológico.

Para que as análises fossem realizadas, utilizou-se o acervo da Biblioteca Pública do Paraná como principal local consultado. No entanto, ao longo das consultas, constatou-se a existência de lacunas quanto às edições que compreendem os períodos de 1932 à 1934 e de 1936 à 1939. Visando compensar este problema, foi consultado o *site Memória Viva*³, contribuindo com os conteúdos referentes à primeira edição do semanal e também com o registro de algumas capas.

³ *Memória Viva* é um *site* que busca preservar a História da Imprensa Brasileira. Revistas como *O Cruzeiro*, *Careta* e *O Malho* estão entre os periódicos deste acervo virtual. Disponível em: <<http://www.memoriaviva.com.br>>.

A pesquisa proposta tem como fim contribuir para o entendimento da construção de uma cultura visual associada às revistas ilustradas que se desenvolve de modo expressivo no Brasil nas primeiras décadas do século XX. O crescimento dessa nova linguagem gráfica está diretamente ligado ao desenvolvimento tecnológico, como afirma Cardoso (2000, p. 126):

[...] nos meios de comunicação impostas por novas mídias como o rádio e o cinema, a imprensa e a indústria gráfica passaram a dar uma atenção redobrada à configuração visual dos impressos. No Brasil, como em todo o mundo, o período entre as décadas de 1920 e 1940 testemunhou uma enorme multiplicação da interrelação de texto e imagem em jornais, revistas, livros e cartazes. [...]

Nesta expansão, nota-se o papel do design na constituição de novas representações de identidades sociais. O desenvolvimento tecnológico ocorrido neste período no Brasil gerou também novos valores culturais. A revista *O Cruzeiro*, como um dos veículos que iniciam suas publicações no período citado por Cardoso (2000), apresenta novos padrões de comportamento que remetem a questões e subjetividades de gênero. Logo, a pesquisa acerca das representações de feminilidades em conjunto com o design gráfico, faz-se relevante a partir do momento que o design "também reflete um projeto de sociedade e de como é importante, portanto, manter uma consciência clara do tipo de sociedade que se deseja projetar" (CARDOSO, 2000, p. 141-142).

A estrutura do trabalho primeiramente apresenta o contexto socioeconômico em que surgiu a revista, abordando sua linha editorial dentro de um panorama que modificou a sociedade e o cotidiano da população, sendo a base para os demais capítulos do trabalho.

Na segunda parte, os aspectos técnicos e gráficos da revista estão em foco. Maquinário, questões de diagramação, fotografia e ilustração, tipografia e as capas, trazem o desenvolvimento técnico e a influência de uma nova visualidade do semanal para a modernidade do país.

A partir dos apontamentos pertinentes às técnicas e ao conteúdo gráfico-visual, a terceira parte relaciona-se à construção de representações de feminilidades, partindo de referenciais gráficos em conjunto com o discurso textual veiculado nas publicações do *O Cruzeiro*. Busca-se o entendimento das relações entre design e sociedade, e de como determinados tipos de posturas são construídas discursivamente, utilizando os meios gráficos como suporte.

2 SOBRE O CRUZEIRO

Para compreender como se processou a criação da revista *O Cruzeiro*, é fundamental conhecer o contexto da época, sobretudo os fatores que influenciaram a sua constituição formal e editorial. Estes fatores incluem a imprensa brasileira nas primeiras décadas do século XX e os aspectos da vida pública e privada da população. Tais fatores são percebidos sob o prisma de uma modernidade latente, cujo "ingresso individual e coletivo na 'modernidade' não era facultativo, por se tratar de um fenômeno histórico amplo e impessoal" (CARDOSO, 2005, p. 339).

Portanto, pensando na revista *O Cruzeiro* como um agente histórico, sua trajetória relaciona-se com fatos importantes ocorridos no Brasil no período analisado. Fatos históricos influenciaram de maneira direta ou indireta a constituição de sua linha editorial, conforme será discutido na sequência.

2.1 O BRASIL E A IMPRENSA BRASILEIRA NO INÍCIO DO SÉCULO XX

A primeira metade do século XX foi um período de intensas modificações nos contextos mundial e nacional. A população se urbaniza, a Primeira Guerra Mundial reestrutura as relações do poder no mundo com a ascensão econômica e cultural dos Estados Unidos. Além disso, o sentimento nacionalista crescente nos países europeus culminou na ascensão de regimes de extrema-direita na Europa, como o nazismo e o fascismo (CARDOSO, 2000, p. 139-140).

Tem-se a continuação do processo de desenvolvimento tecnológico, que promoveu uma alteração no regime trabalhista⁴, gerando por conseguinte, mais tempo livre para as massas trabalhadoras. Logo, abre-se um novo nicho: a indústria do entretenimento, sendo o cinema e o rádio exemplos desta nova categoria, difundindo valores e comportamentos (CARDOSO, 2000). Esta difusão só foi possível devido à diminuição no tempo de transmissão da informação por meio de novos artefatos, como o telefone e o telegráfo. Os esforços de guerra também contribuíram para o desenvolvimento tecnológico na área da comunicação em massa no Brasil. O advento de meios de transporte como o automóvel, os bondes elétricos e o avião, também encurtaram distâncias e aceleravam a rotina das grandes cidades do país, modernizando-as (SEVCENKO, 1998).

4 O regime trabalhista diz respeito às conquistas da classe operária em curso no Brasil e no mundo entre os séculos XIX e XX, na qual pode-se citar a redução da jornada de trabalho nos países desenvolvidos (FAUSTO, 1970).

Nos três primeiros decênios do século XX, o processo modernizador se faz com maior evidência no Brasil pela antiga capital do país, Rio de Janeiro. Com a influência dos artefatos tecnológicos de modo mais evidente na vida e no imaginário coletivo, vê-se a capital emergindo e agindo para ganhar notoriedade como uma metrópole moderna perante o resto do globo. A partir dessa premissa, ocorre uma "regeneração" do Rio de Janeiro, a qual, segundo Sevcenko (1998), caracterizou-se pela reestruturação urbanística e pela política de higienização da população. Entretanto, este processo reforçou os contrastes sociais: entre os que desfrutavam da "nova norma urbanística, racional e técnica" e a outra parcela da população, à qual foi destinada, "o labirinto das malocas, do desemprego compulsório" sem lei (SEVCENKO, 1998, p. 543).

No cenário político, o período intitulado historicamente como República Velha (1889-1930), é marcado por um relativo crescimento econômico em face às revoltas de caráter militar, popular e político. Os latifundiários paulistas e mineiros alternavam-se no poder, mantendo os interesses rurais voltados para a exportação. Tal defesa de privilégios ficou conhecida com a política do café com leite⁵. Paralelamente, tem-se a indústria em expansão, incluindo a indústria gráfica e, em associação a ela, a imprensa (FAUSTO, 1970).

Após a Proclamação da República, a imprensa brasileira encontrava-se em transição. O que antes era restrito a empreendimentos individuais e "artesanais", desenvolve-se acompanhando o avanço das relações capitalistas e, segundo Sodré (1983), cede espaço para as empresas jornalísticas de grande porte, estruturadas nos moldes do capitalismo industrial. Ao unir jornais, revistas, emissoras de rádio e a partir da metade do século, a inclusão da televisão – estas corporações tinham propósitos voltados para interesses políticos e econômicos, tanto na obtenção do lucro como pelas relações de poder, influenciando a opinião pública, conduzindo preferências e mobilizando sentimentos.

No segundo decênio do século XX, tem-se nos meios de comunicação, o desenvolvimento da indústria gráfica nacional em sintonia com a mundial, trazendo uma nova concepção visual para a imprensa e para os impressos, tornando-os segmentos econômicos polivalentes, desempenhando papéis divulgadores da

5 Por política do café com leite entende-se as oligarquias rurais que revezaram no poder durante a República Velha, sendo elas pertencentes aos estados com as maiores produções de café (São Paulo) e de leite (Minas Gerais). Neste período ocorre uma dualidade de ideias correntes: de um lado os latifundiários exportadores; "de outro, as classes médias urbanas, em rápida expansão, imbuídas de ideais liberais, buscando formas de vida moderna". Este conflito culmina posteriormente na Revolução de 30, conferindo uma nova ordem modernizadora no país (FURTADO *apud*, FAUSTO 1970, p. 11).

modernidade ao mesmo tempo que são partes integrantes dela (SILVA, 2007). Uma das principais mudanças decorrentes desse desenvolvimento é a relação entre texto (aperfeiçoamento tipográfico) e imagem (avanços na ilustração) decorrentes das inovações qualitativas e quantitativas de impressão. Outro reflexo desta sincronia são as inúmeras revistas ilustradas que surgem nas primeiras décadas do século XX, cuja expansão e difusão estão intimamente ligadas ao processo de massificação e modernização do Brasil (CARDOSO, 2000; SILVA, 2007).

Tendo papel fundamental na assimilação do processo de modernização do país, as revistas ilustradas quebraram barreiras sociais. O aperfeiçoamento das técnicas de impressão, que permitiu a impressão simultânea de imagens e texto, causou uma redução no custo de impressão, barateando o produto final e flexibilizando a diagramação. Ao se tornarem mais atraentes e com preço acessível, as revistas ilustradas promoveram "uma democratização da cultura visual, estimulando o hábito da leitura e o interesse das classes menos favorecidas pela alfabetização" (SOBRAL, 2007, p. 30). Atuando no imaginário coletivo, as revistas ilustradas difundiram e questionaram hábitos e valores, alterações no meio urbano e na vida cultural da população, a modificação ou o reforço de códigos sociais. Ou seja, exercendo influência nos âmbitos público e privado da República (SOBRAL, 2007).

Uma das publicações que traduziram o pensamento moderno, atingindo grande parte da população com uma gama variada de assuntos que retrataram época, foi a **Revista Semanal Ilustrada O Cruzeiro**. O nome foi comprado pelo empresário Assis Chateaubriand do jornalista português Carlos Malheiro Dias por quinhentos contos de réis, durante os primeiros meses de 1928 (MORAIS, 1994, p. 177). Neste período Chateaubriand expandia seu império, levando-o a ser uma das pessoas mais influentes do Brasil entre as décadas de 1930 a 1960. Conhecido como Chatô, exerceu sua influência principalmente por meio dos *Diários Associados*, grupo de comunicação criado por ele e que englobava jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão e agência telegráfica. Dentre seus maiores e mais célebres empreendimentos estão a TV Tupi e a revista *O Cruzeiro*.

Durante a ampliação dos *Diários Associados*, Chateaubriand fracassa na compra do *Diário de Notícias* de Porto Alegre (MORAIS, 1994), período este que coincide com a estruturação da Empresa Gráfica Cruzeiro S. A. Ao notar a amplitude nacional que o seu grupo de comunicação poderia ganhar, Chateaubriand volta seu olhar para o periódico. Assim, uma vez planejado e executado o lançamento do *O Cruzeiro*, tem-se os primeiros 50.000 exemplares do semanário

esgotados em poucas horas, demonstrando o poder que a revista viria a ganhar nas décadas seguintes (NETTO, 1998). Para que possamos refletir sobre esta influência no cotidiano da população, a linha editorial adotada pelo *O Cruzeiro* será abordada na sequência.

2.2 TRAJETÓRIA E POSIÇÕES

No final da tarde de 5 de novembro, [...], 4 milhões de folhetos – três vezes o número total de habitantes do Rio – foram atirados do alto dos prédios sobre a cabeça dos passantes. Os volantes anunciavam o breve aparecimento de uma revista "contemporânea dos arranha-céus", uma revista semanal colorida que "tudo sabe, tudo vê" (MORAIS, 1994, p. 187).

Com uma "estrondosa promoção" que envolveu não só a publicidade no prédio da editora sediada no Rio de Janeiro, conforme relatado no trecho acima, mas também a divulgação em jornais, revistas e através do cinema – por meio de uma vinheta projetada antes de toda película da *Metro Goldmyn Mayer* – no ano de 1928 a revista *O Cruzeiro*⁶ é inaugurada (MORAIS, 1994). No dia 10 de novembro do mesmo ano, as principais cidades do Brasil e as capitais Buenos Aires e Montevideú receberam simultaneamente a edição do periódico, sendo a primeira publicação do segmento brasileiro a circular nos âmbitos nacional e internacional. Visando sua autopromoção, a modernidade foi altamente explorada nos impressos e anúncios, conforme relatado por Moraes (1994):

[...] a revista publicaria anúncios regulares do estúdio americano em troca de exibição, antes de toda película da *MGM* distribuída para qualquer ponto do país, de um curtíssimo filme feito em Buenos Aires mostrando um máquina de rotogravura imprimindo exemplares de *Cruzeiro*. Todo aquele conjunto de ações se constituía, garantia Fitz Gibbon a Chateaubriand, "no mais moderno processo americano de infiltração na consciência dos consumidores" (MORAIS, 1994, p. 187).

O conceito de modernidade ao qual a revista fazia menção é mais evidente na edição do dia 24 de novembro de 1928. Ao publicar uma matéria explicando de modo enaltecedor como procedeu o surgimento da nova revista ilustrada e da sua proposta inovadora, o periódico foi associado a artefatos que simbolizavam o progresso e o ritmo acelerado das metrópoles:

Revista moderna, que encontrava ao nascer as construções ciclópicas dos arranha-céus e os prodígios da aviação e da telegrafia sem fios, *Cruzeiro*

⁶ O nome *O Cruzeiro* (com a inserção do artigo O) foi adotado em junho de 1929, na edição de número 30.

não podia deixar de utilizar na sua propaganda todos os recursos que o progresso lhe oferecia (*Cruzeiro*, 24 nov. 1928).

Os conceitos moderno e modernismo merecem uma compreensão mais aprofundada, a fim de elucidar como estas denominações são exploradas pelo *O Cruzeiro* nas esferas individuais e coletivas da sociedade. O termo moderno e seus derivados designam o período histórico que compreende os séculos XVIII até o final do século XX, e que caracteriza-se pelo pensamento iluminista e pelas transformações socioeconômicas nos modos de produção e nas relações políticas. Já o termo modernismo refere-se às vanguardas artísticas e de contestação que, entre 1910 e 1960, buscaram novas concepções estéticas e formais, atuando principalmente nas áreas de arte e arquitetura (CARDOSO, 2005, p. 339).

Nesse sentido, Julieta Sobral (2007), ao trazer tais termos para um contexto social, argumenta que o senso comum tende a fazer um "juízo de valor". Moderno e modernismo tendem a simbolizar, em sua maioria, algo que "é atual e bom", na perspectiva de quem vivencia determinado fenômeno em determinada época (SOBRAL, 2007). Portanto, nota-se que a interpretação dos conceitos moderno e modernismo não se referem somente ao emprego do termo histórico ou vanguardista, como também aos processos modernizadores e modernistas – que ocorreram no Brasil e no mundo com maior intensidade nas primeiras décadas do século XX. Tais processos devem ser considerados como fatores para a constituição de um imaginário coletivo.

No primeiro editorial de autoria anônima de *O Cruzeiro*, a justificativa da capa, do nome, bem como da importância de criar uma revista ao invés de um jornal ou de um livro, tem como argumento a percepção da modernidade, que no texto é apresentada a partir de comparações: o jornal tem vida efêmera de vinte e quatro horas e, após esse período, tem como destino a sua documentação em algum arquivo ou biblioteca; a revista, ao contrário

[...] circula desde o Amazonas ao Rio Grande do Sul, infiltra-se por todos os municípios, utiliza na sua expansão todos os meios de condução terrestre, marítima, fluvial e aérea; entra e permanece nos lares; é a leitura da família e da vizinhança (*O Cruzeiro*, 24 nov. 1928, p. 2).

Quando o editor-chefe cita a amplitude que a revista podia alcançar⁷, pretendia também atingir o máximo de indivíduos por meio de princípios de

⁷ O alcance de uma revista aqui é mensurado a partir da suposição de que cada exemplar seja lido, em média, por quatro ou cinco pessoas. Logo, os 50.000 exemplares da primeira edição de *O Cruzeiro* foram "lidos" por aproximadamente 250.000 pessoas, em um país cuja população alfabetizada beirava a 7.493.357 de pessoas em 1920, contra 23.142.248 de analfabetos, caracterizando um "milagre" editorial (NETTO, 1998; IBGE *apud* SERPA, 2003, p. 26).

caráter informativo e doutrinário. Embora, segundo o editor, uma revista moderna devesse primar pela educação e cultura, sem intenções políticas ou doutrinárias, na prática, vê-se na revista *O Cruzeiro* uma pedagogia que "orientava" opiniões a partir das experiências rotineiras da população. Segundo Guacira Lopes Louro (2007), este tipo de pedagogia busca contribuir na formação de perfis adequados aos padrões hegemônicos da sociedade, de acordo com os valores vigentes em cada época. Politicamente, o próprio editorial argumentava que, devido ao nome ser proveniente da constelação presente na bandeira do Brasil, "inclui nas suas três sílabas um programa de patriotismo" (*O Cruzeiro*, 10 nov. 1928, p. 2). Ao lembrar que mundialmente a ascensão de regimes nacionalistas de direita no entreguerras ganhava força, a atribuição por parte do editorial de símbolos que remetessem ao progresso e à nação, afirmavam suas tendências políticas, que seriam evidenciadas com o tempo.

O conceito moderno divulgado pelo periódico em suas reportagens foi vinculado a personalidades dos círculos sociais e políticos, de modo não somente a obter o lucro, mas atendendo aos interesses do Estado e do próprio Chateaubriand. No que tange aos acordos políticos, o capital para financiar a circulação do semanal foi proveniente do então ministro da Fazenda Getúlio Vargas, que posteriormente obteve apoio por parte dos Diários Associados na Revolução de 1930 (CARVALHO, 2001, p. 61). Ao perceber o potencial eletivo que *O Cruzeiro* adquiriu, Chateaubriand veio a explorá-lo durante toda a trajetória do semanal: participando da eleição de Vargas em 1930; posicionando-se contra o mesmo Vargas em 1945 após divergências; e apoiando o golpe militar em 1964 (MORAIS, 1994).

No que tange ao âmbito da sociedade como um todo, a modernidade era apresentada como algo a ser almejado pela maioria da população. O advento de novas tecnologias trazia consigo novas significações de cunho individual e coletivo ao se vivenciar o "novo" nas primeiras décadas do século XX, conforme relata Nicolau Sevcenko (1998, p. 522, grifo da autora):

O desenvolvimento dos novos meios de comunicação, telegrafia sem fio, telefone, os meios de transporte movidos a derivados do petróleo, a aviação, a **imprensa ilustrada**, a indústria fonográfica, o rádio e o cinema intensificarão esse papel [de metrópole-modelo] da capital da República, tornando-a no eixo de irradiação e caixa de ressonância das grandes transformações em marcha pelo mundo, assim como no palco de sua visibilidade e atuação em território brasileiro. O Rio passa a ditar não só as novas modas e comportamentos, mas acima de tudo os sistemas de valores, o modo de vida, a sensibilidade, o estado de espírito e as disposições

pulsionais que articulam a modernidade com uma experiência existencial e íntima.

Os conceitos vinculados à modernidade ganham ênfase neste período em especial da história do Brasil e da indústria de comunicação em massa, conforme a citação de Sevckenko (1998). Na imprensa ilustrada este fenômeno se faz evidente, pois vê-se a possibilidade de aliar imagem e texto de modo persuasivo, ou seja, o consumo de produtos e ideias veiculados em suas páginas, utilizando-se para isso da publicidade e de reportagens que envolvem o cotidiano. Logo, de cunho popular e abrangente, a revista *O Cruzeiro* buscou promover um estilo de vida moderno e pouco acessível à maioria da população, difundindo um imaginário coletivo de acordo com padrões vindos da Europa e dos Estados Unidos. Esta contradição do semanal é fruto da dualidade em que uma população de maioria rural (sob influência dos latifundiários cafeeiros) e uma ascendente urbanização industrial (com interesses da burguesia) encontravam-se em conflito no que diz respeito aos interesses políticos. Tal efeito atingiu seu ápice com a Revolução de 1930, quando Getúlio Vargas chega ao poder por meio da burguesia industrial em colaboração com a imprensa – incluindo a revista *O Cruzeiro* (FAUSTO, 1970).

A linguagem moderna construída pelo semanal é utilizada também como uma tecnologia social⁸ pelo governo e pela Igreja Católica, principalmente durante o Estado Novo de Getúlio Vargas, a fim de manter os princípios morais correntes da sociedade brasileira entre as décadas de 1920 a 1940 (MALUF; MOTT, 1998). Como exemplo podem ser citadas as diversas edições que fazem referência às festividades tradicionais do país, como o Natal, o carnaval ou em exaltação à nação (nacionalismo). Em associação a estas temáticas, tem-se a figura feminina, que é alvo de atenção por parte da revista, usada para demonstrar os interesses conservadores de uma elite brasileira mascarada sob um verniz de modernidade (MALUF; MOTT, 1998), conforme será abordado mais adiante.

Foi durante os vinte primeiros anos de circulação que a fotorreportagem se fez conhecida no Brasil por meio do *O Cruzeiro*. Ela caracteriza-se por reportar acontecimentos, lugares e pessoas dos mais diversos estratos sociais, buscando por meio da imagem trazer diversas sensações ao leitor, retratando e ajudando a

8 Por tecnologia social entende-se os métodos de regulação que visam a educação moral e cívica, que abrange as esferas públicas e privadas da sociedade, normatizando-as. O cinema, o rádio, a televisão, os jornais e revistas são exemplos de instrumentos tecnológicos que podem atuar na manutenção das relações sociais e de poder. Esta normatização é exercida pelo Estado (campanhas de vacinação e as leis que regem uma nação são exemplos), pela religião (o casamento como pilar da sociedade), e pela própria sociedade, ao impor determinadas condutas de comportamento (MALUF; MOTT, 1988).

construir a realidade de uma época (SOUSA, 2002). Este gênero jornalístico surgiu com as revistas ilustradas alemãs e francesas no entreguerras, e teve importante papel ao registrar os acontecimentos da Segunda Guerra Mundial.

Ao implementar um jornalismo que primava pelo uso da fotografia em consonância com o texto, o semanal trouxe uma nova configuração à imprensa brasileira da época, dinamizando-a e noticiando um país até então desconhecido para a maioria da população (CARVALHO, 2001). A reformulação envolveu a união de um parque gráfico avançado para os padrões brasileiros, com grandes nomes da literatura como Manuel Bandeira, Graça Aranha e Raquel de Queiroz. No jornalismo, reuniu David Nasser Milôr Fernandes e Carlos Malheiro Dias – que dirigiu o periódico nos primeiros cinco anos. Na fotografia, destaca-se Jean Manzon, que em parceria com Nasser, caracterizaram a fotorreportagem no Brasil, principalmente pelas matérias de grande impacto, como uma reportagem sobre os "índios gigantes do sertão brasileiro", que despertou o interesse do público pelo povo Xavante (NETTO, 1998, p. 109). Manzon foi um dos responsáveis pela reestruturação estética do periódico na década de 1940, sendo este um dos fatores para a consolidação da revista no cenário nacional.

Durante seus 46 anos de circulação semanal quase ininterrupta, a notoriedade do semanário na história da imprensa e do país teve seu ápice entre a metade da década de 1940 os primeiros anos da década de 1960. Neste período houve a maior vendagem que um periódico atingiu na história do Brasil, noticiando o suicídio de Getúlio Vargas em 1954 com a marca de 720.000 exemplares. No final dos anos 60, o veículo encontrava-se em grande dificuldade, principalmente devido ao surgimento de novos modos de entretenimento, como a televisão, o que redirecionou o foco do seu público leitor, reduzindo as vendas. Novas publicações também surgem com abordagens diferenciadas das adotadas pelo *O Cruzeiro* – como as revistas *Fatos & Fotos* (1961) e *Manchete* (1953), que concorreram diretamente com ela –, fazendo com que as receitas de sucesso do *O Cruzeiro* perdessem espaço para os demais periódicos. A revista perduraria até julho de 1975, quando endividada, oficialmente encerra suas atividades.

Esta breve explanação sobre o contexto histórico no qual se insere a revista *O Cruzeiro*, possibilita a percepção de aspectos relacionados aos caminhos percorridos pelo semanal durante o recorte temporal analisado para ganhar notoriedade e espaço frente as demais revistas em circulação. A modernidade é um fator que se sobressai em sua linha editorial. Vale ressaltar que tal modernidade também se constitui por meio do desenvolvimento técnico e tecnológico, construindo uma nova visualidade, conforme será abordado no próximo capítulo.

3 A MODERNIDADE CONSTRUÍDA EM REVISTA

Considerando a revista *O Cruzeiro* como meio de comunicação resultante do vasto uso de artefatos tecnológicos como diferencial para atrair seus leitores – em especial o advento de máquinas impressoras de maior rendimento –, neste capítulo do trabalho será abordado o modo pelo qual o semanal usufruiu das técnicas de impressão em seus exemplares. Sendo assim, será dado destaque ao "miolo" do semanal e aos recursos como a diagramação, a tipografia, o uso da fotografia e da ilustração e a divisão das temáticas (seções). Analisando o conteúdo e os aspectos formais do periódico em conjunto com as tecnologias de impressão, propõe-se trabalhar questões relacionadas ao perfil idealizado do público leitor, em especial ao perfil feminino construído e veiculado pelo *O Cruzeiro*.

Objetiva-se trazer à luz a relatividade de conceitos como modernidade e progresso difundidas pelo *O Cruzeiro*, destacando o emprego do design como um dos meios utilizados na prescrição de condutas sociais, que por vezes tendem a ser contraditórias em um período em que as transformações ocorriam de forma rápida em relação ao século anterior, por vezes maravilhando, por vezes confundindo indivíduos. Neste sentido, a configuração formal e visual de revistas, cartazes e anúncios publicitários, ganham importância pela abrangência social e pelas significações que tais composições carregam consigo. Elas possibilitam variadas interpretações pela sociedade, atuando como formadoras de opiniões, veiculando representações que repercutem nas relações sociais (CARDOSO, 2000; SEVCENKO, 1998).

3.1 TÉCNICAS, TECNOLOGIAS E LEITORES(AS)

A configuração gráfica do *O Cruzeiro* no recorte temporal pesquisado pode ser dividida em dois momentos: o projeto inicial da década de 1930 e a reformulação capitaneada por de Jean Manzon na década de 1940. No primeiro momento tem-se a valorização dos recursos técnicos usados na impressão das publicações, conforme anúncio veiculado pela revista no dia 30 de maio de 1931, cuja vinheta, centralizada abaixo de uma ilustração futurista, consiste no exposto a seguir:

Dispondo dos mais aperfeiçoados mecanismos e pessoal técnico, executam-se com a máxima perfeição quaisquer trabalhos em tricromia, rotogravura, composição, impressão e encadernação, bem como toda a espécie de trabalhos comerciais, revistas, catálogos, álbuns, folhinhas, livros, publicações de arte, pelos preços mais razoáveis (*O Cruzeiro*, 30 maio 1931, contracapa).

Com um maquinário e técnicos de primeira classe, passou-se a explorar o potencial das oficinas gráficas, aceitando encomendas externas (NETTO, 1998). A qualidade de impressão do semanal em sua primeira fase é resultado de:

[...] quatro grandes impressoras rotoplanas, uma rotogravura rotoplana (a primeira a ser montada no Brasil), seis linotipos modernos, de última geração, caixas de tipos avulsos, duas grampeadoras e demais peças de uma oficina de composição e impressão (NETTO, 1998, p. 36).

A rotogravura como um dos símbolos da modernidade e do progresso possui grande relevância para o periódico. Na campanha de divulgação do semanal, uma reportagem veiculada no dia 24 de novembro de 1928 explica como procedeu a publicidade do semanal antes da circulação da primeira edição destacando uma pequena filmagem de uma *Multicolor* em funcionamento⁹ (MORAIS, 1994). Para o semanal, o processo de impressão em uma máquina de rotogravura caracteriza-se como a "última palavra da engenharia ao serviço das artes gráficas, [a máquina] é por si só o símbolo mecânico de *Cruzeiro*, na ilimitada aspiração de progresso que nos anima" (*O Cruzeiro*, 24 nov. 1928). Em contrapartida, o aproveitamento da máquina era baixo, tendo em vista a pouca porcentagem de cores usadas no miolo, restrito a poucas páginas em que adicionava-se uma cor além dos tons de preto, conforme exemplifica a Figura 1. A partir dos anos 40, passa-se a imprimir um caderno¹⁰ do semanal em quadricromia (com exceções, acrescentava-se meio caderno), geralmente destinado às reportagens de maior importância ou às colunas com grande popularidade, como era o caso da coluna *As garotas*, famosa pelas ilustrações de Alceu Penna (Figura 1).

Em 1939 – um pouco antes da entrada de Jean Manzon em *O Cruzeiro* –, Chateaubriand encomenda uma nova rotativa vinda do Estados Unidos: uma rotativa *Hoe*, "ainda mais avançada que a *Multicolor*", sendo ela "capaz de imprimir em poucas horas 300 mil exemplares de um caderno de oito páginas inteiramente em quatro cores" (MORAIS, 1994, p. 369). Com o intuito de agilizar a impressão do periódico, sem causar mudanças significativas, Chateaubriand objetivava principalmente entrar no mercado de quadrinhos com a revista *O Guri*, sendo a primeira do segmento de quadrinhos nacional a ser impressa em quatro cores (JÚNIOR, 2004).

9 A filmagem citada foi resultado da permuta entre *O Cruzeiro* e a *Metro Goldmyn Mayer*, destacando a *Multicolor* como a mais moderna rotativa de que se tem notícia na época. Em troca, a revista *O Cruzeiro* publicaria anúncios do estúdio de *Hollywood* (MORAIS, 1994).

10 Um caderno corresponde a 16 páginas impressas frente e verso.

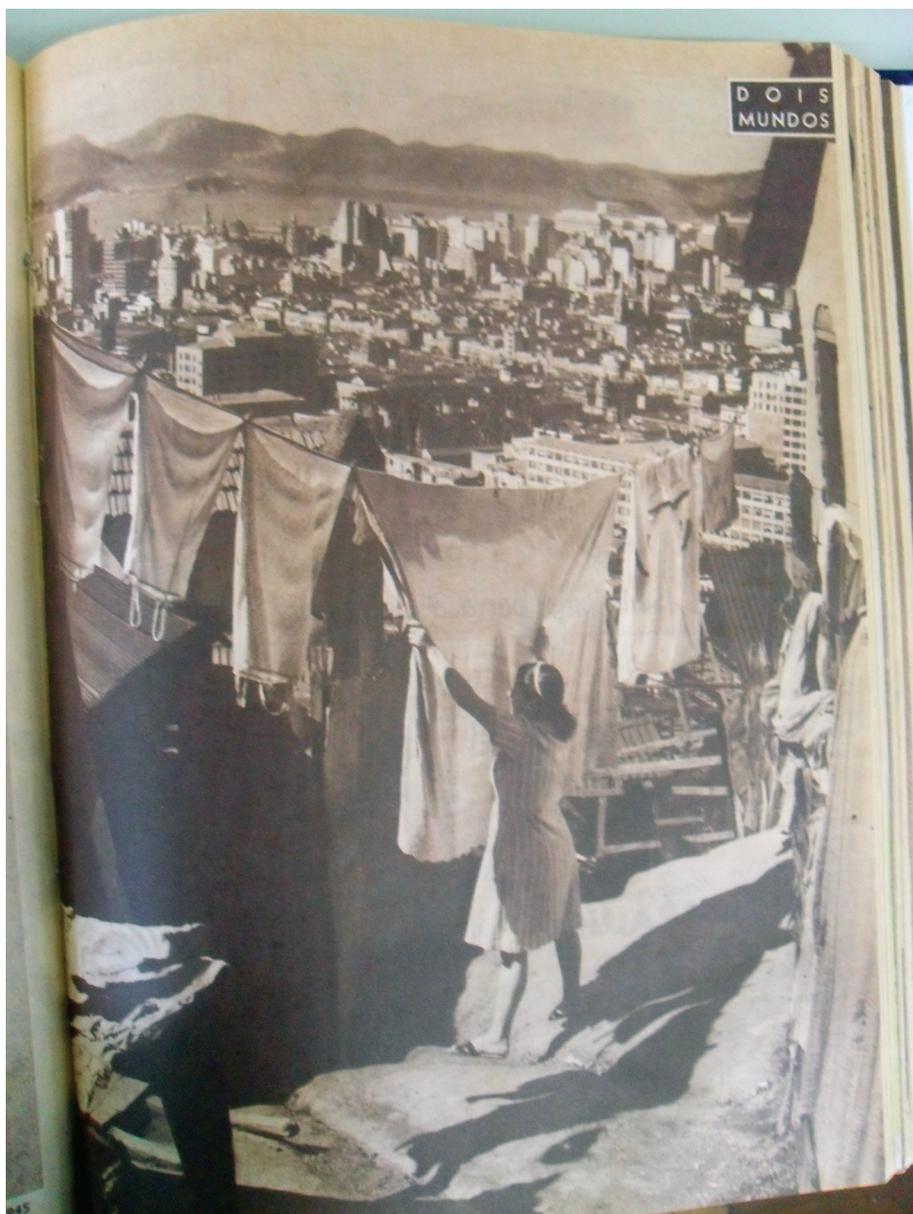


Figura 1 – Exemplos de páginas impressas em duas cores e exemplo de página impressa em quadricromia. (*O Cruzeiro*, 24 nov. 1928); (*O Cruzeiro*, 17 ago. 1940).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

Com a entrada do francês Jean Manzoni na equipe do periódico em meados de 1942, ocorreram mudanças não somente na configuração estética do *O Cruzeiro*, como também na maneira de fazer reportagens. Ex-reporter fotográfico das revistas *Paris Match* e *Paris Soir*, Manzoni veio para o Brasil em 1940. Trabalhou para o DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda) antes de integrar a equipe do *O Cruzeiro*. Suas experiências anteriores como fotógrafo trouxeram consigo concepções da imprensa europeia, sobretudo da requintada *Paris Match*, impressa sobre papel couchê de alta qualidade (MORAIS, 1994). Sua primeira opinião sobre o aspecto formal do semanal é relatada no trecho a seguir: "Quando cheguei em *O Cruzeiro*, a reportagem fotográfica no Brasil era inexistente. Havia um atraso muito grande, a paginação era confusa e [havia] sobretudo muito receio de mudar" (MEDEIROS *apud* CARVALHO, 2001, p. 63).

Este trecho exprime a mudança que o periódico necessitava, pois, apesar de sua popularidade, as vendas encontravam-se abaixo do esperado. Dentro deste panorama, Manzoni recebe carta branca por parte de Chateaubriand para trabalhar com os aspectos estéticos e, ao fazê-lo, colabora para a alteração do modo de fazer jornalismo no Brasil ao introduzir a fotorreportagem. A principal característica deste tipo de jornalismo é a

"dobradinha" reporter-fotógrafo, em que um escreve e o outro ocupa-se com a fotografia (MORAIS, 1994, p. 418). Ao implementar os novos métodos jornalísticos, tem-se o aprimoramento da qualidade editorial e da configuração visual da revista, valorizando a fotografia e trazendo maior efeito de realismo e dramaticidade às reportagens.



**Figura 2 – Reportagem sobre os morros do Rio de Janeiro.
(O Cruzeiro, 4 ago. 1945, p. 17).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.**

Os temas abordados pela dupla David Nasser e Jean Manzon eram os mais diversos e sempre buscavam o exótico e o sensacional: desde as reportagens sobre os índios Xavantes¹¹ que trouxeram fama à dupla, matérias sobre a realidade das favelas

¹¹ Enfrentando os Xavantes (O Cruzeiro, 24 jun. 1944)

em expansão do Rio de Janeiro¹², passando pela reportagem sobre a encantadora de cobras Luz Del Fuego¹³, a dupla concebe o moderno não somente pela diferenciação no modo de fazer jornalismo, mas também por que facilitam a identificação com o público leitor, que vê seu cotidiano retratado nas páginas do semanal, conforme a Figura 2, por exemplo, em que a imagem sangrada ocupa toda a página.

A Figura 2 mostra uma das fotos da reportagem sobre os morros do Rio de Janeiro. Na imagem, uma mulher estende/recolhe a roupa na área externa à sua casa. Nota-se que o enquadramento feito por Jean Manzon contempla a visão que ela tem a partir do local onde mora, que consiste nos prédios e na cidade em crescimento. A fotografia traz a frase "Dois Mundos" como legenda, retratando o desenvolvimento e aqueles que não tinham acesso ao crescimento urbano e tecnológico que encontrava-se em curso no Rio. O conteúdo textual da matéria e as fotografias em conjunto buscavam denunciar as condições em que viviam as pessoas no morro, negligenciadas pelas autoridades e pela sociedade da época.

Nas demais páginas da reportagem também é retratado o cotidiano do morro como uma célula independente do resto da cidade. Aqui o desenvolvimento da fotografia e do jornalismo concebe uma nova visualidade e descrição das pessoas que se encontram à margem da sociedade burguesa mostrada pelo *O Cruzeiro* em outras seções e/ou matérias publicadas. A contraposição de realidades demonstra a relatividade do moderno, que pode ser medido pela maneira que o novo (progresso das técnicas e tecnologias) pode ser direcionado, seja para formar padrões, seja para denunciar as contradições no acesso a esses padrões.

Em relação ao desenvolvimento tecnológico alcançado pelo semanal, nota-se que as alterações ligadas à diagramação eram consideradas sinônimos de modernidade, considerando-se o recorte temporal proposto. Na análise do miolo da revista *O Cruzeiro*, objetiva-se a compreensão de sua configuração formal, visando suas implicações no conteúdo e nas possíveis leituras que seriam feitas por seus leitores.

3.2 MIOLO

Durante sua trajetória, *O Cruzeiro* foi impresso no formato 330 mm x 244 mm. Em sua fase inicial, a revista semanal foi caracterizada pelo "luxo editorial jamais visto no Brasil", devido ao uso de "cores sobre papel couchê de primeira classe" (NETTO, 1998, p. 37). Inicialmente o periódico era composto por, em média, 50 páginas, aumentando este número para 100 a partir de 1940.

¹² O Relógio do Morro (*O Cruzeiro*, 4 ago. 1945)

¹³ Reportagem sobre Luz Del Fuego (*O Cruzeiro*, 27 jan. 1945)

De início tem-se um projeto gráfico com sobreposições de imagens, com pouca preocupação com a hierarquia de informações e com o aproveitamento máximo dos espaços na página, na qual anúncios "competem" em relação ao conteúdo pela atenção do público leitor (Figura 3). Para Carvalho (2001, p. 63) a configuração visual do semanal, até meados de 1940, apresentava-se da seguinte forma:

Desordenadamente ilustrada, com profusão de fotografias, *O Cruzeiro*, oferecia rica variedade de temas: farta cobertura da Segunda Guerra Mundial; acontecimentos sociais de toda ordem; moda, beleza e culinária; muito cinema americano; competições esportivas; notícias requentadas. Prevalcia, no texto, o chamado "nariz-de-cera" – aquelas longas introduções que antecediam a informação propriamente dita. Tudo isso, apresentado num design confuso, sem unidade, em meio a muitos anúncios, matérias pagas ou sem caracterização publicitária.



Figura 3 – Exemplo de página veiculada pelo *O Cruzeiro* (*O Cruzeiro*, 27 jul. 1935).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

Em contrapartida ao relato anterior, podemos perceber pelo exemplo da Figura 3, que o semanal buscava explorar ao máximo os recursos modernos possibilitados pelas tecnologias de que dispunham. Além disso, recorriam aos ícones que representavam a modernidade no início do século XX. Nas primeiras edições, *O Cruzeiro* publica reportagens e contos futuristas, buscando prever como se figuraria

o Brasil em um futuro próximo, exaltando os arranha-céus e a tecnologia a serviço das pessoas (Figura 4), ou apresentando ao leitor matérias sobre a artistas plásticos e suas obras (Figura 3). Em alguns casos tem-se a exploração de recursos por meio de efeitos tipográficos, conforme exemplificado na Figura 4, em que os zeros do ano 2000 estão incorporados à paisagem.



Figura 4 – Matérias sobre como seria o Brasil em um futuro próximo (*O Cruzeiro*, 10 nov. 1928); (*O Cruzeiro*, 10 nov. 1928, p. 25).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

Há casos em que a ilustração confere um respiro aos textos longos, como é o caso da Figura 5. A página dupla é composta por três colunas onde um conto amoroso se desenrola. Cada ilustração ocupa mais da metade das duas laudas, sendo a primeira (da esquerda) mais austera na composição da moldura em relação a segunda (da direita). Esta última possui moldura mais irregular, acrescida de uma borda que a acompanha. Disposta na diagonal, o texto tem seu espaço reduzido e as páginas ganham maior dinamismo, tornando-as atrativas. Vale ressaltar que neste período os textos eram compostos na linotipo, na qual cada letra era disposta uma a uma, demandando paciência e atenção por parte do tipógrafo, sendo portanto, a utilização de tal recurso pouco comum na imprensa brasileira.



Figura 5 – Conto ilustrado (O Cruzeiro, 5 jan. 1929).
 Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

Outro aspecto comum nos contos veiculados no semanal é o recurso da descontinuidade. Este recurso consiste em distribuir pelo exemplar cada trecho do conto, com o intuito de fazer com que o público leitor explore a totalidade da revista, como também de proporcionar o preenchimento das páginas com espaços vendidos para publicidade. No exemplo veiculado na edição do dia 30 de novembro de 1940 (Figuras 6, 7 e 8), o conto "O Coração é um traidor", é dividido em seis partes: inicia na página 19 (Figura 6), retorna à página 6 (Figura 6), avança para a página 10 (Figura 7), depois para as páginas 14 (Figura 7) e 18 (Figura 8), finalizando na página 38 (Figura 8).

Nas páginas que trazem a continuação do conto, tem-se os anúncios publicitários dispostos em colunas, variando na largura. Nos anúncios, o uso de ilustrações e fotografias é constante, visando a relação do artefato vendido com o cotidiano – principalmente focado no público feminino –, ou referenciando padrões estrangeiros, como no exemplo da Figura 8. A publicidade situada no canto superior esquerdo relaciona o nome do produto à sua utilização nos meios elegantes, sendo este associado à ideia de que o que vem de fora transmite qualidade superior em relação ao nacional. Essa vinculação ao estrangeiro traduz um fenômeno de consumo que inicia-se com o cinema norte-americano e a indústria do entretenimento. Fenômeno no qual, segundo Higonnet (1991):

A publicidade servia-se da imagem [e da ilustração] para demonstrar os efeitos das mercadorias que oferecia, efeitos que nem sempre eram claramente ocasionados pelos produtos em si, mas antes insistentemente associados a novos ideais femininos (HIGONNET, 1991, p. 407).

No *O Cruzeiro* os anúncios publicitários são tratados como um novo elemento visual integrante de suas publicações, cuja justificativa pautava-se pelo aspecto histórico da modernidade vivenciada e registrada pelos editores nas publicações do semanário, conforme afirma a edição de número dois:

Em CRUZEIRO, os anúncios são parte integrante do texto e nele colocados como fatores indispensáveis à beleza e harmonia das páginas. É inútil encarecer o maior grau de eficiência que dali resulta para a publicidade feita em nossas colunas. CRUZEIRO considera o anúncio como a mais palpitante documentação de uma época: dos seus costumes, da sua civilização, da sua prosperidade (*O Cruzeiro*, 17 nov. 1928, p. 60).

Fragrancia e frescor



English Lavender Atkinsons

Os meios elegantes este é o novo favorito — English Lavender de Atkinsons! Seu aroma contém o fragrante frescor das flores e produz a deliciosa sensação da brisa suave. Além disso, encerra em cada gota tão surpreendente perfume, que o dia inteiro nos envolve em sua magica fascinação. Para aceitar esta distinção é sempre. No Rio de Janeiro: 79, 45, 245 e 108.

O coração é um traidor

... Sua cabeça apresenta a...
... problema difícil...
... Não pode responder...
... Não gosta de Davy?

A Nova Cor Troika DE FÁTIMA

Uma criação sobria de Fátima, a cor Troika em vozes e esmalte, empoça as faces e unhas um único tom, numa harmonia elegante. Hoje mesmo aplique o rouge e esmalte Troika de Fátima, para ter faces e unhas mais sedutoras.

Rouge e Esmalte na Cor Troika

Fátima

Notável Criação de Fátima

GRATIS

Para a mulher a...
... a mulher a...
... a mulher a...

Michel

O Batem que os lábios pedem

MOLESTIAS DOS FILMÕES

Dr. Friedmann, R. Alameda Azeite, 14, de 1 a 4

30 de Novembro de 1940

SEM PREOCUPAÇÕES...



SABONETE PEARLS de "ACÇÃO TÔNICA" DÁ A V. UMA PELLE REALMENTE BELLA!

Uma cura realmente bella e péssima, dependendo de qual seja naturalmente saudável. Para sua saúde, Tootal. Escrita a péssima. Dê-lhe radiante e rejuvenescente. Tootal, distintamente, sua pele com Pearls, de "Acção Tônica".

Sabonete Pearls em Bolas

também vem em barras

O coração é um traidor

... Não gosta de Davy...
... Não gosta de Davy...
... Não gosta de Davy...

PROVETE completamente suas

Linho Tootal (Keg)

Para linho, vestes grossas e bonas Para touleiras, patas e sport. Qualidade Standard. Lãss e salm-podios. — Lavatório: 52 em.

FANTASIAS RÓBIA (Res)

Anti-surgovios. Laves e Bonas! O melhor para roupa de verão. Um ponto e em cores. — Lavatório: 55 em.

Linhas Anti-Emrugarem TOOTAL

A VENDA NAS BOAS CASAS DO RAMO

Vendas por atacado: MICHÉ & CIA. Rua Buenos Aires, 173 — C. P. 993 — Tel. 43-1997

GARANTIA

30 de Novembro de 1940

Figuras 8 – Quinta e sexta partes do conto. (O Cruzeiro, 30 nov. 1940, p. 18); (O Cruzeiro, 30 nov. 1940, p. 38).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

A predominância de anúncios publicitários nas continuações do conto – com exceção da página de abertura –, possivelmente tem a intenção de maximizar o conhecimento dos anúncios por parte do público leitor. Esses anúncios possuem apelo ao público feminino, com conteúdos sobre a vida privada e pública das mulheres, como casa, filhos, beleza e higiene pessoal. Estes tópicos estiveram presentes durante toda a trajetória do semanal, e entre as décadas de 1920 a 1940 possuem características específicas. Os conteúdos buscavam a associação dos produtos com imagens que remetessem a tipos específicos de realizações femininas, tais como atrair um homem, casar, educar os filhos ou simplesmente conseguir aceitação social, com objetivos de trazer para as mercadorias sentimentos de satisfação e felicidade (HIGONNET, 1991). Essa questão será aprofundada no próximo capítulo, sobre os tipos de feminilidades veiculadas no semário.

Dando continuidade à abordagem sobre o miolo do O Cruzeiro, as seções a seguir apresentam aspectos referentes à diagramação, como a tipografia, a fotografia e a ilustração, que serão explorados de modo mais detalhado.

3.3 ILUSTRAÇÃO E FOTOGRAFIA

Durante o recorte temporal proposto, as ilustrações e as fotografias dividiram espaço nas páginas do *O Cruzeiro*. Elas serão tratadas em conjunto, pois ambas são parte integrante da diagramação, porém possuem especificidades quanto à abordagem, que busca a relação entre a diagramação e o conteúdo textual.

Esta relação objetiva atrair o leitor, enriquecendo e buscando traduzir o conteúdo textual. Com as indústrias e os meios de comunicação estimulando o consumo de produtos seriados¹⁴, a melhor maneira de divulgar seus produtos era por meio da fotografia e da ilustração, nas quais são exploradas as experiências pessoais para a decodificação da mensagem expressa pictoricamente. Logo, a importância desses dois recursos em uma revista ilustrada remete à situação em que se encontrava a população, de maioria analfabeta. A intenção era instruir e construir significados com o aprimoramento dos recursos visuais, visando atrair o grande público para o conteúdo contido nesse tipo de publicação (VELLOSO, 2010).

Conforme já foi dito, a revista *O Cruzeiro* entra em circulação durante a consolidação da imprensa nos moldes do capitalismo industrial. No Brasil, a prática da fotografia ainda era tida como *hobby* e ainda não se estabelecera plenamente como profissão. No início do século XX a linha entre a arte e a imprensa ilustrada era tênue. Muitos artistas prestavam serviços às revistas, promovendo um intercâmbio entre arte erudita e de massa, que se encontrava em expansão. Logo, muitos foram os colaboradores que participaram na construção do semanal visualmente. Dentre os artistas, pintores e caricaturistas que tiveram seus trabalhos publicados no *O Cruzeiro*, destacam-se: Portinari, Di Cavalcanti, Santa Rosa, Djanira, Ismael Nery, Enrico Bianco, Emeric Marcier, Gilberto Trompowski, Anita Malfatti, J. Carlos, além de outros que contribuíram eventualmente (NETTO, 1998).

Durante o recorte temporal proposto, *O Cruzeiro* tem um time fixo de ilustradores, cartunistas e fotógrafos, que serão vistos nesta seção de maneira direta ou indireta, visto que boa parte da identidade da revista resulta do trabalho produzido por eles. Péricles (Péricles Maranhão) em conjunto com Millôr Fernandes, Alceu Penna, Ziraldo e seu irmão Zélio, Jean Manzon, Fortuna (Reginaldo José de Oliveira), Alvarus (Álvaro Cotrim), Nassara (Antônio Gabriel Nássara), Orlando Mattos, são algumas das personalidades que prestaram serviços ao semanário (NETTO, 1998).

¹⁴ Vale lembrar que uma revista também se encaixa como um produto seriado, tendo em vista o número de cópias e de pessoas a utilizam.

O emprego da ilustração e da fotografia, em consonância com a diagramação, dependia das técnicas de impressão disponíveis no período. A ilustração e a fotografia eram tidas como importantes para a formação visual dos leitores, reforçando e/ou redirecionando condutas sociais promovidas pelo periódico.

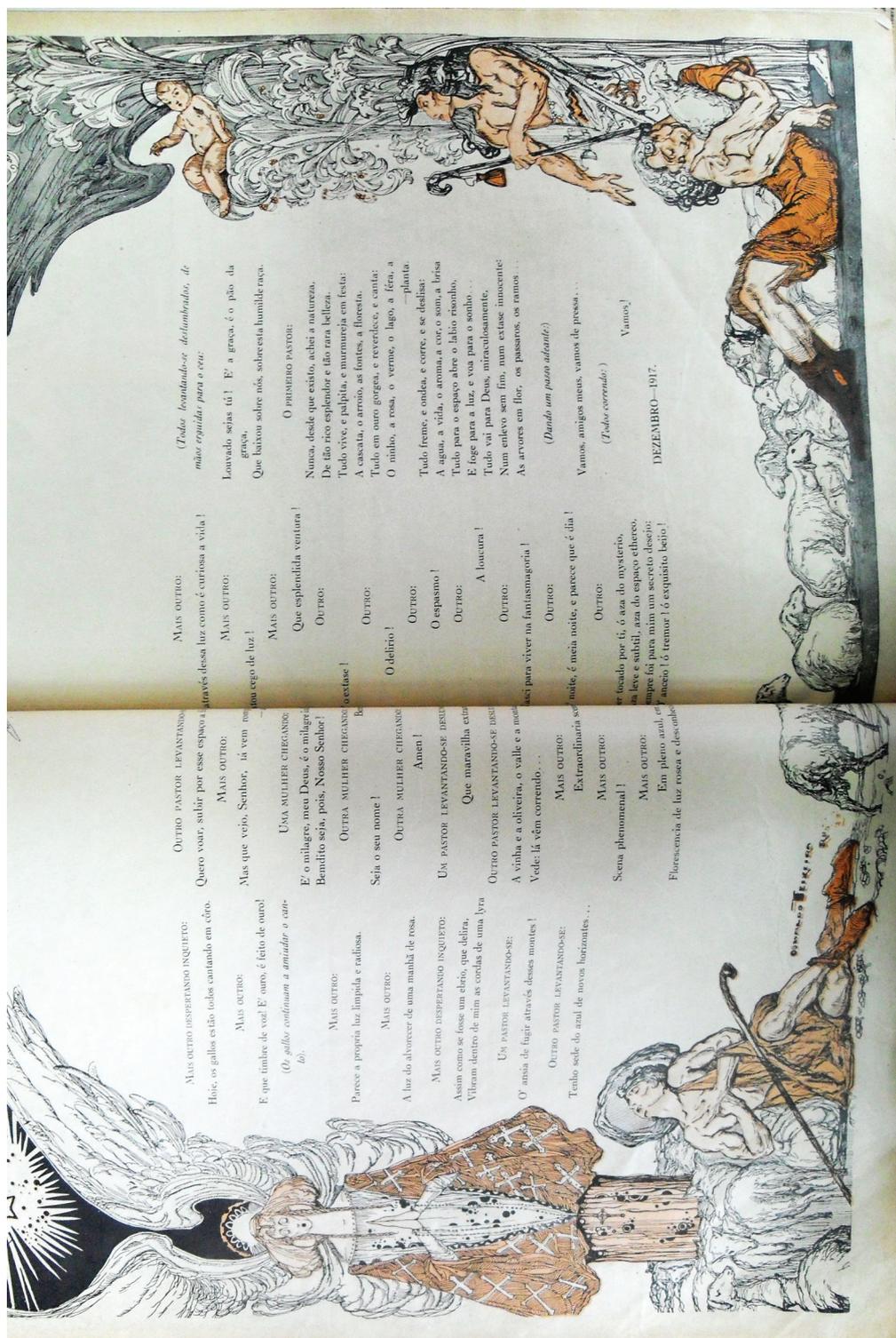


Figura 9 – Exemplo de ilustração veiculada inicialmente no *O Cruzeiro*. (*O Cruzeiro*, 21 dez. 1929, p. 10-11).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

A ilustração, no começo do semanário, era um recurso mais utilizado do que a fotografia. Esta última, geralmente, é vinculada aos contos e às matérias informativas (exemplos encontram-se nas Figuras 1 e 4). Na Figura 9, a ilustração emoldura o texto natalino e busca traduzir visualmente o conteúdo textual, "abraçando-o". Ornamentos são usados com frequência não somente como pode ser visto na Figura 9, mas também em molduras de fotografias como artifício para enriquecer a página, cujo detalhamento exibido no periódico trazia modernidade à revista – mediante a qualidade da impressão em duas cores.

A ilustração por vezes torna-se um meio eficaz de sátira e denúncia. A charge e o cartum são exemplos do uso do humor como arma para satirizar a sociedade em geral. De início, *O Cruzeiro* "importava" as charges de periódicos estrangeiros, questão que posteriormente foi solucionada com a contratação de ilustradores e cartunistas próprios.



Figura 10 – Coluna *Caricatura no Estrangeiro*. (*O Cruzeiro*, 17 nov. 1928, p. 13).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

Na Figura 10, a representação de tipos femininos é associada pelos caricaturistas às questões da beleza e do consumo, bem como a possíveis pensamentos femininos. Nas charges e cartuns é possível notar a associação das mulheres ao mundo relativo ao lar – destaque para a caricatura da Figura 10 no canto inferior esquerdo. Durante os anos 20 e 30, assuntos ligados aos afazeres domésticos, à saúde, à estética e aos filhos, entre outros, eram relacionados à importância da educação das mulheres no sentido de instruí-las, visando moldar o seu comportamento e seu caráter (caricaturas à direita na Figura 10). Neste sentido, um dos aspectos do ser moderno, incluía nas suas entrelinhas um discurso em prol da conservação do matrimônio, que neste período ganha ênfase, a partir do momento em que as inovações da "vida moderna" eram vistas por conservadores como ameaçadora ao sistema familiar e social (MALUF; MOTT, 1998).

Seguindo a linha editorial dos periódicos que circulavam no exterior, a revista *O Cruzeiro* foi um forte veículo difusor, a nível nacional, de modelos culturais voltados para a massa. Ao trazer conteúdo humorístico para suas páginas, o periódico objetiva satirizar a sociedade, o cotidiano e os modelos que, por meio dela, eram difundidos. Esta era a proposta da seção *Pif Paf*, que entra para o editorial do semanal em 1941. Escrita por Millôr Fernandes sob o pseudônimo de Vão Gogo e ilustrado por Péricles de Andrade Maranhão, a coluna abordava com bom humor os acontecimentos da semana com temáticas variadas (NETTO, 1998). Piadas, frases, notícias ironizadas e um "mini vocabulário" com palavras distorcidas com fins de ironizar algo ou alguém eram os principais recursos utilizados. Esta seção, impressa a quatro cores, ocupava duas laudas, crescendo para meio caderno (8 páginas) em épocas festivas, como nas edições de Natal (NETTO, 1998), em que eram feitas retrospectivas dos fatos marcantes que ocorreram no ano.

O cotidiano é o principal tema das charges e cartuns publicadas em *O Cruzeiro*. Por exemplo, a Figura 10 mostra charges veiculadas na segunda edição do semanal. Com frases curtas, ironizavam as mudanças de espaço-tempo promovidas pela introdução do automóvel ao dia a dia. Outro tema que pode ser observado diz respeito ao comportamento feminino. Questões como o consumismo ou aspectos de cunho moral em relação ao corpo eram abordadas. Já a Figura 11 mostra charges publicadas na coluna *Pif-Paf*, com o uso da cor e de textos maiores. Aqui o texto é privilegiado, trazendo as charges como elementos complementares. Em contrapartida, a seção de cartuns *Amigo da Onça* (Figura 12) traduz com poucas palavras e desenhos caricatos situações vividas por um homem "de ar ingênuo que causava as maiores confusões, muitas vezes tragédias, por causa de sua mania de

dizer certas verdades em hora imprópria" (NETTO, 1998, p. 126). Esse personagem, também desenhado por Péricles de Andrade, tornou-se um dos maiores sucessos da revista O Cruzeiro.



Figura 11 – Coluna Pif-Paf (O Cruzeiro, 17 ago. 1940); Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.



**Figura 12 – Coluna *O Amigo da Onça*. (*O Cruzeiro*, 14 jul. 1945, p. 41).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.**

Nas ilustrações de humor, também destacam-se outros artistas, como Nássara, com suas caricaturas retratando indivíduos dos mais diversos segmentos, como músicos populares (*O Cruzeiro*, 27 jan. 1945, p. 52-53) ou abordando casos históricos (Figura 13). Nas caricaturas de Nássara, o humor é vinculado às curiosidades educativas e informativas, fazendo uso de textos curtos ou médios, e cores vibrantes. Cabe repetir que as cores, por volta da década de 1940, passam a ser um elemento que agrega valores de modernidade ao semanal, em especial pelo maquinário renovado anos antes, abrindo caminho para novas possibilidades visuais.



Figura 13 – Caricaturas e texto de Nássara sobre relatos históricos (O Cruzeiro, 4 set. 1943, p. 20-21).

Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

A revista apresentava em seu interior um grande número de fotografias e ilustrações, que dialogavam com o conteúdo do texto. A Figura 14, mostra que o espaço destinado ao texto era reduzido a fim de valorizar as imagens. O tratamento conferido às fotografias localizadas no canto inferior esquerdo apresenta o uso de fios de contorno, demarcando os limites das imagens – apesar de possuírem formas geométricas distintas. A sobreposição é um recurso comum utilizado nas composições fotográficas no início da revista. Seguindo a tendência dos periódicos da época, tem-se na Figura 14 um exemplo com os tipos de sobreposições mais usuais. A interação entre imagens distintas é vista na segunda lauda, em que o recorte da bandeira e do jogador sobreposto à foto subsequente favorece a sensação de diálogo entre elas, de modo que não houve a necessidade de um conteúdo textual mais extenso e detalhado para a compreensão da notícia.



**Figura 14 – Exemplo de tratamento fotográfico – Coluna *Estádio*. (O *Cruzeiro*, 10 nov. 1928, p. 8-9).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.**

Enquanto a ilustração ganhava vida pelo maquinário de impressão em quatro cores – ainda que utilizado de forma limitada –, a fotografia no Brasil encontrava-se no preto e branco. Entretanto, nota-se que antes da compra de um novo maquinário para O *Cruzeiro*, alternativas de tratamento fotográfico, como colorir as imagens, foram utilizadas através da pintura em determinadas áreas da fotografia – conforme exemplifica a Figura 15. Nela a cor vermelha é realçada na camisa do menino e nos artefatos vendidos na feira de louça, trazendo ao público o cotidiano de pessoas negras residentes em

Pernambuco. O recurso do recorte foi utilizado para interligar as imagens, conferindo riqueza na composição da página. O interessante da reportagem é a comparação entre as pessoas que estão anteriores "à busina do automóvel e aos arranha-céus", conservando a tradição, em contraposição à "Recife que se moderniza a passos de gigante", que provavelmente seria representada por pessoas brancas. (*O Cruzeiro*, 8 dez. 1928, p. 43).

Por ser uma profissão em consolidação, havia demanda por fotógrafos no *O Cruzeiro*. Em face dessa escassez, a revista implementa em sua primeira edição concursos fotográficos mensais para suprir a demanda inicial por imagens que retratam o cotidiano. Segundo eles, estes concursos possuíam o intuito de difundir e desenvolver a arte fotográfica "como meio documentário da vida e da natureza", valorizando e atribuindo ao fotógrafo os créditos pelos serviços prestados a revista (*O Cruzeiro*, 10 nov. 1928, p. 44).

A fotografia jornalística em desenvolvimento também revelava faces, tais como "a pobreza, a velhice, a doença, a diversidade cultural étnica e racial" e o trabalho feminino (HIGONNET, 1991, p. 412). Estes temas coexistiram no período entreguerras com imagens que valorizavam o doméstico, o maternal, o consumo e a individualidade, em que imagens de mulheres brancas das classes média e alta são vistas por vezes em posição de controle sobre as mulheres de cor (HIGONNET, 1991). Esta dualidade aparece com frequência no *O Cruzeiro* nas décadas analisadas. O periódico mostra tanto feminilidades aliadas aos prazeres do lar e do consumo; quanto feminilidades associadas à realidade da necessidade de sustento familiar e do domínio sobre suas vidas.

Um exemplo é a Figura 15, em que mostra a imagem de uma mulher que vende munguzá¹⁵ nas ruas de Recife, Pernambuco. Na descrição da reportagem, ela e os demais indivíduos são vistos como figuras típicas, "das épocas passadas", "dos hábitos e costumes dos velhos tempos" (*O Cruzeiro*, 8 dez. 1928, p. 43). Entretanto, ao trazer a imagem de uma a senhora exercendo atividades de comércio informal com fins de obter lucro, o semanal põe em questão as mulheres que encontravam-se fora dos moldes burgueses veiculados privilegiados em *O Cruzeiro*, e que no entanto eram necessárias para a manutenção das classes dominantes.

Também tem-se a relação das novas tecnologias, percebidas na forma como se processam as dinâmicas sociais da época. Conforme afirma o texto da reportagem, a rendeira de bilro que "outrora [rendava] os vestidos solarengos das nossas avós e hoje dificilmente encontra para ornamentar os vestidos singelos da juventude alegre e viva de cabelos curtos" (*O Cruzeiro*, 8 dez. 1928, p. 43). O contraste

¹⁵ No sul do país é conhecido como canjica (NOVO DICIONÁRIO AURÉLIO, 1993, p. 376).

entre a rendeira, na qual, segundo eles, era associada a uma profissão obsoleta, e a "juventude alegre", mostram o tom de preconceito associadas às mulheres das camadas baixas em comparação àquelas que não necessitavam trabalhar – em geral das camadas altas da sociedade –, pois o trabalho feminino abria questionamentos sobre aspectos da moral e da honra dessas mulheres (SOIHET, 2006).



Figura 15 – Alternativa de tratamento fotográfico utilizado no *O Cruzeiro* (*O Cruzeiro*, 8 dez. 1928, p. 44).

Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

É possível notar através de duas imagens vistas anteriormente, como o conceito de modernidade atuou em conjunto com o desenvolvimento das técnicas de impressão. Enquanto na ilustração apresentada na Figura 6 (p. 33) tem-se o uso de impressoras mais desenvolvidas, demandando por conseguinte menos recursos de pré-impressão, na fotografia da Figura 15 ocorre que, antes da impressão, houve um trabalho maior em preparar as matrizes de impressão, trazendo como resultado final recursos visuais mais elaborados para a época. A ilustração e a fotografia são

ferramentas que exemplificam o resultado do desenvolvimento técnico da imprensa brasileira, que, acompanhando as mudanças tecnológicas e sociais, contribuíram para suprir a demanda por novas linguagens do período. Na tipografia, essa demanda também se faz presente por meio do tratamento conferido aos tipos no semanal, assunto que será visto na sequência.

3.4 TIPOGRAFIA

A modernidade também é construída por meio da tipografia, que em conjunto com o desenvolvimento das técnicas de impressão tem seu campo mais explorado nas primeiras décadas do século XX. No *O Cruzeiro* a exploração tipográfica é vista no recorte temporal analisado pela versatilidade de tipos criados para as seções e matérias.

Um exemplo encontra-se na Figura 16, com alguns exemplos de títulos empregados nas principais seções. As imagens usadas para ilustrar os títulos podiam variar, e não obedeciam a um padrão definido, comum nas revistas ilustradas da primeira metade do século XX. Feitos manualmente, os tipos traziam características associadas ao conteúdo das seções. Na Figura 16 tem-se tipos associados a assuntos envolvendo política: "Novos aspirantes da F.A.B."; decoração: "A casa de campo ideal" e temáticas gerais, tais como "Pelas cinco partes do mundo". Nesses exemplos, a tipografia sem coloração, com serifa fina ou mesmo sem a presença delas, conferem seriedade e neutralidade às matérias, tendo em vista que eram destinados ao público em geral.

Já as tipografias associadas às seções destinadas ao público feminino, mostradas na Figura 16, características como a delicadeza, a sensibilidade e o requinte, eram obtidas através do detalhamento dos tipos e na distribuição do peso de cada letra. Em associação às imagens de mulheres, os tipos ganhavam maior clareza, no sentido de afirmar noções de gênero tradicionalmente reconhecidas como femininas.

A partir da década de 1940, os tipos passam a alternar entre o dinamismo e a austeridade, de acordo com a natureza das reportagens. Alguns deles passam a ter mais peso, tramas e formas que variavam de uma edição para outra. As relacionadas aos temas femininos possuíam cores alegres, conforme os temas de cada seção. Assim, a cultura visual desenvolve-se em conjunto com as tecnologias e as necessidades mercadológicas e em sintonia com a cultura de massas e do entretenimento em ascensão.



Figura 16 – Exemplos de tipografias das colunas veiculadas a revista *O Cruzeiro* entre 1928-1945. (*Garotas em Copacabana*. *O Cruzeiro*, 1 jan. 1941); (*Carta de Mulher*. *O Cruzeiro*, 17 nov. 1928); (*Da Mulher para Mulher*. *O Cruzeiro*, 1 set. 1945); (*Dona*, *O Cruzeiro*, 8 dez. 1928); (*A casa de campo ideal*. *O Cruzeiro*, 11 ago. 1945); (*Páginas das mães*. *O Cruzeiro*, 1 set. 1945); (*Pelas cinco partes do mundo*. *O Cruzeiro*, 10 nov. 1928); (*Novos aspirantes da F.A.B.*. *O Cruzeiro*, 4 set. 1943).
 Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

Efeitos tipográficos são constantemente utilizados nas reportagens no *O Cruzeiro*. A relação de pioneirismo na concepção de títulos é vista principalmente nas primeiras edições, quando a revista buscava se fixar como a "mais moderna num país que cada dia se renova" (*O Cruzeiro*, 28 nov. 1928, p. 2). A Figura 4 (p. 30) apresenta um exemplo do uso desse tipo de recurso tipográfico nas primeiras publicações. A integração das figuras com os títulos ratifica a proposta do semanal de

trazer a modernidade do ponto de vista visual. O uso de fontes variava das clássicas serifadas, às mais modernas sem serifa, cujas formas mais puras e simplificadas remetem ao estilo *Art Deco*, com suas projeções futuristas, exaltando a técnica (SEVCENKO, 1998, p. 575). Passado e presente se encontram no semanário quando se trata de tipos, reflexo do período de transformações em que encontravam-se a imprensa e a indústria gráfica.

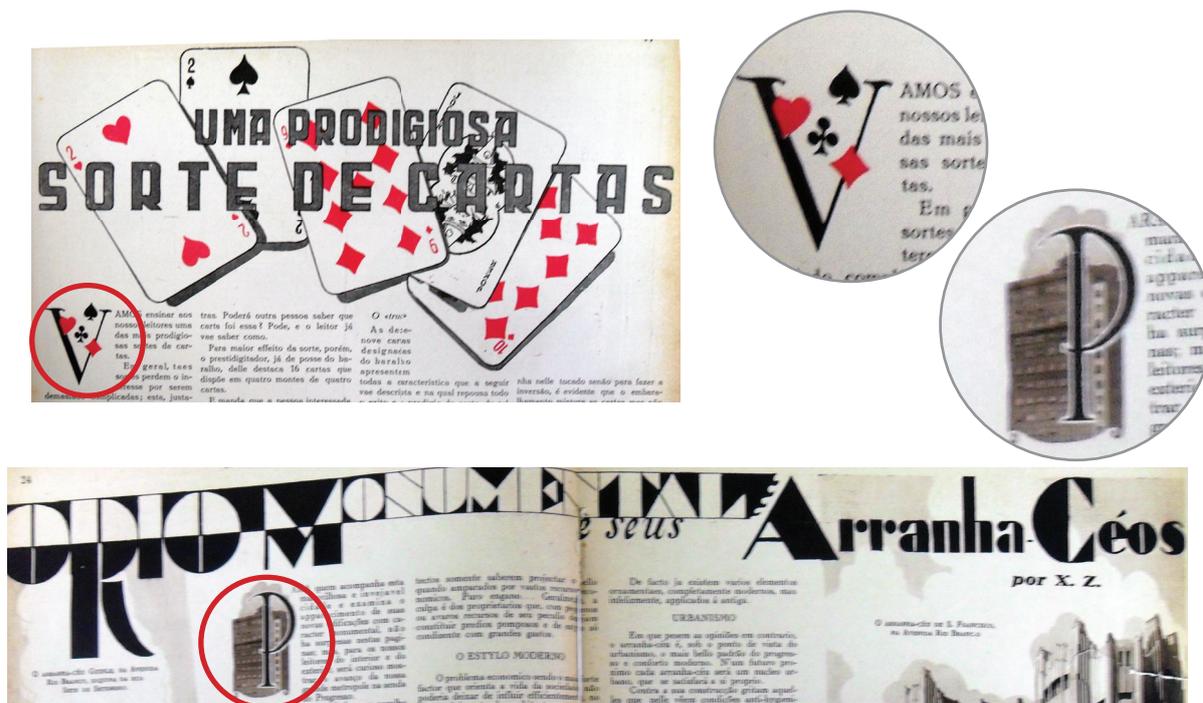


Figura 17 – Variedade de títulos e tipos utilizados nas primeiras edições do *O Cruzeiro* (*O Cruzeiro*, 24 nov. 1928, p. 47); (*O Cruzeiro*, 30 maio 1931, p. 24-25).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

As capitulares¹⁶ também possuem diferenciações de acordo com o assunto da reportagem. A Figura 17 mostra dois exemplos. No artigo "Uma prodigiosa sorte de Cartas" a capitular letra "V" é ornamentada com naipes de baralho que remetem ao tema dos jogos de baralho. Na reportagem "O Rio Monumental e seus Arranha-Céus", a capitular "P", aparece sobre a imagem do "arranha-céu", buscando a associação com o conteúdo do texto, que se refere aos prédios construídos no Rio de Janeiro. A ornamentação das capitulares torna as reportagens mais atrativas do ponto de vista estético-visual e reforça mais uma vez a modernidade que a revista *O Cruzeiro* propunha em seu editorial, sob o prisma das técnicas utilizadas. O uso de fontes variadas também pode ser percebido como um recurso que objetiva

16 É a primeira letra que inicia um texto, de tamanho superior ao resto do conteúdo. Pode ser ornamentada ou não.

ênfatizar a modernidade, mostrando ao público leitor as inúmeras possibilidades de contextualização de um fato por meio dos tipos.

3.5 CAPAS

As capas visam atrair a atenção dos leitores ao olhar a revista, sendo entendida como o primeiro contato que o público terá com a revista. Para tanto lhe é conferido um tratamento especial. No *O Cruzeiro* as capas eram confeccionadas em papel couchê de gramatura um pouco elevada em comparação ao papel destinado para seu interior. As impressões eram em quatro cores, com exceção das fotografias nas primeiras edições, impressas em preto em branco. Posteriormente, com o desenvolvimento das técnicas de impressão, as capas passam a ser impressas em quatro cores, muitas vezes com aplicação de tratamento fotográfico (Figura 18).



Figura 18 – Exemplo de capa em preto e de capa colorida. (*O Cruzeiro*, 8 dez. 1928); (*O Cruzeiro*, 6 out. 1945).

Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

A tipografia escolhida para o título do periódico sofre duas alterações relevantes durante o recorte temporal analisado. De serifas arredondadas e com

corpo de tipo mais largo, a primeira versão (à esquerda da Figura 18) confere menos "seriedade" em relação a segunda (à direita da Figura 18), que é mais geométrica, fina e condensada. As cores do nome do semanário eram alteradas constantemente, acompanhando a combinação cromática presente na fotografia ou ilustração veiculada na edição. No entanto, a cor vermelha é predominante nas edições da década de 1940. A tipografia apresentada à direita da Figura 18 mantém-se até a metade da década de 1960, quando a cor vermelha passa a ser a marca registrada do *O Cruzeiro*: letras brancas sobre fundo retangular de cor vermelha (Figura 19).



Figura 19 – Logotipo de *O Cruzeiro* (*O Cruzeiro*, 23 out. 1966)
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

Na grande maioria das capas a figura feminina era presente, seja por meio da fotografia ou da ilustração. Personalidades também eram impressas nas capas do semanário, como Santos Dumont (Figura 18), Carmen Miranda, ou atrizes de *Hollywood* em evidência na época. Misses também estampavam as capas, sendo apresentadas como sinônimo de beleza e simpatia. A veiculação de imagens de mulheres consideradas como "modelo" de beleza é frequente nas capas do *O Cruzeiro*. Essas imagens chamam a atenção do público leitor para a revista, apresentando discursos e posturas que serão reforçadas e detalhadas no miolo. Para que se possa entender como as capas contribuem para a divulgação das representações de feminilidades no *O Cruzeiro*, é necessário entender como elas dialogavam com as representações de feminilidades que circulavam dentro da revista. Esta questão será abordada no próximo capítulo.

4 TIPOS DE FEMINILIDADES

Apesar de ser uma revista de variedades, idealizada para atingir um grande espectro da população, os temas direcionados para os públicos femininos possuem grande espaço no *O Cruzeiro*. Neste capítulo, as feminilidades e suas representações serão vistas a partir dos conteúdos textuais e gráficos veiculados no semanário. Logo, ao abordar as representações de feminilidades, seus discursos e contradições, em *O Cruzeiro*, nota-se um país que se modernizava, acarretando também transformações nas relações de gênero, conforme será discutido na sequência desse capítulo.

4.1 FEMINILIDADES NO BRASIL E NO *O CRUZEIRO*

No início do século XX, as mulheres brasileiras – acompanhando os movimentos de contestação internacionais e seus questionamentos sobre a posição feminina perante a sociedade – buscavam ampliar seu espaço de atuação na esfera pública. Essa busca, segundo Maluf e Mott (1998), caminhava em conjunto com o ritmo da mudança econômica, do controle do tempo e do espaço, e da inserção de uma ordem social por parte da elite à população, buscando modificar os comportamentos das demais camadas sociais. As moças "de família"¹⁷ passaram a se aventurar sozinhas pela cidade, seja para abastecer a casa ou para o que fosse necessário para elas, incomodando os conservadores.

Foi também nas primeiras décadas do século XX que o movimento (ou movimentação) feminista se organizou no país, buscando a cidadania por meios diversos, organizando-se em grupos como a Federação Brasileira para o Progresso Feminino (FBPF), que colaborou para instituir o direito ao voto feminino em 1932. Outra estratégia da movimentação feminista do período diz respeito ao uso da imprensa para expor suas opiniões à respeito da educação para as mulheres com fins "emancipatórios" em relação aos maridos, à educação dos filhos, bem como do direito ao voto. Dessa forma, visaram chamar atenção para a liberdade de informação, cujo acesso restringia-se a poucos. Tem-se ainda o movimento feminista anarquista, cujas ideias no que tange à educação estão aliadas às questões trabalhistas e da especificidade exploração/opressão. As operárias imigrantes reivindicavam condições

17 As moças "de família" são aquelas pertencentes às camadas médias e altas da sociedade, cuja educação é voltada para o ambiente doméstico, para fins de exercer melhor os papéis de boa esposa e mãe. O oposto disso são as vendedoras, lavadeiras, que faziam da rua seu lugar de trabalho, possivelmente vivendo os "'perigos da vida das multidões', não eram consideradas como pertencentes ao 'delicado sexo'" (MALUF; MOTT, 1998, p. 368; PEDRO, 1998, p. 43-44).

femininas de modo amplo em relação às demais movimentações, abrangendo questões sobre a posição feminina tanto no espaço doméstico quanto no público. Ou seja, para as anarquistas, ser mulher, negro(a) ou parte de qualquer outra minoria trazia consigo "uma carga a mais [de diferença] em relação [a] ser homem e ser branco" (PINTO, 2003, p. 34-35). No caso das mulheres, esta diferença seria consequência das relações de gênero, na sua condição como explorada. (PINTO, 2003).

As movimentações feministas que se iniciaram no final do século XIX e início do século XX geralmente eram articuladas por mulheres com um grau educacional, social e econômico elitizado. A maioria delas (advogadas, jornalistas) partilhava do interesse referente ao voto como um ato de cidadania, não questionando as relações de gênero que permeavam outros aspectos da vida feminina. Em contraposição, tem-se as operárias anarquistas, cujas situações social e econômica desfavoráveis promoveram questionamentos e manifestações mais profundas sobre a condição das mulheres, onde a "questão de gênero era percebida como um aspecto organizador de um dos elementos estruturantes das desigualdades presentes nas relações de trabalho" (PINTO, 2003, p. 34). As conquistas foram poucas – o direito ao voto foi a mais concreta – mas é por meio desses movimentos que nota-se a inquietação de parcela das mulheres engendrando-se na sociedade civil da época.

Neste sentido, como consequência das lutas feministas e das alterações no ritmo de urbanização das cidades, novos hábitos são incorporados pelas mulheres no cotidiano, principalmente no que concerne às questões que envolvem a sua inserção no espaço público. A modernização e a higienização das principais capitais do país, com seus preceitos civilizadores inspirados nos modelos americano e europeu, colocou os costumes populares em evidência. Em um período em que o trabalho para a mulher deixa de ser motivado estritamente pela necessidade das camadas menos favorecidas, e passa a ser visto como uma opção aos demais segmentos da sociedade, buscou-se implantar normas e valores, de modo a disciplinar o comportamento feminino (SOIHET, 2006). Devido à necessidade de circular pela cidade à procura de trabalho, as mulheres populares passam a ser fiscalizadas pelas autoridades, como forma de reforçar o modelo da família burguesa. Assim, buscavam manter princípios morais, que por vezes se mostravam contraditórios. Segundo Soihet (2006) a explicação para as atitudes de repressão vêm do mito que circunda a rua naquele período:

A rua simbolizava o espaço do desvio, das tentações, devendo as mães pobres, segundo os médicos e juristas, exercer vigilância constante sobre suas filhas, nesses novos tempos de preocupação com a moralidade como indicação de progresso e civilização. Essa exigência afigurava-se impossível

de ser cumprida pelas mulheres pobres que precisavam trabalhar e que para isso deviam sair às ruas à procura de possibilidades de sobrevivência. (SOIHET, 2006, p. 365)

A rua, assim como as fábricas, carregavam consigo significações de cunho degenerativo e negativo para as mulheres, pois apresentavam-se como espaços favoráveis às relações conjugais não consensuais. Segundo Rago (2006), as "uniões e amores livres"¹⁸ ganharam voz pelas classes operárias, em sua maioria de pensamento anarquista, que também defendiam o divórcio, estremecendo e ameaçando a ordem conservadora.

Utilizando preceitos burgueses, as autoridades buscavam trazer ares franceses e ingleses à capital do país, excluindo as camadas menos favorecidas da reforma urbanística ocorrida no Rio de Janeiro. Nas primeiras décadas do século XX, a avenida Central representa o símbolo máximo da chamada Política de Regeneração da capital (SOIHET, 2006). O aumento da diferença social imposto pela Política de Regeneração permitiu às mulheres das camadas mais abastadas desfilar pela avenida inspirada nos *boulevares* franceses, com seus vestidos sem espartilhos, exibindo as canelas e com os cabelos encurtados, mostrando um tipo de mulher que não mais restringia-se à esfera da vida privada, correspondente à função mãe-esposa-dona de casa (SOIHET, 2006). Em sua maioria jovens, essas mulheres valorizavam a aparência, a sedução e a liberdade, claramente espelhadas nos hábitos franceses, ingleses e norte americanos.

Elas são as melindrosas – meninas-mulheres cosmopolitas das décadas de 20 e 30 que buscavam uma sincronização com o resto do mundo, ansiando pelas novidades. A busca por novidades para elas estava diretamente relacionada ao consumismo. Com o olhar voltado para as frivolidades, estavam alheias aos movimentos feministas de contestação do período. Contudo, intrinsecamente elas carregam consigo símbolos do movimento feminista, cuja liberdade conferida ao corpo sem espartilhos é uma das conquistas, assim como o usufruto do direito ao voto por parte das mulheres. Essa "nova mulher" ganha poder de consumo¹⁹, decidindo o que deveria ser mais adequado para ela e para sua família (FRANÇA, 2010).

18 O amor livre para os anarquistas diz respeito "a possibilidade de homens e mulheres definirem livremente o tipo de relação amorosa e sexual que pretendiam criar", sem interferências por parte da Igreja e do Estado. (RAGO, 2006, p. 598)

19 O poder de consumo deveria ter o consentimento do pai ou marido, assim como a autonomia que as mulheres poderiam assumir. Ou seja, segundo o código civil de 1916, a mulher é subordinada à figura masculina (pai, esposo), devendo pedir autorização para exercer qualquer atividade fora do âmbito doméstico. Aqui vê-se o Estado como regulador social, atuando como um freio nos avanços que buscavam determinadas mulheres, visto que não eram todas que almejavam maior independência em relação ao sexo oposto, mantendo a ordem familiar, a "única instituição social capaz de represar as intimidadoras

Pensando no perfil consumidor que se forma, não faltaram anúncios veiculados na revista *O Cruzeiro* para atrair a *nova* mulher. Contudo, os valores tradicionais não foram esquecidos. Os anúncios complementavam-se entre os com conteúdo conservador – casa, marido e filhos –, e outros em que as mulheres são vistas como "donas de si", valorizando sua sensualidade e beleza para fins de conquista do sexo oposto (Figuras 6, 7 e 8, p. 33-34). O comportamento dessas *novas* mulheres também é retratado por meio de charges, "guias" de etiqueta e cartuns.



Figura 20 – Anúncios associados a sugestões de comportamento. (*O Cruzeiro*, 10 nov. 1928, p. 28).

Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

vagas da 'modernidade'" (MALUF; MOTT, 1998, p. 375-376). Em 1962 entra em vigor o Estatuto da Mulher Casada, revogando mais de dez artigos do código de 1916 e promovendo relativa igualdade entre homens e mulheres, principalmente no que diz respeito à autonomia feminina (livre exercício da profissão) e à possibilidade de realizar certos atos jurídicos (MAIA, 2007, p. 300-301).

Um exemplo pode ser visto nas charges da Figura 20. As ilustrações estão centralizadas entre dois anúncios de moda e beleza: o da esquerda refere-se a um pó de arroz, e o da direita a uma grife de roupa. Ao centro, tem-se um guia com dicas que ilustram o comportamento ideal frente a um cortejo, em que o cavalheiro está em posição de reverência em relação à dama. As imagens exemplificam como um moço "de família" deveria se portar quando na presença de um indivíduo da gíria feminina. As moças mostradas na Figura 20 traduzem o estereótipo burguês de um período, cuja educação para fins de "preservar o tradicional modelo matrimonial" encontrava-se sob ameaça pela modernidade (MALUF; MOTT, 1988). Logo, sendo *O Cruzeiro* um semanal voltado a toda uma população, a divulgação de posturas de modo a criar padrões que fogem do alcance da maioria da sociedade tem por tendência estipular o *certo* e o *errado* por meio de códigos sociais e morais (RAGO, 2006), gerando por conseguinte a exclusão, reforçando assim o que socialmente e politicamente ocorria na capital do país.

No recorte temporal analisado, podem ser percebidas algumas alterações de atitude, representadas nas imagens e ilustrações de tipos de feminilidades veiculadas pela revista: das melindrosas desenhadas durante as décadas de 20 e 30 (Figura 20), às *Garotas* retratadas por Alceu Penna, no início década de 40 (Figura 1, p. 26).

Retratando as mulheres cariocas, a seção *Garotas* foi inspirada na cidade do Rio de Janeiro e no estilo de vida dos seus habitantes. Ilustradas de maneira a contemplar duas laudas abertas e com textos enxutos, as garotas de Penna são consideradas como as primeiras musas cariocas. Elas eram associadas ao samba, à nação e suas festividades, ao cinema norte-americano e ao entretenimento. Quando comparadas às melindrosas, percebe-se que no discurso das *Garotas* havia uma busca pela ascensão social. A preocupação com o dinheiro permite supor que algumas das personagens não pertenciam à elite brasileira, mas sim às classes médias. Assim como as melindrosas, elas também se mostravam despreocupadas com questões sociais e de contestação, inseridas em um universo particular (PENNA, 2007).

Urbanas, as mulheres representadas pela coluna *Garotas* circularam livremente pelas ruas da capital, frequentando espaços da alta sociedade carioca, como a praia ou a piscina dos grandes hotéis, por exemplo. A pele, por vezes, aparece bronzeada, o que na década de 1940 da seção ganha *status* social, passando a ser relacionada ao descanso, ao tempo livre. Logo, com mais tempo disponível para dedicar-se aos eventos sociais, as *Garotas* buscavam manter o padrão jovem. Vaidosas, elas se interessavam por rituais de beleza, que incluíam o uso de roupas que acentuavam a silhueta (PENNA, 2007).

Nota-se com as *Garotas* uma mudança no formato do corpo feminino em comparação às melindrosas que circulavam pela revista nos primeiros anos de publicação. Alceu Penna, ao criar as *Garotas*, baseou-se nas *Gibson Girls*²⁰, que possuíam o corpo acinturado por espartilhos. Em conjunto com o padrão norte-americano, que difundia modelos curvilíneos por meio do cinema, o corpo das *Garotas* molda-se conforme as tendências, dando origem a famosa cintura "pilão" (que será visto mais adiante).

Cabe a ressalva de que outros modelos de feminilidades eram divulgados pelo periódico por meio de suas seções, abrangendo um público diversificado, mas sempre remetendo ao pensamento burguês corrente, conforme será abordado mais adiante.

4.2 SEÇÕES VOLTADAS PARA PÚBLICOS FEMININOS

Acompanhando outras revistas ilustradas que circulavam no mercado, *O Cruzeiro* fez grande uso da chamada "leitura de aconselhamento". Esse tipo de prática discursiva consiste em seções e/ou espaços dentro do semanário que prescrevem práticas cotidianas, dos cuidados com o corpo à receitas culinárias, de moda e beleza, chegando aos conselhos sentimentais e às publicidades, associando todos esses elementos, e "instruindo" o público leitor quanto a modernidade (VELLOSO, 2010, p. 85;87).

As seções que circulavam com frequência na revista abrangiam uma grande fatia de público, porém, a revista voltava uma atenção especial para as seções femininas. Para atender aos vários nichos, as seções procuravam traduzir o "ser feminina" nas diversas fases da vida. Estas seções são elaboradas de acordo com o estado civil das mulheres: das solteiras às casadas. O conteúdo é sempre voltado para um destes dois estados civis²¹.

Assuntos como moda, beleza e curiosidades sobre artistas nacionais e estrangeiros eram o foco nos primeiros anos de circulação do *O Cruzeiro*. Colunas como *Dona*, *Dona na Sociedade*, *Cinelândia* e *Nossa Casa* traziam as novidades provenientes dos Estados Unidos e da Europa (mais precisamente de Paris). As novidades vinham de fora, entoadas sob a ordem do consumo: as matérias

20 As *Gibson Girls* foram criadas pelo artista gráfico norte-americano Charles Dana Gibson. Muitos populares entre o final do século XIX e início do século XX, as *Gibson Girls* representaram a mulher norte-americana bonita e independente da virada do século (PENNA, 2007).

21 Cabe a ressalva de que os demais estados civis, tais como desquitada ou viúva não eram mencionados – ao menos de maneira aberta – nas matérias do *O Cruzeiro*.

procuravam mostrar como o novo é sinônimo de modernidade. E esta modernidade, para o periódico, necessariamente viria de fora do país – lembrando que é no entre guerras que a indústria do entretenimento e de massa ganha força e atinge países economicamente menos avançados, como o Brasil (CARDOSO, 2000). Nessas colunas as mulheres são retratadas como consumidoras em potencial, cujas qualidades são refletidas pela aparente saúde física e estética (SEVCENKO, 1998).

E não faltaram incentivos para reforçar a política higienista que ganhou força na década de 1920. O cuidado com a casa era imprescindível para uma boa dona de casa ou para uma moça "de família" que almejasse constituir um lar. Na seção *Nossa Casa*, o espaço doméstico é visto como o lugar em que a arte e a decoração possuem conexão íntima, relacionando-as a ambientes limpos e organizados. Para reforçar tais posicionamentos, nas primeiras edições da revista, *O Cruzeiro* incentiva suas leitoras a demonstrar seus talentos na decoração por meio de concursos fotográficos, em que as propostas de vanguarda seriam premiadas.

A retórica higienista pode ser percebida inúmeras vezes durante o recorte temporal analisado. O cuidado com a saúde da família e de si é visto em anúncios e reportagens. Na seção *Página das Mães* (Figura 21), as mulheres poderiam encontrar dicas acerca de como cuidar dos filhos, escritas por especialistas da época. O discurso em forma de conselho às leitoras salientava o moderno em contraposição aos costumes vindos "das avós", aliando ilustrações que transmitem "a delicadeza e pureza de uma criança" pelas cores e pelo traço. O propósito da seção é esclarecido pelo semanal no trecho a seguir veiculado no dia 15 de setembro de 1945: "O nosso propósito, na orientação que imprimimos à seção no *O Cruzeiro*, "Página das Mães", tem por fim instituir regimes alimentares, aconselhar medidas de higiene e corrigir erros de educação". (*O Cruzeiro*, 15 set. 1945, p. 74)

A maternidade e o zelo pelos filhos são temas que ganham peso quando as mulheres passam a buscar mais espaço na esfera pública da sociedade, também reforçados pela política higienista da época. A função de mãe no recorte temporal analisado é revigorada e passa a ser a principal missão das mulheres. O lar é entendido como o espaço natural da esposa-mãe-dona de casa. Atividades que pudessem atraí-la para o mundo público deveriam ser evitadas. Este discurso é propagado pela Igreja e por positivistas, liberais, médicos, industriais e até mesmo por operários anarquistas que valorizavam a maternidade e a associavam aos ideais de identidade nacional – fortemente em ascensão no entre guerras –, mostrando que independente de classe social ou de ideologia, o determinismo em relação à

posição feminina tendia a ser o mesmo. A partir deste panorama, a figura da "mãe cívica", entre os anos 20 e 40, é exaltada como um exemplo de dedicação ao futuro cidadão da pátria, preparando-o fisicamente, intelectualmente e moralmente para o crescimento da nação (RAGO, 2006).

Página das Mães
DR. LADEIRA MARQUES



A VIDA AO AR LIVRE

A INTENSA campanha que vêm exercendo os pediatras para a divulgação das noções modernas de puericultura contrastando com os erros de higiene infantil, ainda habitualmente verificados entre nós, vem demonstrar a extensão do mal que representa a impregnação do povo por noções errôneas e que são secularmente cultivadas pelos costumes tradicionais e pela rotina.

Assim, por mais que se diga e todos os pediatras sempre condenem o sistema de aprisionar, no curso das doenças, as criancinhas em aposentos hermeticamente fechados e com excesso de agasalho, temos volta e meia o disabor de ver pobres doentinhos cujo organismo reclama condições favoráveis de higiene na luta contra as infecções, submetidos a normas de costumes primitivos, asfixiados entre fel-pustos cobertores na atmosfera escaldante dos aposentos fechados.

E não há força humana capaz de dissuadir as vozes conservadoras (refrendando-nos naturalmente a algumas avós) da excelência dos métodos do passado e que por isso mesmo são capazes de preferir, por princípios, a luz bruxuleante dos castiçais e lamparinas, como mais agradável, à claridade intensa da iluminação elétrica.

E com inigualável apego aos costumes de antanho passam a contaminar as mães das idéias remotas do passado, cujas consequências vão repercutir desastrosamente sobre as infelizes criancinhas. Chamam a cada passo que, apesar de todo cuidado, trazem vidros fechados e os netinhos com

todo o rigor de agasalho, continuam frequentemente sujeitos aos resfriados.

Esquecem, no entanto, as idéias vãs que, como por encanto, tudo está mudado, sendo as habitações de taipa substituídas pelas de cimento armado, os "biturros" e navios à vela pelas automóveis, pelos grandes transatlânticos e pelos aviões, e que também para felicidade das futuras gerações, com nova orientação segue novos rumos a medicina da criança.

E' de necessidade, portanto, que as mães se preocupem e não se deixem guiar precipitadamente pelo bom intencionado mas errôneo conselho das avós.

E assim é que atualmente para a profilaxia (meios de evitar a doença) das infecções gripais, como medida de saúde, especialmente em nosso clima, faz-se necessário que se reserve o uso dos saos das baixas repentinas de temperatura, devendo, por outro lado, ser observada rigorosa ventilação dos aposentos, que mais necessária ainda se torna no curso das infecções.

E para que o petiz possa aproveitar a ação benéfica do ar puro em plena maturação, desde cedo deverá ser exposto e permanecer por longo tempo ao ar livre, nas varandas, nos jardins ou nos quintais.

Assim criado desde o início com regime alimentar bem orientado e em condições de higiene favoráveis, disporá da imunidade (defesa) necessária contra as gripes e outras infecções.

Tão necessária é, além disso, a boa ventilação pulmonar que, atualmente, é também recomendada a permanência da criança ao ar livre como medida de grande importância, no tratamento das pneumonias e complicações pulmonares.

E, no entanto, o que muitas vezes entre nós se verifica a aproximação das doenças, reveladas por pequena reação febril, é a imediata privação do ar livre, a supressão quase sempre desnecessária dos alimentos, a feroz proibição dos banhos, tão necessários nesses ocasiões para combater a elevação da temperatura, vindo, muitas vezes, somar-se tudo isso as agressões frequentes das lavagens e purgativos.

Vemos, portanto, do que acabamos de expor, que se as mães se convencessem que, devido ao excesso de agasalho e à falta de observância das regras preliminares de higiene, com a vida ao ar livre, a boa ventilação dos aposentos, o banho diário em qualquer época obrigatório e a alimentação racionalmente orientada, é que decorre a maior parte das moléstias e complicações pulmonares da infância, que teriam os resultados que alcançaram os pediatras no amparo à saúde e na defesa da vida preciosa das crianças.

ACABA DE SAIR - NAS LIVRARIAS **MANUAL DAS MÃES** **DR. LADEIRA MARQUES**
PEDIDOS PELO REEMBOLSO POSTAL, PREÇO CR\$ 40,00 - RUA DO LIVRAMENTO, 191
O CRUZEIRO - 74 -
1 de Setembro de 1945

Figura 21 – Coluna *Página das Mães*. (*O Cruzeiro*, 1 set. 1945, p. 74).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

O zelo da mãe pelos filhos possui tanto peso quanto o cuidado com a casa e os afazeres domésticos. Na coluna *Lar, doce lar* o enfoque passa a ser o lar como um todo, abordada conforme um manual de instruções em que se objetiva reforçar a

instituição do casamento e do lar como sendo pertencente às mulheres. Nos termos de Maluf e Mott (1998):

A imagem da mãe-esposa-dona de casa como 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. Mais que isso, tal representação acabou por encobrir o ser mulher – e a sua relação com as suas obrigações passou a ser medida e avaliada pelas prescrições do dever ser (MALUF; MOTT, 1998, p. 374).

Segundo o discurso do *O Cruzeiro* e das instituições reguladoras, "a mulher" é a administradora do lar, cabendo à ela a manutenção da esfera privada, buscando proporcionar o bem-estar e a felicidade, o chamado "lar feliz". O discurso considera a função de dona de casa como intrínseca à "alma feminina". Assim, objetivava-se ter um controle sobre as ações femininas, disciplinando-as. Durante o recorte temporal analisado, as colunas voltadas ao âmbito privado promoviam as qualidades da mulher ideal, prescrevendo

[...] para ela complacência e bondade, para prever e satisfazer os desejos do marido sequer expressos; dedicação, para compartilhar abnegadamente com o cônjuge os deveres que o casamento encerra; paciência, para aceitar as fraquezas do cônjuge. E, enlaçando tamanhas disposições, a virtude maior da amizade indulgente (MALUF; MOTT, 1998, p. 390).

Para contrabalancear, têm-se as seções com direcionamento mais "liberal". Na coluna *Garotas* (Figura 22), parte-se da premissa de que a mulher jovem, cheia de vida, com educação, seria considerada o exemplo de uma "moça dos tempos modernos" (MALUF; MOTT, 1998). Entrando em circulação no ano de 1938, a coluna *Garotas* retrata a menina-mulher das camadas médias e altas da sociedade, conforme já foi comentado anteriormente. As personagens apresentam certa liberdade para fazer suas próprias escolhas, sem entretanto fugir da dependência da figura masculina, seja ela emocional ou financeira. Situações cotidianas vivenciadas pelas *Garotas*, veiculadas nesta seção, abarcam temas como momento de dormir²², o casamento²³; a intelectualidade feminina ironizada pela temática *As Garotas e os livros*, passando por situações que envolviam questões sobre lugares estrangeiros, como Trinidad e Tobago e os Estados Unidos (Figura 22): também privilegiavam o patriotismo, demonstrado pelo *Garotas de setembro* (5 set. 1942), em homenagem ao dia da independência do Brasil, enfatizando as manifestações cívicas, reforçadas ideologicamente pelo governo em associação com a revista *O Cruzeiro*; ou exaltando

²² O *Cruzeiro*. Good Night, 30 ago. 1945, p. 28-29.

²³ O *Cruzeiro*. O casamento da Garota, 6 out. 1945, p. 22-23.

a cultura nacional por meio do *Garotas de fevereiro* (7 fev. 1942), na qual o carnaval do Rio de Janeiro é festejado e idealizado²⁴.



Figura 22 – Coluna Garotas, ilustrada por Alceu Penna. (*O Cruzeiro*, 30 nov. 1940, p. 20-21).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

²⁴ *Garotas de fevereiro* e *Garotas de setembro* foram retiradas da dissertação sobre a coluna Garotas, aprofundada por: PENNA, Gabriela Ordones. *Vamos garotas! Alceu Penna: moda, corpo e emancipação feminina*. Dissertação (mestrado) – Centro Universitário Senac – Campus Santo Amaro – São Paulo, 2007.

A ironia presente em textos e diálogos curtos é um dos elementos que compõem e traduzem a "Garota", cujo sucesso e circulação declinou a meados de 1964, perdendo espaço para revistas femininas especializadas, com abordagens mais abertas sobre temas como sexo e comportamento²⁵ (PENNA, 2007).

Outras seções de cunho prescritivo e aconselhador também são destaque no periódico, dentre elas a mais relevante e polêmica é a seção *Da Mulher para a Mulher*. Ela surgiu a partir da reformulação editorial do *O Cruzeiro* na década de 1940, atendendo à demanda por conselhos amorosos vindos de todo o país, sendo sucesso entre as leitoras e destaque na revista pelo tratamento dado à diagramação – página em quatro cores com variedade no logotipo (Figura 23).

Geralmente ocupando uma lauda, *Da Mulher para a Mulher* responde dúvidas das leitoras sobre temas entendidos como femininos, dentre eles a família e a vida amorosa. Para respondê-las, a colunista Helena B. Sangirardi busca, por meio de seus conselhos pedagógicos, trabalhar com a moral e o *status* feminino corrente na sociedade. Um exemplo aparece em setembro de 1945. A leitora pede conselhos sobre como proceder em relação ao namorado, que lhe solicitou “um avanço imoral no relacionamento” com o intuito de obter o consentimento do pai da leitora para o matrimônio. A colunista "sugere" que:

E é você quem me fala nisso? [...] Deixando de parte qualquer crítica a parte moral da questão. Isso que o rapaz pretende não é mais do que chegar com uma faca bem afiada ao coração de seu pai e... pedir-lhe então que consinta no casamento. Tenha juízo, espere mais um pouco e, quando seu pai se certificar de que você gosta desse rapaz e que ele é digno de você, há de acabar por concordar com o casamento (*O Cruzeiro*, 1 set. 1945, p. 72).

Acompanhando o tom didático da seção *Da Mulher para a Mulher* – geralmente na lauda ao lado –, a coluna *Elegância e Beleza* (Figura 24) apresenta dicas sobre a beleza nos âmbitos pertinentes à aparência e à saúde. De maneira mais genérica em relação a coluna *Página das mães* e com foco no grande público feminino, a seção conta com uma particularidade no enfoque dado a profilaxia de problemas que preocupavam as leitoras, num período em que a higiene e a saúde passaram a ter maior relevância.

²⁵ A revista *Capricho* foi lançada em 1952 pela editora Abril. Já a revista *Claudia* foi lançada em 1961 pela mesma editora (MIGUEL, 2009).



Figura 23 – Exemplo da variação das colunas Da Mulher para a Mulher (O Cruzeiro, 14 Jul. 1945, p. 68-69).
 Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.



Figura 24 – Exemplo da variação da coluna Elegância e Beleza (O Cruzeiro, 1 set. 1945, p. 72-73).
 Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

A boa saúde nas primeiras décadas do século XX também foi associada aos hábitos esportivos, tanto por parte das mulheres quanto dos homens e reportados pelo periódico. Matérias com temáticas envolvendo esportes como o futebol, atletismo ou mesmo a prática de ir à praia (Figura 26), reforçadas pela coluna *Estadio* (Figura 25), traziam o esporte como sinônimo de saúde e *status*. Sevckenko (1998), traduziu o sentimento que a prática esportiva refletia na população – em especial a masculina –, e amplamente divulgada pela revista *O Cruzeiro*:

A saúde, [...] imprimia uma conotação de auto-estima, autoconfiança e combatividade, inscrita na coloração irradiante da pele, nos músculos tonificados, na estrutura sólida, nas proporções adequadas, nas formas esbeltas e na insinuação de uma sexualidade desperta e fértil (SEVCENKO, 1998, p. 559).

Ir à praia, praticar remo ou jogar futebol acabam por tornar o corpo mais exposto em relação às décadas anteriores, período em que o queimado do sol era associado ao trabalho braçal, fazendo com que as camadas mais abastadas antes se cobrissem das cabeça aos pés, seguindo o padrão da aristocracia europeia (SEVCENKO, 1998). Nesse sentido, com o propósito de atrair e construir o público moderno, a revista *O Cruzeiro* volta seu olhar para tudo o que envolve a praia durante o verão do Rio de Janeiro. Desde seu primeiro ano de circulação a praia é exaltada²⁶ como sinônimo de vivacidade, cor e beleza, moldando a imagem que representa hoje o Rio de Janeiro, mais especificamente sobre a imagem em torno da "mulher brasileira".

Um exemplo é a edição do dia 15 de dezembro de 1928, trazendo uma reportagem sobre as mulheres e a praia. O editorial enaltece a mulher, comparando-a à deusa Vênus, sendo "o mar [...] também um artista escultor, que cinzela, lapida e aperfeiçoa o corpo feminino [...]" da mesma forma que o fez com a Vênus esculpida pelas espumas do oceano (*O Cruzeiro*, 15 dez. 1928, p. 2). O editorial cita o prazer em estar vivo "para poder assistir à reconciliação da natureza com a humanidade" ao referir-se à exposição do corpo feminino como um presente dos deuses do Olimpo – a cultura helenística é remetida com frequência pela reportagem, quanto ao culto aos esportes e ao corpo, possivelmente pensando no retorno dos valores clássicos –, demonstrando a visão masculina das mudanças que a modernidade trouxe ao Rio de Janeiro, ainda que de forma chocante para uma sociedade conservadora como aquela relatada por Sevckenko (1998) e Maluf e Mott (1998).

²⁶ A exaltação da praia ocorre de maneira semelhante atualmente nas revistas femininas, no entanto com uma abordagem mais consumista em relação àquele período.



Figura 25 – Coluna *Estadio* (*O Cruzeiro*, 17 nov. 1928, p. 26-27).
 Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

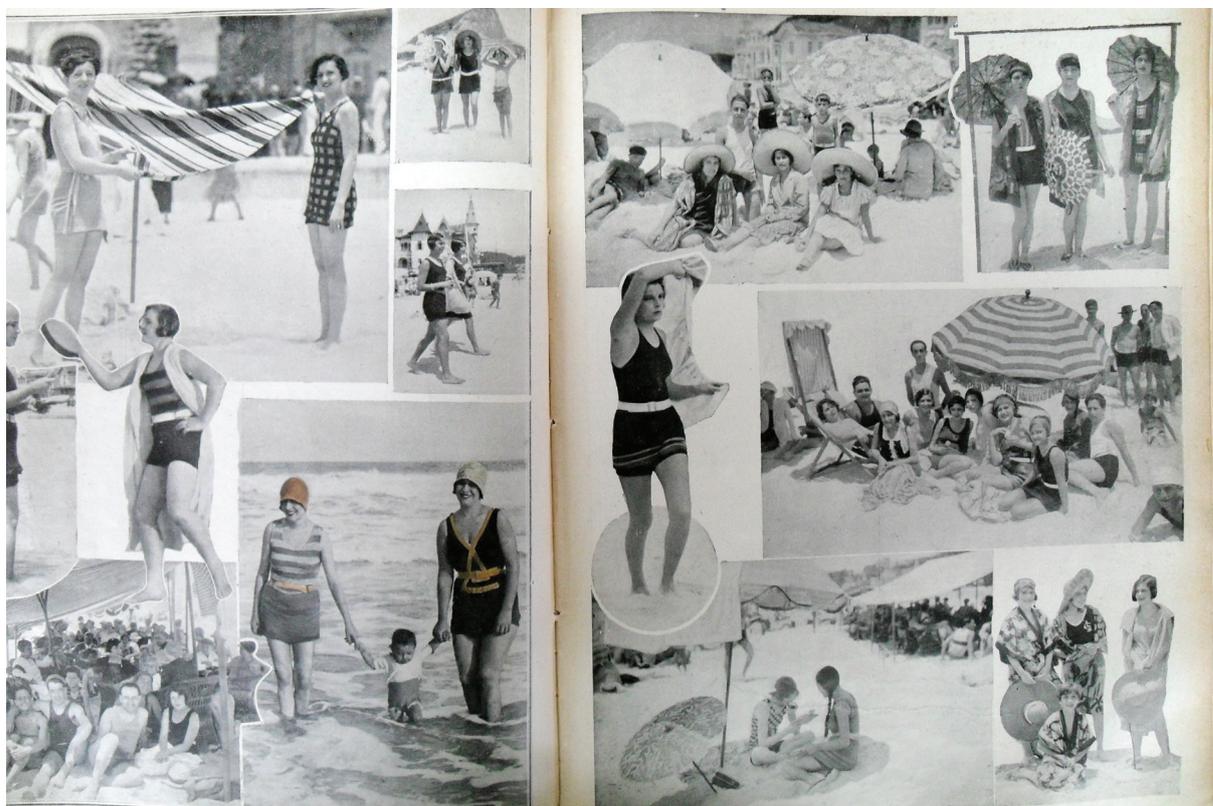


Figura 26 – Matéria especial sobre as mulheres e a praia (*O Cruzeiro*, 15 dez. 1928).
 Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

Passando para o cinema e a sociedade carioca, tem-se as seções *Cinelândia* e *Background*. Enquanto *Cinelândia* noticiava sobre as celebridades e filmes norte-americanos e europeus, *Background* era voltada ao que ocorria no Rio de Janeiro, com seus *shows* e eventos sociais. Ambas as seções geralmente eram dispostas em proximidade, sempre diagramadas de maneira a "casarem" no conjunto, e destacadas pelo uso da cor. Tal proximidade entre as colunas *Cinelândia* e *Background* tem como pressuposto que, enquanto *Cinelândia* trazia conteúdos ligados ao cinema, com notícias sobre celebridades estrangeiras e suas preferências pessoais; *Background*, ao noticiar eventos locais, buscava traçar semelhanças entre os padrões estrangeiros e a capital do país.

Foi por meio do cinema durante as décadas de 1920 e 1930 que o público teve acesso aos modelos que representavam o moderno e o inovador no que diz respeito às lições práticas de moda, maquiagem e de comportamento que dialogavam e se identificavam de modo direto com o modelo difundido pelos Estados Unidos (PASSERINI, 2000, p. 388). A revista *O Cruzeiro* traz esses modelos não somente pela seção *Cinelândia* e por matérias com atores e atrizes nacionais e estrangeiros, mas também busca espriar para os demais conteúdos do periódico representações que conferiam certa uniformidade quanto à aparência feminina, passando pelas ideias de "encontrar-se a si mesma", "da mulher ligada ao mundo do consumo", bem como da emancipação feminina em contraposição com a dona de casa que deve ser administradora do lar (PASSERINI, 2000). A comunicação em massa também passa a ser utilizada como via para ditar estilos aos espaços privados exibidos pelos filmes Hollywoodianos. Assim, intensifica-se a publicidade de artefatos domésticos, em particular dos modernos e recentes eletrodomésticos, almejando aumentar o nível de uniformidade dos hábitos de consumo da população. Nas palavras de Sevcenko (1998): "as casas passam a ser iguais, as pessoas executam basicamente os mesmos movimentos durante as mesmas rotinas e se parecem elas mesmas muito umas com as outras". (SEVCENKO, 1998, p. 603).

4.3 IMAGENS FEMININAS NA ILUSTRAÇÃO E NA FOTOGRAFIA

A ilustração e a fotografia contribuíram muito para construir e veicular as figuras femininas no semanal. A representação do corpo feminino ideal sofre modificações ao longo do recorte temporal proposto, principalmente no que se refere às vestimentas e à concepção do corpo segundo padrões estéticos. Logo, sendo

um elemento construído pela sociedade e pela cultura, o corpo é, nos termos de Le Breton (2010), um fator de diferenciação para fins de individualização do sujeito, ou seja, é o corpo que delimita a posição do sujeito em relação ao mundo que o cerca. Em cada cultura o corpo possui relações simbólicas diversas, sejam elas positivas ou negativas. Podem se manifestar por meio da gestualidade, da forma de expressar sentimentos, da etiqueta social (inscreve-se dentro desta categoria a exposição corporal através das vestimentas), e possuem especificidades quanto aos critérios de diferenciação, principalmente nas questões que envolvem classe, raça/etnia e gênero. A imagem como elemento que influencia a educação corporal de mulheres e homens, ritualizando práticas diversificadas, ganha reforço com os veículos de comunicação no século XX, tornando a sua difusão mais ágil em relação aos séculos anteriores. Em paralelo, as modificações nas concepções sobre o corpo passaram a ocorrer com maior frequência. O *Cruzeiro* como um semanal que busca a sintonia com as novidades provenientes do exterior, traz em suas páginas imagens que representavam o "ser feminina", nas quais o corpo ganha destaque como elemento constituinte na construção de tipos de feminilidades baseadas em princípios estrangeiros.

Durante os anos 1920 e até a metade dos anos 30, veem-se imagens de corpos de mulheres livres das formas curvilíneas proporcionadas pelo uso do espartilho. Utilizados desde o século XIX, os espartilhos moldaram o corpo feminino no ocidente até as primeiras décadas do século XX. A partir deste período, médicos passaram a alertar sobre os malefícios associados ao seu uso. Além disso, os espartilhos interferiam diretamente na prática de esportes e da dança, tolhendo a liberdade de movimentos das mulheres. A multiplicação dos ginásios ocorre em função da difusão dos manuais médicos, que aconselhavam que a prática de exercícios trazia benefícios físicos e morais, valorizando a saúde do corpo, sendo tal prática atribuída a um hábito moderno.

A valorização dos esportes ao ar livre trouxe mudanças na aparência estética das mulheres. Para poderem se exercitar, elas encurtaram os cabelos (corte estilo "Channel") e as roupas se adequaram aos movimentos corporais decorrentes da prática esportiva, tornando-se mais leves e soltas (DEL PRIORE, 2011). A higiene corporal ganha destaque, pois segundo médicos higienistas, um corpo bem cuidado refletia na saúde mental, combatendo o "histerismo" e o "nervosismo" das mulheres. O uso de tônicos, por exemplo, colaborava para manter a saúde das mulheres equilibradas, pois cabia à elas a tarefa de aplicar a política higienista da época, "que estabelecia limites entre as vaidades das mulheres 'honradas' e [...] das mulheres de conduta duvidosa" (MALUF; MOTT, 1998, p. 394).

Objetivando um novo padrão entendido como mais natural, nota-se a introdução do estilo "corpinho", onde se privilegia a linha reta e os seios ficam mais livres e achatados. Logo, a silhueta se mostra diferente da proporcionada pelo espartilho, que marcava a cintura e levantava o busto (MALUF; MOTT, 1998, p. 396). Conforme exemplifica a Figura 27, a roupa ficava solta, relacionando ao tipo corporal das usuárias.



Figura 27 – Corpo feminino e vestimentas características dos anos 20 e parte dos 30. (O Cruzeiro, 10 nov. 1928, p. 50-51).

Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

As vestimentas acompanhavam o padrão que ganhava força na década de 1920, eleito pelas melindrosas, na qual o corte dos vestidos e das saias passa a ser mais reto, largo e curto, marcando uma vez ou outra nos quadris. A reportagem da Figura 27 exhibe as tendências de vestidos vindos da França, utilizando-se do recurso do recorte das imagens e de cores chapadas para destacar as modelos. A sobreposição dos recortes realça detalhes, como os chapéus, trazendo um panorama completo de possibilidades de combinação entre roupas e acessórios. Neste caso, o "bom" vem de fora, associado ao que é elegante e moderno. Tais preceitos deveriam fazer parte do dia a dia das leitoras, seja tanto no modo de vestir, como nos cuidados com a beleza. O corpo feminino bem cuidado remete, neste período, tanto à sua própria saúde quanto à relação das mulheres com a família. A ausência de cuidados com a aparência pessoal é vista também como sinal de desleixo com o lar. Tal associação contribui para a manutenção das delimitações que circundavam as relações de gênero, reforçando o compromisso feminino com a esfera privada (MALUF; MOTT, 1998).

Posteriormente, por volta da segunda metade dos anos 1930 até os anos 40, as curvas pouco a pouco voltam a ser ressaltadas nos corpos femininos retratados no periódico. A cintura estilo "pilão" passa a ser valorizada, marcada pelas saias ou pelas calças de cós alto, que timidamente entram no cotidiano das mulheres (Figura 28). Nesta década a cultura de massas passa a atuar com mais força no Brasil em comparação aos anos 20 e 30, exercendo influência no padrão de consumo das mulheres, conforme é observado a partir da década de 40 no *O Cruzeiro*. Campanhas durante e após a Segunda Guerra Mundial, assim como o cinema de *Hollywood*, colaboram para construir novos valores acerca da concepção corporal de homens e mulheres no país. Segundo a pesquisadora Mary Del Priore (2011), tem-se a valorização da forma física e estética como fator de aceitação social por meio dos filmes de *Hollywood*, pois estes passam a ser associados aos contextos dos romances e seus finais felizes, estimulando, por conseguinte, o consumo de bens e produtos capazes de auxiliar o alcance de determinado tipo físico corrente.

As atrizes de *Hollywood* são festejadas pela elegância, pela sensação de independência que transmitiam, pelos modos de vestir e portar-se, trazendo consigo significações de refinamento e modernidade, instigando o imaginário das leitoras brasileiras. Neste sentido, não faltaram matérias e publicidades sobre a moda estrangeira – principalmente a norte-americana – tornando-se, por conseguinte, o carro-chefe do periódico (Figuras 28 e 29). Vale ressaltar que desde as primeiras edições, as fotografias vindas de países estrangeiros eram cedidas pelos estúdios de

Hollywood ou simplesmente utilizadas sem os devidos direitos autorais pagos pelo O Cruzeiro (NETTO, 1998).



Figura 28 – Corpo feminino e vestimentas características dos anos de metade dos anos 30 e 40. (*O Cruzeiro*, 28 jul. 1945, p. 92-93, detalhe; *O Cruzeiro*, 14 jul. 1945, p. 76, detalhe).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.



Figura 29 – Matéria sobre vestimentas adequadas na prática esportiva (*O Cruzeiro*, 17 ago. 1940).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

O estilo de vida dessas atrizes era retratado utilizando-se de temáticas, e por conseguinte, associando-as ao consumo através das fotografias e ilustrações contidas nas matérias da revista. Na Figura 29 tem-se um "Editorial de moda", no qual constam ilustrações de mulheres durante uma partida de golfe. Muito além de exemplificar quais vestimentas eram adequadas para se usar no esporte, esses "editoriais" buscavam veicular o estilo de vida das pessoas que o praticavam, em geral pertencentes às elites estrangeiras. Essa vinculação era comum entre as revistas ilustradas no início do século XX, em que a cópia, nos mínimos detalhes, das roupas divulgadas, era uma constante entre as brasileiras (FEIJÃO, 2011).

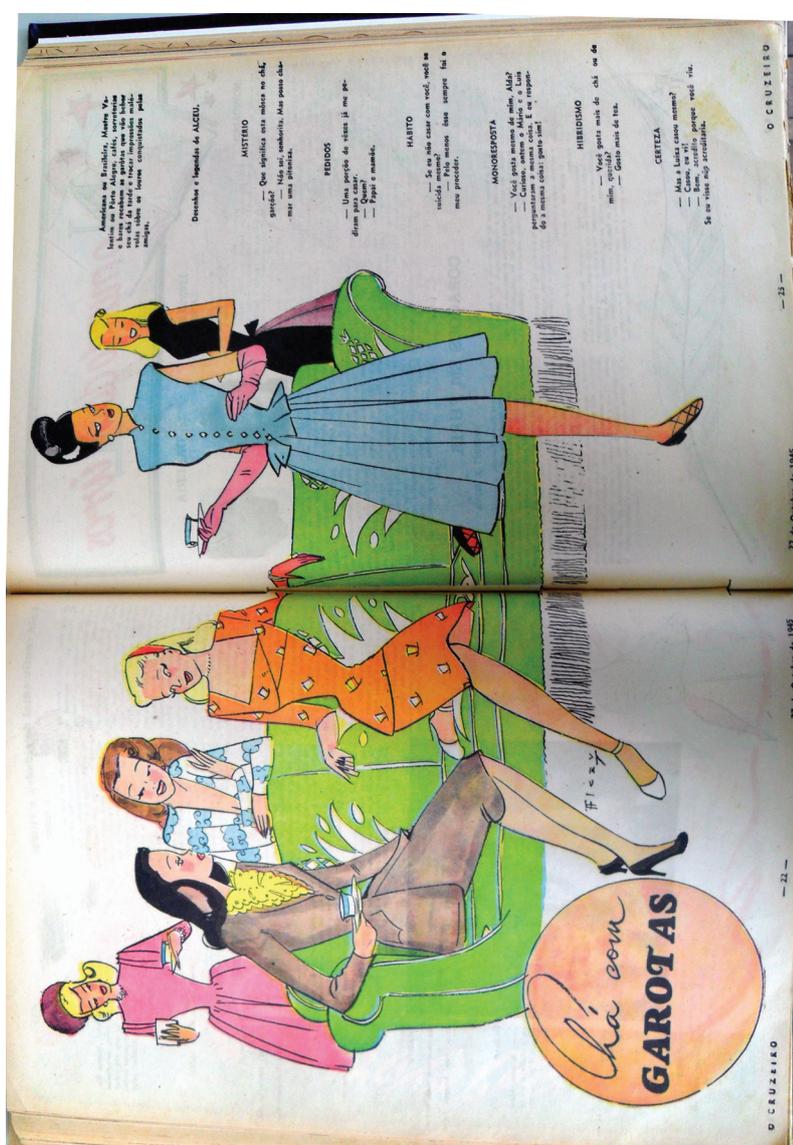


Figura 30 – Garotas ilustradas por Alceu Penna (*O Cruzeiro*, 27 out. 1945, p. 17).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

O interessante, não somente na Figura 29, mas também em outras figuras mostradas neste trabalho, são as características das mulheres ali representadas: elas

privilegiam a pele clara, indicam a classe social com o seu estilo de vida, na qual o esporte é utilizado de modo a contextualizar as tendências de moda vigentes em *Hollywood* ou na Europa.

Garotas (Figura 30) traz a imagem da nova mulher carioca, emergente a partir dos anos 40, onde notam-se características que as distinguem de acordo com o estilo de vida, gostos e costumes específicos. São delas as vestimentas (saias encurtadas e colantes, blusas com decotes ousados), as posturas (comportamento frente a determinadas situações cotidianas) e as linguagens textuais e corporais. Elas representam as moças dos tempos modernos, que segundo Maluf e Mott (1998, p. 390): apresentam-se de braços e aos beijos com os homens, cheias de liberdades, "com os decotes a baixarem de nível e as saias a subirem de audácia" –, causando impacto entre os conservadores da época (PENNA, 2007).

Da melindrosa com seus ares afrancesados à "Garota", as feminilidades divulgadas pelo *O Cruzeiro* tem o estrangeiro como principal referencial. A fotografia e a ilustração são utilizadas como ferramentas que possibilitam maior alcance de leitura, buscando divulgar preceitos da burguesia às demais classes sociais.

4.4 TIPOGRAFIA NAS SEÇÕES VOLTADAS PARA PÚBLICOS FEMININOS

A tipografia no âmbito das representações será observada segundo uma perspectiva em que os aspectos técnicos possuem a mesma relevância em comparação ao conteúdo subjetivo e simbólico ao qual elas são relacionadas, buscando trazer reflexões acerca das qualidades associadas aos tipos femininos no semanário.

Os efeitos tipográficos nos títulos passam a ter valor secundário como atrativo para a leitura do semanal no final da década de 1930, quando a revista já está inserida e consolidada no mercado nacional, passando a se destacar pelo todo – conjunto tipografia e ilustração, de modo simbólico e interativo²⁷. Na Figura 31, imagens e a tipografia dialogam entre si para compor e transmitir a ideia dos *Sonhos das Garotas*, cujas letras manuscritas remetem à individualidade. A exceção é a letra "S" serifada contendo símbolos que, segundo Alceu Penna, significavam o sonho de qualquer mulher na década de 1940. As figuras das garotas apresentam expressões que envolvem estados de contemplação, preocupação e esperança.

²⁷ Os efeitos tipográficos citados referem-se ao tratamento conferido na Figura 4 (p. 30), com a interação entre fotografia e tipografia.

Os símbolos contidos na letra "S" possuem significações de cunho material e sentimental, como um automóvel, um castelo relacionado ao casamento e ao "príncipe encantado" (a residência dos sonhos), ao qual estão envolvidos um coração flechado (apaixonar-se, encontrar um companheiro), um anel de noivado (comprometimento) e uma coroa (casamento, vida de "rainha"); viagens ao exterior através do avião relacionam a união com um indivíduo de posses. Os sonhos das *Garotas* traduzem a mentalidade proveniente da educação feminina das camadas médias e altas da sociedade – fenômeno que ocorre durante todo o espaço temporal analisado –, e que busca moldar o "ser feminina" conforme a metáfora de Alceu Penna: um conto de fadas moderno, com a inclusão de artefatos símbolos da modernidade, como o avião e o automóvel. A despreocupação financeira era um dos requisitos que um candidato a provedor da futura família deveria ter para que não houvesse a necessidade da mulher trabalhar fora de casa. Vale ressaltar que isto se aplicava somente às classes médias e altas das sociedade, excluindo por conseguinte as menos favorecidas, que em sua maioria prestavam serviços externos para fins de complementar o orçamento ou de sustentar a família (MALUF; MOTT, 1998).



Figura 31 – Exemplo em que a ilustração e a tipografia são lidas no conjunto (*O Cruzeiro*, 20 out. 1945, p. 22-23).

Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

A variedade de tipos utilizados no semanal confere riqueza na forma como eles são compostos, por vezes desenhados em conjunto com a ilustração, trazendo mais versatilidade ao periódico. No entanto há casos em que a quantidade de tipos usados possui como característica comunicar a variedade de opções que um artefato pode ter, como é o exemplo da Figura 32, na qual as fontes utilizadas buscam a associação com a diversidade das ilustrações sobre chapéus, quebrando o ar de seriedade transmitido pelas mulheres da ilustração. Aqui a tipografia possui função de quebrar a rigidez de um contexto, ocupando um papel importante em conjunto com a diagramação, na qual a mulher com chapéu preto emoldurada no quadro é o ponto de convergência.



Figura 32 – Exemplo em que vários tipos associam a ideia de variedade, diversidade (O Cruzeiro, 4 ago. 1945, p. 70-71).

Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

As seções voltadas ao público feminino são as mais ricas em diversificação e apresentação dos tipos. Juntamente com os contos, elas são melhor trabalhadas quando vistas em conjunto com a diagramação. Conforme citado anteriormente, as seções nos primeiros anos do O Cruzeiro eram veiculadas com imagens e ilustrações escolhidas para uma melhor compreensão. Por volta da década de 1940, com o

aprimoramento das técnicas gráfico-visual, tais associações são ampliadas, em que o uso de símbolos e ornamentos torna-se mais evidente em relação as primeiras publicações do semanal. Neste sentido, buscavam-se traduzir aspectos considerados femininos, tais como complacência, bondade, dedicação, paciência, delicadeza e bom humor (MALUF; MOTT, 1998). Tais aspectos são transmitidos simbolicamente por meio do uso de flores, estrelas, laços, corações, ramos e ornamentos diversos, como exemplifica a Figura 33.



Figura 33 – Ornamentos, símbolos e ilustrações que acompanhavam as seções femininas (*O Cruzeiro*, 21 jul. 1945, p. 68; *O Cruzeiro*, 4 ago. 1945, p. 68; *O Cruzeiro*, 14 jul. 1945, p. 50).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

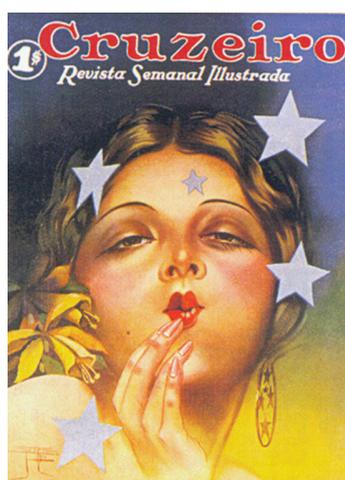
Utilizando dos meios gráficos, a tipografia e os símbolos que acompanham os títulos das seções e matérias do *O Cruzeiro* auxiliam na relação entre modernidade e

feminilidade. Em conjunto com a fotografia e a ilustração, eles formam a base visual para o conteúdo textual.

4.5 IMAGENS FEMININAS NAS CAPAS

Nas capas publicadas dentro do espaço temporal analisado, notam-se, de acordo com o período em que foi veiculada, questões relacionadas aos marcadores identitários de nacionalidade, de raça/etnia e de classe social, que, conseqüentemente, apontam para outras questões relacionadas às feminilidades correntes entre as décadas de 20 e 40.

A representação de figuras femininas ganha tratamentos distintos, no sentido de conferir significações ao "ser feminina". Por exemplo, na capa da edição inaugural do *O Cruzeiro* (Figura 34) consta a figura de uma melindrosa. Sua mão direita, próxima à boca, em associação com o olhar, traz a sensação de que um beijo foi enviado ao público leitor. As cores – com exceção do vermelho – remetem à bandeira nacional. Em conjunto com as estrelas que estão dispostas de modo a formar *O Cruzeiro* do Sul – constelação contida na bandeira do Brasil –, estes elementos são organizados de modo a significar o nascimento da revista, que em seu nome possui "as estrelas da Pátria" (*O Cruzeiro*, 10 nov 1928, p. 2).

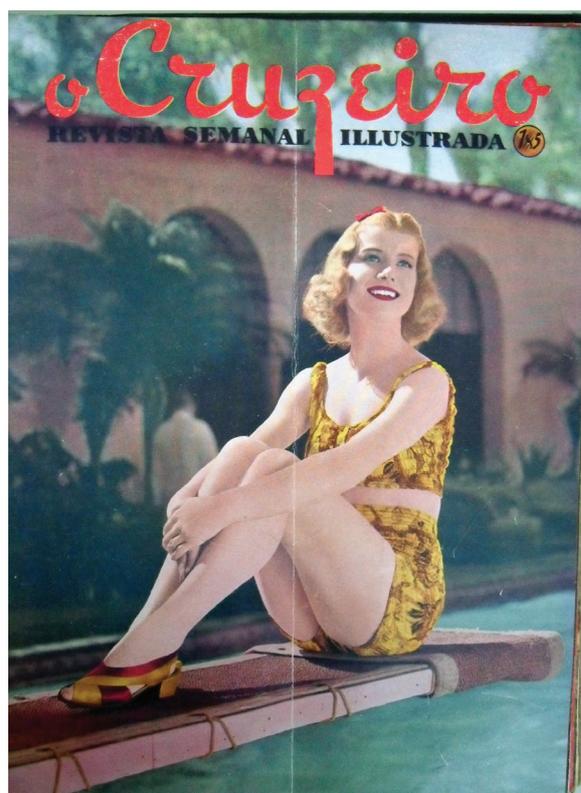


**Figura 34 – Capa da edição número um da revista *O Cruzeiro* (*O Cruzeiro*, 10 nov. 1928).
Fonte: Memória Viva.**

O olhar da melindrosa retratada traz características da mulher que emerge na sociedade do período. A face jovem, sensual e maliciosa era reforçada com a demarcação dos olhos, sobrancelhas finas e os lábios miúdos na forma de coração.

Essas características eram baseadas em atrizes estrangeiras, como Greta Garbo, que ajudavam a propagar "um imaginário influenciado pela modernidade: pernas de fora, jogos de sedução em cada gesto ou olhar [...]" (DEL PRIORE, 2011, p. 111).

O corpo aos poucos é descoberto, conforme exemplifica a Figura 35. Conforme abordado anteriormente, a prática de esportes e dos banhos de mar como forma de lazer contribuiu para a diminuição das vestimentas. Ao contrário do movimento europeu que se democratizava a partir da burguesia para as demais camadas, no Brasil o hábito de ir à praia como divertimento primeiramente se iniciou com moradores do subúrbio, e depois foi incorporado ao cotidiano das elites cariocas (FEIJÃO, 2011). Para a historiadora Mary Del Priore (2011), os meios de comunicação não pouparam imagens, crônicas e comentários para trazer a modernidade a todos. Esta linguagem ressaltava "a exposição física, a busca pelos prazeres e pela agitação, a crença na ciência e no progresso, a ideia de multidão, um progresso de formação de uma cultura construída no hibridismo urbano das camadas médias e populares." (DEL PRIORE, 2011, p. 106).



**Figura 35 – Capas com temáticas relacionadas ao ar livre, como a praia e a piscina. (O Cruzeiro, 11 jan. 1929); (O Cruzeiro, 4 jan. 1941).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.**

Essa busca por atingir a todos tinha uma função disciplinar, educativa; de valores cultuados pela elite urbana, em que o corpo atua na regulação dos sujeitos.

Neste sentido, as mulheres ganham ênfase, e a feminilidade é valorizada por meio dos gestos, da expressão facial e corporal, sendo as capas do semanal um espelho do que se inscreve em seu interior (FEIJÃO, 2011).

Na Figura 35 as mulheres retratadas exibem trajes de banho em anos distintos, cuja diferenciação reside na exposição do corpo. Enquanto a primeira utilizava uma peça como vestimenta de banho, a segunda o fazia com duas peças, deixando a mostra uma faixa de pele um pouco abaixo do busto. Isso demonstra um domínio maior sobre seus corpos em relação ao século anterior, evidenciando a modernidade em curso, que ao mesmo tempo seduzia e apresentava-se ameaçadora aos bons costumes (MALUF; MOTT, 1998).

Outro ponto que abrange o domínio corporal diz respeito ao uso de peças que anteriormente destinavam-se exclusivamente ao público masculino. É este o caso das calças compridas, que tiveram seu uso visto como ameaçador aos olhos da sociedade, quando passaram a ser utilizadas por mulheres nas primeiras décadas do século XX. De início elas eram usadas por pouquíssimas mulheres no Brasil, sendo associadas a peças de alta moda, conforme mostra a capa de 1931 do *O Cruzeiro* (Figura 36). Nela constam duas mulheres de aparência jovem, de cabelos curtos e pele clara. Ambas portam cigarros e se encaram mutuamente. A mulher ilustrada à direita encontra-se apoiada sobre uma estátua que representa o cupido. Este por sua vez está com a cabeça e o corpo curvados em direção ao chão.

A relação das vestimentas, das poses e do cupido trazem a imagem de uma mulher "avançada" para o período. Elas se destacam pelas atitudes cosmopolitas, libertas para fumar seus cigarros – sinônimos de requinte vindos da Europa –, e se relacionar "abertamente" (SEVCENKO, 1998). Se, na capa do periódico, elas estão vinculadas à elegância e ao bom-gosto, na prática elas eram exceções num país que ainda valorizava a mulher discreta, dedicada ao lar, ao cônjuge e aos filhos.

As capas da década de 40 passam a veicular com maior frequência fotografias de personalidades femininas, tanto nacionais como internacionais. Elas são mostradas de maneira sensual, geralmente focalizando as faces ou o corpo inteiro. Tal sensualidade era reforçada pelas características associadas a essas mulheres. Em sua maioria, elas possuíam a pele clara, bochechas rosadas, cabelos volumosos e lábios vermelhos, conforme exemplo da Figura 36. Acompanhando as mulheres representadas nos filmes norte-americanos, as capas do *O Cruzeiro* passaram a veicular estas atrizes como modelos de beleza, alterando e moldando as representações de feminilidades no Brasil. A mídia nesta década de massa atua

com maior intensidade, difundindo imagens de mulheres sensuais, sem, entretanto, deixar de valorizar o modelo da mãe-esposa-sem profissão (THÉBAUD, 2000).



**Figura 36 – Capas com representações de feminilidades em décadas distintas (O Cruzeiro, 3 out. 1931); (O Cruzeiro, 8 set. 1945).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.**

Além de compor suas capas com representações de feminilidades modernas, o semanal também compôs capas relacionadas à busca de uma representação de identidade nacional, conforme já visto no exemplo da capa do número 1. Essa identidade, veiculada como feminina, é construída pelo reforço de aspectos pertinentes às expectativas sociais quanto à importância das mulheres para a nação naquele período. Elas envolvem as qualidades de personalidades-exemplo que se destacavam na sociedade, como é o caso das misses, que trazem consigo a representação da pátria.

A Figura 37 mostra a capa do número especial que destaca a visita da Miss Brasil aos Estados Unidos. Sorrindo, ela cobre o ombro com a bandeira nacional e, ao fundo, encontra-se também uma parte da bandeira dos Estados Unidos. A mão da miss trazendo para si a bandeira nacional remete à questão da identificação com a nação, que nos termos de Hall (1997) produz posições de sujeito em relação a um referencial. Na imagem, esta posição é construída tendo a nação como soberana e a feminilidade à ela associada apresenta um tipo nacional posto como ideal. Modelo

de beleza e elegância, a miss é referenciada pelo *O Cruzeiro* como um modelo de feminilidade a ser seguido, pela beleza estética e pelos "bons costumes intrínsecos" ao título que carrega.



**Figura 37 – Capas ressaltando os valores cívicos (*O Cruzeiro*, 17 jul. 1929); (*O Cruzeiro*, 8 set. 1934).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.**

Esse processo de construção de uma identidade nacional também é visto na Figura 37. Ilustrada por J. Carlos²⁸, ela mostra as bandeiras antigas e a atual bandeira do Brasil com a fundo para a imagem de uma mulher em trajes militares. Em posição de continência militar, a ilustração sugere a mulher de maneira alegórica, com a intenção de representar a pátria, recurso característico dos ilustradores do início do século XX (SOBRAL, 2007).

No recorte temporal proposto nota-se a exaltação de datas e celebrações de cunho nacional, como a Independência do Brasil e a Proclamação da República, bem como as de cunho católico religioso, como o Natal e a Páscoa. Isso decorre principalmente da política nacionalista de Getúlio Vargas, em que este fez o uso de órgãos reguladores nos meios de comunicação, como o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). Logo, intervindo nos conteúdos midiáticos, o discurso da política de

²⁸ J. Carlos foi designer, ilustrador que atuou em diversas revistas ilustradas na primeira metade do século XX, dentre elas *O Malho*, *Para Todos* e *Revista Ilustrada*. No *O Cruzeiro* colaborou com a confecção de diversas capas (SOBRAL, 2007).

Getúlio buscou regular práticas sociais, sugerindo ao público leitor uma certa conduta comportamental, envolvendo preceitos relacionados à moral e aos bons costumes vigentes. No *O Cruzeiro* esses discursos foram mais enfáticos devido à relação de negócios entre Getúlio e Chateaubriand. Logo, assim como em outros países, *O Cruzeiro* associava a importância dos comportamentos femininos para o progresso do país, na medida em que as mulheres contribuem para a geração e a educação dos futuros cidadãos, respeitando e cuidando do cônjuge e do espaço doméstico.

Algumas capas relacionavam valores tradicionais femininos a discursos econômicos. Na Figura 38 encontram-se quatro capas veiculadas durante o mês de dezembro de 1945 abordando o mesmo tema: o Natal. Em ordem cronológica, elas trazem dois tipos de discursos a respeito da festividade, que abrange os aspectos comercial e religioso. Na duas primeiras capas, a feminilidade e o consumo caminham em conjunto com a religiosidade.



Figura 38 – Capas com temas natalinos de 1945 (*O Cruzeiro*, 1 dez. 1945); (*O Cruzeiro*, 8 dez. 1945); (*O Cruzeiro*, 15 dez. 1945); (*O Cruzeiro*, 29 dez. 1945).
Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

Como administradoras do lar, cabia às mulheres a tarefa das compras domésticas, devendo utilizar do bom senso e da prudência para gastar o dinheiro dos maridos (MALUF; MOTT, 1998). Impulsionadas pelos incentivos ao consumo vindos através de anúncios nacionais e estrangeiros, as mulheres passam a ganhar foco da modernidade cosmopolita, em que temas como o Natal agregam novos significados, atrelados também ao consumo de bens e serviços. Trazendo símbolos da modernidade em conjunto com às necessidades e desejos das mulheres, prometia-se, através do incentivo ao consumo, a satisfação pessoal, em especial no que concerne à rotina do lar (COTT, 2000). Nesse sentido, uma característica que o semanal buscou desde a primeira edição foi a de veicular identidades femininas de modo a equilibrar valores tradicionais e modernos, muitas vezes, de modo contraditório.

Essa identidade feminina inclui a educação em conjunto com a religião, conforme as duas últimas capas da Figura 38, cuja temática envolve o espírito natalino na sua religiosidade. Neste período a igreja exercia forte influência sobre as condutas morais dos indivíduos, em especial sobre o comportamento das mulheres antes e depois do matrimônio. Na Figura 38 também é enfatizada a educação dos filhos por meio da religião, cujo dever da mãe zelosa era estimar pela formação moral dos futuros cidadãos através do ensino religioso. As mulheres também eram educadas de acordo com preceitos religiosos que as responsabilizavam pela saúde da família em todos os aspectos – fisicamente e mentalmente. A elas também cabia a função de controlar seus homens, de serem honestas, organizadas, recatadas e púdicas, devendo sempre buscar a perfeição moral, semelhante à imagem de pureza de uma virgem. Esse discurso religioso tinha aceitação por parte do Estado, que, mesmo separado formalmente da Igreja, mantinha a moral religiosa como predominante (LOURO, 2006).

Mesmo que em número reduzido, no periódico também circularam capas "fora" dos padrões editoriais predominantes. Em uma sociedade que, nas décadas de 1920 a 1940, valorizava indivíduos brancos, de classe média-alta, urbanos e cristãos, capas com representações distintas das que normalmente eram veiculadas chamavam a atenção do público leitor. Dois exemplos encontram-se na Figura 39, com a imagem de uma mulher e um Papai Noel afrodescendentes. Ambos são apresentados em práticas comuns aos moradores do Rio de Janeiro. O interessante nessas duas imagens é a articulação que a revista fazia em busca de identidades nacionais. Em paralelo às influências estrangeiras que circulavam na revista, à busca

pelo "ser brasileiro" também se fazia presente, trazendo outros tipos que também podiam dialogar com a ideia de uma "brasilidade". Conforme abordado anteriormente nesta seção, a busca de um ideal nacional tornava-se uma constante, em especial devido à ascensão de regimes governamentais populistas, neste caso o Estado Novo de Getúlio Vargas, e totalitários, que possuíam como característica exaltar representações nacionais. Nesse sentido, *O Cruzeiro* buscava através de suas capas e conteúdos, veicular imagens/ilustrações que, adaptando as palavras de Stuart Hall (1997, p. 25) sobre a formação de identidades nacionais, "representa[va]m certos elementos históricos e da atualidade que foram de fato significativos na constituição [do Brasil], de um imaginário [brasileiro] e de uma identidade [brasileira]".



Figura 39 – Capas retratando pessoas afrodescendentes (*O Cruzeiro*, 7 jul. 1935); (*O Cruzeiro*, 21 dez. 1929).

Fonte: Acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

Em termos de identidade, pode-se afirmar que as relações de poder permeiam não somente a Figura 39, mas também pode-se ampliar esta preposição para as demais capas e tópicos abordados neste trabalho. Isso porque indivíduos tendem a ser moldados pelos discursos que envolvem as representações de identidades sociais, abrangendo todas as esferas na sociedade da época. Segundo Guacira Louro (2007, p. 16) tais discursos "falam de si e também falam pelos 'outros'

(e sobre os outros)", ou seja, tem-se a cultura e as identidades sociais em relação com a política e o poder.

Por fim, as capas com suas representações femininas, trouxeram, no espaço temporal analisado, um pedaço dos discursos comportamentais correntes na sociedade, tanto no que tange ao tratamento conferido nas ilustrações e fotografias, como pelo conteúdo veiculado em suas páginas. Relacionadas às tradições, ou transgredindo-as em aspectos pertinentes ao comportamento ou a posturas ditas como "não-femininas", as capas são o espelho do interior da revista, em que representações de feminilidades, com suas identidades, atuam no cotidiano, moldando sujeitos e práticas sociais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os capítulos deste trabalho foram construídos tendo como norte a relação entre tecnologia, design e a formação de uma cultura visual sob o prisma da revista *O Cruzeiro*. A primeira metade do século XX foi marcada por duas grandes guerras que alteraram a relação entre mulheres e homens. No Brasil, este processo se fez evidente nos meios de comunicação, que contribuíram para divulgar o conceito de modernidade vigente. Os processos modernizantes trouxeram para a revista não somente o aprimoramento técnico-visual dos seus impressos, como também outros aspectos decorrentes da modernização das cidades, como o Rio de Janeiro. Em conjunto, estes fatores também propiciaram alterações sociais, nas quais se inscrevem as relações de gênero.

No recorte temporal analisado, tem-se intensificação da inserção das mulheres oriundas das classes sociais mais favorecidas na esfera pública da sociedade. Sob influência, mesmo que de maneira indireta, dos movimentos feministas, é perceptível no decorrer do trabalho realizado, que as mulheres das classes médias e alta ganharam mais liberdade para circular sem estarem acompanhadas por algum parente ou pelo cônjuge. Em contrapartida, as mulheres das camadas baixas, que sempre trabalharam fora de casa, sofriam preconceitos por não representarem a feminilidade "ideal", representada pela dedicação exclusiva ao lar e à família. Com base neste preceito, muitas mulheres das classes médias que passaram a trabalhar fora de casa, ainda que com autorização de seus maridos, sofreram críticas e foram consideradas como "desleixadas" com o lar. Nesse sentido, *O Cruzeiro* muitas vezes atuou de modo a reforçar o discurso conservador, ironizando essa inserção na esfera pública por meio de charges e cartuns, ou pelo conteúdo de matérias e colunas.

Abordar a relação entre os meios gráficos e visuais e as representações de feminilidades em circulação no *O Cruzeiro* propiciou a observação das características que permeavam os discursos do periódico. A formação de imagens femininas no recorte temporal analisado também sofreu influências de valores estrangeiros (considerados modernos) e de instituições reguladoras, como o Estado e a igreja, que atuavam como forças conservadoras. Em conjunto, estes fatores contribuíram para a construção de feminilidades diversificadas. Representações de *Melindrosas* e *Garotas*, de "espírito livre", de hábitos consumistas, cosmopolitas e modernas, conviviam em conjunto com imagens de mulheres casadas, em geral

associadas aos valores e afazeres concernentes à esfera privada da família e do espaço do lar.

As feminilidades que circulavam em *O Cruzeiro* também traziam associações com ideais de identidade nacional. A política do Estado Novo interferiu na formação desses ideais, reforçando a identidade social das mulheres ligada ao bem-estar da família, e, por conseguinte, a ordem nacional. Nas seções femininas do semanal, o tom nacionalista partia dos conselhos que eram dados ao público leitor, buscando o direcionamento para determinadas condutas. Apesar do discurso em prol da "brasilidade", cabe lembrar que valores estrangeiros também atuaram de maneira intensa na cultura nacional e, principalmente, nas feminilidades.

O cinema de *Hollywood* estampado nas páginas do *O Cruzeiro* ilustra o poder de influência da indústria do entretenimento no cotidiano das mulheres brasileiras. Os filmes estrangeiros traziam estilos de vida, que eram associados no semanário com a modernidade, por meio de editoriais de moda ou de reportagens. Inúmeras eram as sugestões acerca de como construir a aparência pessoal, inserindo nesse contexto novas atitudes e práticas de consumo.

Os comportamentos "avançados" mostrados pelo cinema eram, muitas vezes, considerados transgressores, como o beijo de língua ou a possibilidade de mulheres solteiras ficarem a sós com seus pretendentes. Tais ousadias eram vistas como ameaçadoras à moral das moças. No período analisado, é corrente a oposição entre as mulheres "de família" *versus* mulheres "da vida", reforçando a ideia proposta pelas colunas de aconselhamento da revista de, em tom educativo, contribuir para "frear" transgressões.

Outra constatação feita no decorrer do trabalho foi o contraste entre as maneiras de retratar mulheres de classes sociais distintas pelo semanal. Foi visto ao longo deste trabalho que havia uma predominância de representações de mulheres das classes médias e altas, de pele branca, veiculadas nas páginas do *O Cruzeiro*. Neste sentido, nota-se o esforço do semanal em estabelecer discursos que realçam determinado padrão estético como norma. Entretanto, este padrão também é relativizado, uma vez que o semanário por vezes veiculava representações e marcadores identitários que não se encaixavam em tais características.

Em um país em que a modernidade inseria-se de maneira desigual no cotidiano da população, o advento de novas linguagens tornou a informação mais acessível, principalmente através das revistas ilustradas. Com o uso massivo de fotografias e ilustrações, em conjunto com o aprimoramento gráfico, tais publicações

incorporaram novos hábitos de leitura, apresentando uma multiplicidade de representações de feminilidades.

O universo cotidiano veiculado na revista contribuiu na manutenção de feminilidades tradicionais, mas também ajudou a modificá-las, contrabalançando o "novo" com o "velho". As mudanças percebidas no recorte temporal mostram a transição de uma sociedade que torna-se mais urbana e cosmopolita, mas que ainda carregava consigo traços de um país rural e conservador, influenciando nas identidades que encontravam-se em constante construção.

Apesar do discurso moderno apresentar um caráter elitista na revista *O Cruzeiro*, o diálogo com as demais camadas da sociedade foi recorrente, com o uso de um tom educativo, dentro dos moldes estipulados pela burguesia. A publicidade e as matérias privilegiavam a construção de imagens femininas como consumidoras, como pessoas mais vaidosas e com um domínio maior de seus corpos. Contudo, a revista não deixava de prescrever limites, entre eles a dependência da figura masculina, buscando controlar a inserção do sujeito feminino em novos domínios da vida social, dentro de fronteiras consideradas como aceitáveis.

O design como formador de novas representações de identidades sociais, contribuiu para que uma cultura visual, associada às revistas ilustradas, se desenvolvesse de modo expressivo no Brasil nas primeiras décadas do século XX. Fundamental para o processo de difusão de ideias e ideais modernos, o design foi um fator relevante para a constituição da revista *O Cruzeiro*, registrando, no cotidiano, a aceleração que ocorria na sociedade brasileira e nas relações de gênero, e, principalmente, nas representações de feminilidades.

6 REFERÊNCIAS

- CARDOSO, Rafael. O início do design de livros no Brasil. In: **O design brasileiro antes do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2005. p. 160-196.
- CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.
- CARVALHO, Luiz Maklouf. **Cobras criadas: David Nasser e O Cruzeiro**. São Paulo: SENAC. São Paulo, 2001.
- COSTA, Helouise. Pictorialismo e Imprensa: O caso da revista *O Cruzeiro* (1928-1932). In: FABRIS, Annateresa (Org.). **Fotografia: usos e funções no século XIX**. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2008, p. 261-292.
- COTT, Nancy F.. A mulher moderna: O estilo americano nos anos vinte. In: THÉBAUD, Françoise (Org.). **História das Mulheres no Ocidente**. vol. V: O Século XX, Porto/São Paulo: Edições Afrontamento/EBRASIL, 2000, p. 95-114.
- DEL PRIORE, Mary. **Histórias Íntimas: Sexualidade e Erotismo na História do Brasil**. São Paulo: Editora Planeta, 2011.
- FAUSTO, Boris. **A Revolução de 1930: historiografia e história**. São Paulo: Brasiliense, 1970.
- FEIJÃO, Rosane. **Moda e Modernidade na belle époque carioca**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.
- FRANÇA, Patrícia. Melindrosas e Almofadinhas: a moderna sociedade carioca dos anos 1920 na obra de Benjamim Costallat. In: **XIV Encontro Regional da ANPUH-Rio: Memória e Patrimônio**, UniRio, Rio de Janeiro, jul. 2010. Disponível em: <http://www.encontro2010.rj.anpuh.org/resources/anais/8/1276708547_ARQUIVO_texto_anpuh.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2011.
- FRANCISCHETT, Leandra. Submissão x independência: a ambivalência da imagem feminina nas fotorreportagens de *O Cruzeiro*. In: **História, imagem e narrativas**, n. 7, ano 3, UFF, Niterói, set./out. 2008. Disponível em: <<http://www.historiaimagem.com.br/edicao7setembro2008/submissao.pdf>>. Acesso em: 16 ago. 2010.
- HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. In: **Educação & Realidade**. *Open University*: v. 22, n. 2, 1997, p. 15-46. Disponível em: <http://www.gpef.fe.usp.br/teses/agenda_2011_02.pdf>. Acesso em: 24 ago. 2011.
- HIGONNET, Anne. Mulheres, imagens e representações. In: DUBY, G.; PERROT, M. (Org.). **História das mulheres no ocidente** (séc. XIX), vol. 4. São Paulo: Ebrasil, 1991, p. 402-427.
- JÚNIOR, Gonçalo. **A guerra dos gibis: a formação do mercado editorial brasileiro e a censura aos quadrinhos, 1933-64**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004, p. 91-94.
- LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
- LOURO, Guacira Lopes (Org.). **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. 2. ed., 3ª reimpressão, Belo Horizonte: Autêntica, 2007, p. 7-34.

LOURO, Guacira Lopes. Mulheres na sala de aula. In: DEL PRIORE, Mary (Org). **História das Mulheres no Brasil**. 8. ed. São Paulo: Contexto, 2006, p. 443-481.

MAIA, Cláudia de Jesus. **A Invenção da Solteirona**: conjugalidade moderna e terror moral – Minas Gerais (1898-1945). Brasília, 2007, 304 f. Tese (doutorado em História) PPGHIS, IH/UnB. Disponível em: <http://repositorio.bce.unb.br/bitstream/10482/2331/1/2007_ClaudiadeJesusMaia.PDF>. Acesso em: 20 mar. 2011.

MALUF, Marina; MOTT, Maria Lúcia. Recônditos do Mundo Feminino. In: SEVCENKO, Nicolau. (Org.) **História da Vida Privada no Brasil República**, v. 3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p. 367-421.

MEMÓRIA VIVA. **Memória viva apresenta: O Cruzeiro**. Reprodução *on-line*. Disponível em: <<http://www.memoriaviva.com.br/ocruzeiro/>>. Acesso em: 16 ago. 2010.

MORAIS, Fernando. **Chatô**: o rei do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

MIGUEL, Raquel de Barros Pinto. **A revista Capricho como um “lugar de memória” (décadas de 1950 e 1960)**. Tese (Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, 2009. Disponível em: <<http://www.tede.ufsc.br/teses/PICH0079-T.pdf>>. Acesso em: 31 ago. 2011.

NETTO, A. **O império de papel**: os bastidores de *O Cruzeiro*. Porto Alegre: Sulina, 1998.

NOVO DICIONÁRIO AURÉLIO. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993, p. 376.

PASSERINI, Luisa. Mulheres, consumo e cultura de massas. In: THÉBAUD, Françoise (Org.). **História das Mulheres no Ocidente**. vol. V: O Século XX, Porto/São Paulo: Edições Afrontamento/EBRASIL, 2000, p. 381-402.

PEDRO, Joana Maria. **Mulheres honestas e mulheres faladas**: uma questão de classe. 2. ed. Florianópolis, Editora da UFSC, 1998.

PENNA, Gabriela Ordones. *Vamos garotas!* **Alceu Penna**: moda, corpo e emancipação feminina. Dissertação (mestrado) – Centro Universitário Senac – Campus Santo Amaro – São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://biblioteca.sp.senac.br/LINKS/acervo269196/Gabriela%20Ordones%20Penna.pdf>>. Acesso em: 13 dez. 2010.

PINTO, Céli Regina Jardim. **Uma História do Feminismo no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

RAGO, Margareth. Trabalho feminino e sexualidade. In: DEL PRIORE, Mary (Org). **História das Mulheres no Brasil**. 8. ed. São Paulo: Contexto, 2006, p. 578-606.

SANTOS, Marinês Ribeiro dos. **O Design Pop no Brasil dos Anos 1970**: domesticidades e relações de gênero na revista *Casa & Jardim*. 2010. 307 f. Tese (Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, 2010. Disponível em: <<http://www.tede.ufsc.br/teses/PICH0087-T.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2010.

SERPA, Leoní Teresinha Vieira. **A máscara da modernidade**: a mulher na revista *O Cruzeiro* (1928-1945). Dissertação (mestrado) – Universidade de Passo Fundo, 2003. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp000097.pdf>>. Acesso em: 20 dez. 2010.

SEVCENKO, Nicolau. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio. In: SEVCENKO, Nicolau. (Org.) **História da Vida Privada no Brasil República**, v. 3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p. 514-619.

SILVA, Geanne Paula de Oliveira. Revista no acervo: a coleção da *Ilustração Brasileira* (1935-1944). In: **Cadernos de Pesquisa do CDHIS/UFU**, ano 20, n. 36/37, UFU, Uberlândia, 2007, p. 43-55. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/cdhis/article/view/1179/1160>>. Acesso em: 13 ago. 2010.

SILVA, Tomaz Tadeu da; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. 9. ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

SOBRAL, Julieta. **O desenhista invisível**. Rio de Janeiro: Folha Seca, 2007.

SOIHET, Rachel. Mulheres pobres e violência no Brasil urbano. In: DEL PRIORE, Mary (Org.). **História das mulheres no Brasil**. 8. ed. São Paulo: Contexto, 2006, p. 362-400.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo**: uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Universidade Federal Fluminense. Porto, 2002. Disponível em: <www.bocc.uff.br/pag/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2010.

THÉBAUD, Françoise. Introdução. In: THÉBAUD, Françoise (Org.). **História das Mulheres no Ocidente**. vol. V: O Século XX, Porto/São Paulo: Edições Afrontamento/EBRASIL, 2000, p. 9-23.

VELLOSO, Monica Pimenta. As distintas retóricas do moderno. In: OLIVEIRA, Cláudia de (Org.); VELLOSO, Monica Pimenta; LINS, Vera. **O moderno em revistas**: representações do Rio de Janeiro de 1890 a 1930. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

6.1 EXEMPLARES DA REVISTA O CRUZEIRO UTILIZADAS

O *Cruzeiro*, 10 nov. 1928.

O *Cruzeiro*, 17 nov. 1928.

O *Cruzeiro*, 24 nov. 1928.

O *Cruzeiro*, 28 nov. 1928.

O *Cruzeiro*, 8 dez. 1928.

O *Cruzeiro*, 15 dez. 1928.

O *Cruzeiro*, 17 nov. 1928.

O *Cruzeiro*, 5 jan. 1929.

O *Cruzeiro*, 11 jan. 1929.

O *Cruzeiro*, 17 jul. 1929.

O *Cruzeiro*, 21 dez. 1929.

O *Cruzeiro*, 30 maio 1931.
O *Cruzeiro*, 3 out. 1931.
O *Cruzeiro*, 8 set. 1934.
O *Cruzeiro*, 27 jul. 1935.
O *Cruzeiro*, 7 jul. 1935.
O *Cruzeiro*, 17 ago. 1940.
O *Cruzeiro*, 30 nov. 1940.
O *Cruzeiro*, 1 jan. 1941.
O *Cruzeiro*, 4 jan. 1941.
O *Cruzeiro*, 7 fev. 1942.
O *Cruzeiro*, 5 set. 1942.
O *Cruzeiro*, 4 set. 1943.
O *Cruzeiro*, 24 jun. 1944.
O *Cruzeiro*, 27 jan. 1945.
O *Cruzeiro*, 14 jul. 1945.
O *Cruzeiro*, 21 jul. 1945.
O *Cruzeiro*, 28 jul. 1945.
O *Cruzeiro*, 4 ago. 1945.
O *Cruzeiro*, 11 ago. 1945.
O *Cruzeiro*, 1 set. 1945.
O *Cruzeiro*, 8 set. 1945.
O *Cruzeiro*, 15 set. 1945.
O *Cruzeiro*, 30 ago. 1945.
O *Cruzeiro*, 6 out. 1945.
O *Cruzeiro*, 20 out. 1945.
O *Cruzeiro*, 27 out. 1945.
O *Cruzeiro*, 8 dez. 1945.
O *Cruzeiro*, 1 dez. 1945.
O *Cruzeiro*, 15 dez. 1945.
O *Cruzeiro*, 29 dez. 1945.
O *Cruzeiro*, 23 out. 1966.