



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE HUMANIDADES  
UNIDADE ACADÊMICA DE HISTÓRIA  
BACHARELADO EM HISTÓRIA**

**EWENNYE RHOZE AUGUSTO LIMA**

**REVISTA *PR'A VOCÊ*: REPRESENTAÇÕES DO FEMININO  
RECIFENSE NOS ANOS 1930**

**CAMPINA GRANDE – PB**

**ABRIL DE 2014**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE HUMANIDADES  
UNIDADE ACADÊMICA DE HISTÓRIA  
BACHARELADO EM HISTÓRIA**

**EWENNYE RHOZE AUGUSTO LIMA**

**REVISTA *PR'A VOCÊ*: REPRESENTAÇÕES DO FEMININO  
RECIFENSE NOS ANOS 1930**

Monografia de Bacharelado apresentada ao Curso de Graduação em História da Universidade Federal de Campina Grande – PB como requisito para a obtenção do título de Bacharel em História.

**CAMPINA GRANDE – PB**

**ABRIL DE 2014**



Biblioteca Setorial do CDSA. Maio de 2025.

Sumé - PB

**EWENNYE RHOZE AUGUSTO LIMA**

**REVISTA *PR'A VOCÊ*: REPRESENTAÇÕES DO FEMININO  
RECIFENSE NOS ANOS 1930**

**Banca Examinadora:**

---

**Professora Doutora Rosilene Dias Montenegro (Orientadora)**

---

**Professor Doutor José Benjamim Montenegro (UFCG)  
Examinador**

---

**Professor Mestre Elton John da Silva Farias (UFRN)  
Examinador**

**CAMPINA GRANDE – PB**

**ABRIL DE 2014**

## RESUMO

Considerada a “Paris Nordestina”, a cidade do Recife, capital do estado de Pernambuco, tornou-se um referencial de modernidade no início do século XX. Devido às reformas urbanas que sofreu terem sido semelhantes às realizadas primeiramente em Paris e depois em várias outras cidades da Europa e do mundo, Recife foi alvo de uma modernização dos costumes, tendo sido receptáculo de discursos de modernidade advindos da Europa e dos Estados Unidos que motivavam a transformação de um jeito tradicional de ser a uma “efervescência” social da inovação, do inusitado, dos aparatos modernos. Neste contexto surge, em fevereiro de 1930, o periódico *P’ra Você* – semanal ilustrado que era associado à empresa *Diário da Manhã S.A* – que publicou matérias sobre vida social, cultura, moda, arte e literatura todas com o intento de apresentar à sociedade recifense as últimas novidades referentes a estes aspectos culturais, além de ter contado, entre seus colaboradores, com Jorge de Lima, Álvaro Lins, Aurélio Buarque de Holanda, Josué de Castro e Mário Melo na composição das principais matérias da revista voltadas para o público feminino, especialmente o das elites da cidade. O objetivo desta pesquisa, portanto, é investigar como a revista *P’ra Você* apresenta uma imagem feminina “ideal” a partir da indumentária e dos estereótipos retratados em suas páginas, projetando, desta feita, um rosto para a tida “mulher moderna” no Recife, ao passo que se torne possível compreender certas mudanças cotidianas e de costumes nas práticas do “bem vestir”, na década de 1930.

**Palavras-Chave:** Feminino; Recife; Revista *P’ra Você*.

## AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho deve-se primeiramente à minha orientadora, minha mentora, uma mãe para mim, aquela que me acolheu quando passei pelos momentos mais difíceis, a Profa. Dra. Rosilene Dias Montenegro. Por conseguinte agradeço à banca avaliadora deste trabalho: ao Prof. Ms. Elton John da Silva Farias; em seguida, ao Prof. Dr. José Benjamim Montenegro por aceitar participar da avaliação deste e por ter sido uma das pessoas que me inspiraram a estudar História.

Ao Prof. Dr. Alarcon Agra do Ó que, quando à função de coordenador de curso, muito me ajudou tanto com as questões acadêmicas quanto com as relativas ao cargo que o competia. Ao Prof. Dr. Roberval da Silva Santiago pelo incentivo para a realização desta pesquisa e por ser, inclusive, uma das referências de leitura que a fundamentam. Um justo agradecimento ainda ao Prof. Dr. Gervácio Batista Aranha pela ajuda com bibliografias e indicações de leitura fundamentais para que este trabalho pudesse ser realizado, além de todo apoio para que ela fosse realizada.

Aos funcionários da UAH e da Coordenação de História pela atenção prestada, especialmente a Rosa e Jeo.

Também agradeço a todos na minha família que me ajudaram de alguma maneira.

Aos meus amigos também agradeço e devo reconhecimento, em especial a Edite que tem sido minha amiga e companheira durante muitos anos; a Raquel por ter se mostrado uma amiga tão recente, mas tão presente; a Caroline Souza, Kamila e Karol pelos excelentes momentos que passamos juntas; a minha amiga Izabela que há quase dez anos vem me apoiando nas melhores e nas piores empreitadas; também a Danilo por toda a ajuda durante boa parte do curso.

Devo um agradecimento todo especial à pessoa que fez com que os momentos da reta final se tornassem menos dolorosos, difíceis e que foi o grande amigo e companheiro no percurso da graduação e que foi fundamental para que tudo desse certo; por isso, ofereço-lhe este trabalho como uma prova da minha gratidão e espero que possamos manter essa parceria pelo resto da vida a Elton John Farias.

# SUMÁRIO

|  |    |
|--|----|
| <b>Introdução</b> .....  | 01 |
| <b>Capítulo I: <i>Revista P'ra Você: representações de beleza no Recife da década de 1930</i></b> .....              | 11 |
| 1. <i>A beleza feminina na modernidade</i> .....   | 11 |
| 1.1 <i>Ideal de beleza a partir dos concursos de Miss</i> .....  | 13 |
| 1.2 <i>“Uma beleza de Cinema”</i> .....  | 18 |
| 1.3 <i>A leveza do corpo esbelto</i> .....   | 22 |
| <b>Capítulo II: <i>Revista P'ra Você: representações de moda e modernidade no Recife da década de 1930</i></b> ..... | 24 |
| 1. <i>Moda e Modernidade: caminhos que se cruzam</i> .....   | 24 |
| 1.1 <i>A moda das páginas para as ruas</i> .....   | 28 |
| 1.2 <i>Moda e desportos</i> .....  | 33 |
| 1.3 <i>Entre a moderna e a recessiva</i> .....   | 35 |
| <b>Considerações Finais</b> .....  | 40 |
| <b>Referências</b> .....   | 43 |

## INTRODUÇÃO

Considerada a “Paris Nordestina”, a cidade do Recife, capital do estado de Pernambuco, tornou-se o referencial de modernidade no início do século XX. Devido às reformas urbanas que sofreu terem sido semelhantes às realizadas primeiramente em Paris, ainda no século XIX, e depois em várias outras cidades da Europa e do mundo, Recife respirava ares modernos e “incorporou” a seu cenário urbano “novos costumes, sendo receptáculo de discursos modernos que chegavam de fora, motivadores de transformação de um jeito de ser tradicional em uma nova maneira de pensar as novidades”<sup>1</sup>.

E tais novidades tiveram um importante foco: a administração de George-Eugène, o *Barão de Haussmann*, que recebeu o poder cedido por Napoleão III para modificar permanentemente a estrutura da capital francesa, desapropriando uma área central de 300 km e mais de cem mil habitações tidas como “focos epidêmicos”, constituindo vias largas favorecedoras de manobras militares, mansões, praças e bulevares, por exemplo.

Seguindo um molde semelhante, em 1902, o Rio de Janeiro começou a sua reforma urbana promovida pelo então administrador da cidade, Pereira Passos, que derrubou os cortiços, eliminando não só as edificações como também transferindo os moradores para áreas que estavam à margem do centro, gerando uma profunda insatisfação na população – semelhantemente a Paris, as passagens estreitas e fétidas também foram substituídas por ruas esgotadas e pavimentadas, com o intuito de combater os focos epidêmicos e modificar o aspecto da capital do Brasil. As próprias ruas passaram a ter novos nomes, eliminando as “vulgares nomeações” anteriores e fazendo referência a figuras importantes do progresso brasileiro.

Nessas novas ruas largas, limpas e iluminadas transitavam os *Marmon*, os *Fords* e os *Dogdes*, além dos bondes e das pessoas – que agora tinham uma nova maneira de se relacionar com o espaço público. Novos meios pedem novos modos de lidar e conviver – além da higiene social (com o discurso higienista<sup>2</sup> em plena ascensão), o

---

<sup>1</sup> OLIVIERA, 2002, pp. 15-16.

<sup>2</sup> “O discurso higienista define a organização do espaço urbano, interfere nas políticas de urbanização das cidades européias e é utilizado para justificar grandes intervenções urbanas. Com o retorno das teorias hipocráticas, domina a concepção geográfica/ecológica, em que a doença é localizada no meio ambiente, ou seja, na água, na terra e no ar, três elementos indispensáveis da natureza, mas que se tornam inimigos

“bom porte” e a “boa aparência” se impunham. Tudo isto era ensinado nas escolas, por exemplo. Todavia, a escola não era a única forma de propagar as novas maneiras de ver e entender o que se dizia “moderno”, de veicular as regras e os comportamentos na *urbs* moderna: desde o século XIX, os periódicos foram fundamentais para propagar inúmeros artefatos ditos modernos: moda, comportamento, cinema, eventos sociais, etiqueta, entre tantos outros.

Recife apresentava-se, então, como uma cidade de destaque no cenário nortista da época<sup>3</sup>. O período de modificação intensiva encontra-se entre 1909-1926. Esta modernização do aparato urbano foi profundamente importante para a cidade, tendo em vista que modificou a feição colonial da mesma e incentivou a circulação de capital, já que esta região vinha sofrendo de uma profunda decadência econômica com o gradativo ‘declínio’ da vida rural e o crescimento e a aceleração da vida urbana<sup>4</sup>.

Foi nesse cenário de intensas mudanças que emergiram sensibilidades e profundas modificações. O porto, as lojas do centro da cidade e os cafés foram lugares fundamentais para as novas relações sociais que emergiram, movimento de mudanças este batizado por Luís Carvalheira de Mendonça de ‘o baile da modernidade’: “energia elétrica, carro, bonde, cinema, cafés, rádio, fotografia, modas, desfiles e novos espaços urbanos conduzem a cidade do Recife ao baile da modernidade, no início do século XX, até os anos 30”<sup>5</sup>.

Neste ‘baile da modernidade’, o olhar é direcionado à vestimenta e ao requinte com vistas a se incentivar o consumo. Todavia, faz-se necessária uma ressalva: ainda para Mendonça, no início do século XX, o ato de ir “às compras” no Recife, ou seja, o ato de ir ao espaço público com pretensão à aquisição de objetos diversos era realizado, via de regra, pelos homens. Portanto, questiona-se: qual a dança que as mulheres poderiam encenar neste ‘baile’? Quais possibilidades eram a elas ofertadas para a inserção na lógica dessa vida tida como “moderna”?

---

em potencial. As topografias médicas constataam que a cidade é o meio mais doentio, o que leva a proposta de medicalização do espaço urbano. A Higiene surge como ciência de intervenção. A cidade é pensada de maneira utópica e várias propostas de cidades salubres são elaboradas por urbanistas culturalistas e progressistas, tendo a higiene no centro das discussões” (COSTA, 2013, p. 07).

<sup>3</sup> A cidade do Recife “é a principal referência urbana na maior parte do Norte que hoje chamamos de Nordeste. (...), o fato de que o Recife é a primeira cidade a celebrar, em sua vasta área de influência, os decantados elementos da vida moderna, faz com que facilmente se incorpore ao imaginário urbano nortista como a mais cosmopolita das cidades a nível regional” (ARANHA, 2001, pp. 253-255).

<sup>4</sup> MOREIRA, 1995.

<sup>5</sup> MENDONÇA, 2009, p. 193.

Encontram-se respostas iniciais e parciais quando se considera que apenas uma pequena parcela da população recifense se beneficiava materialmente numa sociedade de consumo, onde se fazia necessário, então, representar a ascensão econômica e social através da indumentária – assim sendo, a imagem do indivíduo também passa a ser comercializada, como lembra Zygmunt Bauman: “e os produtos que são encorajadas a colocar no mercado, promover e vender são elas mesmas [*as pessoas*]”<sup>6</sup>. Apenas para as pessoas no Recife da época que possuíam uma condição financeira mais abastada, fazia-se possível o contato com a “alta-costura”, esta atitude para com a singularidade da vestimenta, que, neste sentido, quase sempre é feita de forma artesanal com bordados, metais e pedras preciosas – reafirmando o poder financeiro daqueles que podiam consumir esse tipo de mercadoria. Constituíam-se, portanto, uma imagem possível para as mulheres que deveriam andar vestidas de acordo com a condição monetária de seu progenitor ou de seu esposo; estas mulheres ficaram, assim, conhecidas como as “mulheres bibelôs”: ou seja, aquelas que se vestem e se comportam como um adorno da sua companhia masculina, reproduzindo um modelo de sociedade “produtiva” e “saudável” para os ares modernos.

É nessa ‘efervescência’ social que surge em fevereiro de 1930, na cidade do Recife, o periódico *P’ra Você* – semanal ilustrado que era associado à empresa *Diário da Manhã S.A.* Dentre outras coisas, publicou matérias sobre vida social, cultura, moda, arte e literatura, além de ter contado, entre seus colaboradores, com Jorge de Lima, Álvaro Lins, Aurélio Buarque de Holanda, Josué de Castro e Mário Melo. A revista foi suspensa em sua publicação número 18, de 28 de junho de 1930, tendo sido reativada em fevereiro de 1932 e durado até setembro de 1933. As capas e as ilustrações dos textos são de autoria do pintor Manoel Bandeira (não confundir com o poeta) e os pequenos desenhos e charges, a maioria de teor político, de J. Ranulpho.

Desta forma, busco como a revista *P’ra Você* apresenta uma imagem feminina “ideal” a partir da indumentária e dos estereótipos de beleza retratados em suas páginas, projetando, desta feita, um rosto para a tida “mulher moderna” no Recife, ao passo que se torne possível compreender certas mudanças cotidianas e de costumes nas práticas do “bem vestir” e “bom porte”, na década de 1930.

Esta busca envereda por questões que envolvem uma história das mulheres, certas constituições identitárias sobre o feminino, uma história da moda e da cidade do

---

<sup>6</sup> BAUMAN, 2007, p. 13.

Recife, faz-se importante apresentar algumas pesquisas consolidadas que antecedem esta monografia.

Assim sendo, Gilda de Melo e Souza, por exemplo, na obra *O Espírito das Roupas*<sup>7</sup>, demonstra como a vestimenta transforma o status do indivíduo inserido em um período temporal determinado e por entre a sociedade que o cerca. A roupa passa a ter uma profunda representação simbólica da classe econômica, fazendo com que muitos indivíduos tentem se apropriar deste símbolo na tentativa de se enquadrar a uma imagem que não exatamente condiz com sua realidade socioeconômica ou com o seu cotidiano. O trabalho desta autora torna-se importante para o trabalho aqui pretendido, já que, na década de 1930, há um aumento considerável no consumo feminino se comparado às décadas anteriores; neste momento, em que a *alta costura* desponta enquanto conceito de mercado, não haverá mais distinção apenas pela roupa. É por isso que a formação de um comportamento tido como adequado torna-se sumariamente importante para as mulheres que liam as colunas da revista *P'ra Você* – poemas, crônicas e matérias de moda e comportamento que traduziam a “identidade ideal” da recifense moderna.

Gilberto Freyre destaca na obra *Modos de Homem e Modas de Mulher*<sup>8</sup> a necessidade que “todos” os indivíduos na sociedade tinham de estar “por dentro” dos padrões de beleza vigentes; na pesquisa, no entanto, pretendo observar para qual ou para quais setores sociais específicos foram direcionados periódicos como esta revista ilustrada, tendo em vista que a recepção do padrão de beleza que era almejado não se repercutia da mesma maneira por entre os leitores ou as leitoras, ou seja, não havia uma homogeneidade nas práticas de “bem vestir”, por mais que fosse essa a intenção da publicação<sup>9</sup>.

Nesse sentido, Diana Crane menciona que “as variações na escolha do vestuário constituem indicadores sutis de como são vivenciados os diferentes tipos de sociedade, assim como as diferentes posições dentro da mesma sociedade”<sup>10</sup>, reiterando o que se afirmou acima acerca dos direcionamentos e das intenções do periódico, tendo em vista

---

<sup>7</sup> MELO E SOUZA, 1987.

<sup>8</sup> FREYRE, 1986.

<sup>9</sup> A questão da leitura envereda pela “irreduzível liberdade dos leitores e os condicionamentos que pretendem refreá-la. Esta tensão fundamental pode ser trabalhada pelo historiador através de uma dupla pesquisa: identificar a diversidade das leituras antigas a partir dos seus esparsos vestígios e reconhecer as estratégias através das quais autores e editores tentavam impor uma ortodoxia do texto, uma leitura forçada. (...). Orientado ou colocado numa armadilha, o leitor encontra-se, sempre, inscrito no texto, mas, por seu turno, este inscreve-se diversamente nos seus leitores” (CHARTIER, 1990, p. 123).

<sup>10</sup> CRANE, 2000, p. 22.

que os padrões de vestimenta e beleza projetam um sentido de pertença a determinada classe social (no caso, as elites recifenses), mas não deixam de oferecer uma oportunidade de compreender alguns dos caminhos da sociedade da cidade do Recife como um todo.

Também se torna importante destacar o que Angela D'Incao afirma sobre um “público específico” para tal tipo de publicação: “num certo sentido, os homens eram bastante dependentes da imagem que suas mulheres pudessem traduzir para o restante das pessoas em seu grupo de convívio”; dito isto, pode-se pensar sem delongas que elas constituíam “um capital simbólico importante, embora a autoridade familiar se mantivesse em mãos masculinas, do pai ou do marido”<sup>11</sup>. Mesmo “condicionadas” à vontade masculina, as mulheres, através do hábito de leitura, poderiam constituir esta carga simbólica de experiências e de alterarem o funcionamento do que se entendia por “lógico” (no caso, a “obediência” das mulheres à figura masculina) em prol de “uma multiplicidade de ‘táticas’ articuladas sobre os ‘detalhes’ do cotidiano”<sup>12</sup>, ou seja, puderam elas se fazer valer de modos sub-reptícios efetivos no seu lidar com a “dominação masculina” de então.

Outra questão é um contraponto basilar: faz-se perceptível o fato de que uma mulher de classes menos abastadas não seria vista com o mesmo capital simbólico, ou seja, mulheres que não fossem das elites recifenses dificilmente conseguiriam ser apresentadas enquanto “bibelôs” do moderno naquela cidade ou mesmo seriam vistas enquanto representação de “beleza e jovialidade” diante dos demais integrantes de seu círculo social. Assim sendo, esta poderia ser uma chave para nossa problemática: mesmo que a revista fosse de livre circulação e pudesse ser adquirida por qualquer pessoa, as elites eram o público privilegiado a ter acesso às intenções dos dizeres do periódico. Trocando em miúdos, era uma publicação das elites para elas mesmas com o adicional, no entanto, de um adendo atenuante: por ser voltada para o público feminino possibilitou uma quebra dos paradigmas das publicações de então, excessivamente masculinas em sua maioria.

Michelle Perrot, em *Os Excluídos da História*<sup>13</sup>, e Marnie Fogg, em *Tudo sobre Moda*<sup>14</sup>, levantam questões que devemos considerar acerca das modificações das práticas femininas no início do século XX tanto comportamentais quanto indumentárias.

---

<sup>11</sup> D'INCAO, 2011, p. 229.

<sup>12</sup> CERTEAU, 1994, p. 41.

<sup>13</sup> PERROT, 1988.

<sup>14</sup> FOGG, 2013.

Contudo, é necessário que percebamos as adaptações feitas nos discursos da Revista *P'ra Você* tendo em vista que a sociedade recifense ainda era profundamente patriarcal: por exemplo, a apropriação dos trajes masculinos por estrelas do cinema como Marlene Dietrich ou mesmo a coleção de 1920 em que Coco Chanel (1883-1971) introduziu o “pijama de praia”, nenhuma delas, não conseguiram modificar o fato de que o periódico em questão continuava a recomendar os melhores vestidos tanto para o uso diurno quanto para o noturno – nem muito menos fez a revista passar a recomendar o uso de calças para mulheres.

Desta forma, e com tais leituras, discuto a representação da imagem feminina na *P'ra Você*, destacando que esta é uma idealização local que tenta adaptar a “beleza nacional” aos padrões imperados no exterior, principalmente nos Estados Unidos da América. Como supõe Manon Salles, em sua pesquisa sobre a indumentária paulista e mineira nos anos 1930, diz-se que no período “as ilustrações nas revistas de moda trazem as novidades e personagens como ‘A Melindrosa’, criada pelo caricaturista J.Carlos, para simbolizar a mulher brasileira da época”, ou seja, “a grande influência para a moda vem das divas do cinema de Hollywood como Greta Garbo, Marlene Dietrich e Catarina Hepburn. A mulher deveria ser magra e bronzeada com sobrancelhas desenhadas com lápis”<sup>15</sup>.

Na imersão dessas novas fronteiras, percebe-se o quanto há uma gama de possibilidades para que esta busca se torne efetiva. Em todo caso, esta proposta de pesquisa segue, com segurança, aquilo que Lynn Hunt, em texto de 1989<sup>16</sup>, preconiza acerca dos documentos e do lidar com as fontes: estes não são simples reflexos transparentes do passado; são, na verdade, dizeres práticos e elaborados que carregam consigo ações simbólicas que se desenrolam a partir de vários significados diferentes e, por vezes, dissonantes. No caso da Revista *P'ra Você*, os significados vão ganhando corpo à medida que se observa as intencionalidades e, alhures, ao passo que seus leitores e, majoritariamente, suas leitoras recriam novos sentidos e fazem usos diversos do que leram na década de 1930.

Partindo desta perspectiva, entende-se que o *paradigma indiciário* do historiador italiano Carlo Ginzburg pode sugerir uma peça metodológica importante para a análise do periódico por permitir uma averiguação esmiuçada e detalhista dos pormenores e dos sinais que se “escondem” deixados pelos rastros dos dizeres do outro no tempo.

---

<sup>15</sup> SALLES, 2009, p. 01.

<sup>16</sup> HUNT, 1992.

Seguindo tais sinais, é possível perceber como esses menores detalhes podem nos fornecer informações importantíssimas para a compreensão da imagem feminina nos anos 1930. “Desse modo, pormenores normalmente considerados sem importância, ou até triviais, baixos, forneciam a chave para aceder aos produtos mais elevados do espírito humano”<sup>17</sup>. Podem, nesta feita, enriquecer a probabilidade de análise, efetivando a importância que se alcança com o periódico para a historiografia sobre o tema e para as pretensões da história que aqui se quer contar.

Outra questão relacionada à História Cultural e de cunho importantíssimo para a compreensão do que se pretende analisar é aquilo que o historiador Roger Chartier, em *A História Cultural: entre práticas e representações*, lança ao pesquisador enquanto possibilidade metodológica: o conceito de *representação* lança mão de “uma história cultural do social que tome por objecto a compreensão das formas e dos motivos – ou, por outras palavras, das representações do mundo social – que, à revelia dos actores sociais, traduzem as suas posições e interesses objectivamente confrontados e que, paralelamente, descrevem a sociedade tal qual ela é, ou como gostaria que fosse”<sup>18</sup>. Tendo isto como premissa, pretende-se analisar as fontes enquanto representações de uma realidade específica (no caso, as construções identitárias femininas e as elites recifenses na década de 1930, além das mudanças do “bem vestir” nesse contexto) que se facetam em múltiplos sentidos. Tal pluralidade, distante no tempo, terá por via de acesso as páginas da revista.

Sinto, enquanto historiadora, que se faz necessário identificar na década de 1930, na cidade do Recife, como essa vivência social feminina foi edificada, pensada e dada a ler. A lidar com a representação é fundamental para que se perceba como estas mulheres foram elaboradas e estereotipadas e como lideram com tais categorizações sobre si mesmas, através de concepções, valores e domínios que se diziam, ao tempo inteiro, “modernos”. Por isto, os símbolos deste moderno que se faziam falar em seus trajes e no seu comportamento serão fundamentais para que possamos problematizar essa imagem “apropriada” que se criou para as mulheres leitoras da revista.

Esta imagem que menciono pode ser vista através de várias colunas da revista *P'ra Você*, especificamente nas que versam sobre moda, poesia, política e eventos sociais, observando cautelosamente as figuras apresentadas em tais colunas, a fim de captar com maior capacidade as representações da figura feminina idealizada, tendo por

---

<sup>17</sup> GINZBURG, 1990, p. 149.

<sup>18</sup> CHARTIER, 1990, p. 19.



prática do tênis, as festas country (*country parties*), e da França, tais como o Martini seco, o cristal laique e as soirées de “grill-room”. Diz-se, portanto, que “todas as cousas lindas deste século vivem no teu corpinho elegantíssimo, as tardes cidadinas, rumorosas, um novo ‘blues’, filtrado pelos banjos, das orquestras de fita americana”: a mulher sensual que seduz os homens e que satisfaz seus desejos, que prima pela beleza com traços estrangeiros, então “modernos”. “Todas as cousas lindas deste século”, nessa medida, são aquelas oriundas desses dois países e configuram-se nos estrangeirismos recorrentes no Brasil da época, presentes também na revista, e que promulgam uma “sedução”, uma recepção da dita modernidade urbana para cidades como o Recife.

Vê-se um contraponto, no entanto, quando se traça o olhar para o estereótipo da mulher “local”: a “mulata de minha terra que a minha vida machuca e que os meus óio catuca, com esses óio quebrado”. Cria-se, nesta feita, uma ideia regionalizada e limítrofe para a mulher de cor, com os seios desnudos, e a sensualidade relacionada à vida ruralizada, campesina.



**Transcrição da imagem 02:** mulata de minha terra – “mulata da minha terra, que a minha vida machuca, e que os meus óio catuca com esses óio quebrado; eu só queria podê, mulata da minha terra, sê maió que o céu, que a terra, que foge que ninguém vê! Maio que os sete pecado, maió que os óio espantado de dez sacy-pererê! Maio que Pedro Primeiro que foi grande como quê! Maio que o Brazi inteiro! Maio que sê brasileiro! – Quería sê fusileiro, sê fusileiro navá, p’ra te batê continença com toda a mollemollença, quando te visse sambá n’um samba lá da Favella, carçando as tuas chinella, n’um samba, toda bonita; com teu vestido de chita, todo enfeitado de fita, de fita verde e amarela, – as cô mais linda que há, a cô da

nossa bandeira, da bandeira brasileira, bandeira véia de guerra, bandeira nacioná!”. Luiz Peixoto escreveu, Lula ilustrou. Cf. Revista *Pr’a Você*. Edição de 22 de fevereiro de 1930, p. 23.

A limitação identitária mencionada logo se averigua quando o estilo de escrita dos versos se faz evidente: uma escrita coloquial, “ruralizada”, “interiorana”, que enfatiza o modo como a “mulher de cor”, negra, comunicar-se-ia com os demais: um linguajar do dia-a-dia, sem preocupação com as regras gramaticais, pouco “moderno”. Criando um lugar de pertença pouco letrado e nada desenvolvido para a mulata, a revista reforça um lugar de “inferioridade”, de “atraso” para ela que, por sua vez, precisa se adequar aos padrões “modernos” vigentes. Estereótipos, lugares-comuns que atribuem à mulata recifense uma beleza “natural”, mas beleza esta que ainda não se inseriu nos moldes “progressistas” e “desenvolvidos” de “todas as cousas lindas deste século”, ou seja, não se insere na estética moderna dos artefatos estrangeiros de cultura.

Sendo assim, analiso as fontes já mencionadas em três momentos: a) no primeiro capítulo busco observar como as modificações ocorridas nos padrões de beleza feminina foram fundamentais para um novo olhar sobre o feminino para consigo mesma, tendo por base autores como Georges Vigarello e Arthur Marwick; b) logo em seguida, no segundo, estabeleço a importância da moda na Revista bem como nas relações sociais femininas, dialogando com autores como Gilles Lipovetsky, Diana Crane e João Braga. Por fim, apresento as considerações finais alcançadas através desta pesquisa.

## Revista *P'ra Você*: representações de beleza no Recife da década de 1930

Naquela região havia uma fonte límpida, de águas cristalinas, qual ninguém havia se aproximado. Ao se inclinar para beber água da fonte, Narciso viu sua própria imagem refletida e encantou-se com sua visão. Fascinado, Narciso ficou a contemplar o lindo rosto, com aqueles belos olhos e a beleza dos lábios, apaixonou-se pela imagem sem saber que era a sua própria imagem refletida nos espelhos das águas<sup>1</sup>.

Com esta epígrafe minha temática passa a dar vestígios de seu molde e é através deste que me proponho a ponderar acerca de um tema pouco usual para o campo da História: a historicização da beleza feminina; é partindo deste pressuposto que observo, no transcorrer dos séculos da história humana, a mudança nos padrões que indicariam beleza no sexo feminino. Estes pré-requisitos para a formosura modificavam-se de modo acentuado ou não, como também poderiam conviver sem se atritar demasiadamente. Assim sendo, tratar-se-á, neste capítulo, de questões que envolvam a beleza feminina, a cidade do Recife e as representações impressas pela *Revista Pr'a Você* no contexto de modernidade que se promulgou na primeira metade do século XX.

### 1. *A beleza feminina na modernidade*

A historicização da beleza feminina ainda é um tema pouco recorrente nos estudos historiográficos atuais. Todavia, a presença de um referencial de formosura ao longo da História humana é perceptível, tendo em vista que em cada recorte temporal, assim como em cada cultura, a beleza é construída a partir de padrões que indicariam o 'belo': aqui, especificamente, verificar-se-á tal construção para o sexo feminino.

É necessário que se perceba como os fatores que definem a 'lindeza' de uma mulher são fundamentais para que possamos compreender o contexto em que os

---

<sup>1</sup> MITOLOGIA Grega *web blog*. "Narciso, a paixão por si mesmo". Disponível em: <http://eventos.mitologiagrega.blogspot.com.br/2011/03/narciso-paixao-por-si-mesmo.html>. Acesso em: 18 / 02 / 2014.

mesmos estão inseridos. Os aspectos econômicos, sociais, culturais e cronológicos fazem com que a linha tênue que distingue a beleza das demais características físicas se tornasse visível. Como menciona Umberto Eco, a beleza em várias culturas também esteve diretamente associada a outras características não necessariamente físicas: “parece que, nesse sentido, aquilo que é belo é igual a aquilo que é bom e, de fato, em diversas épocas históricas criou-se um laço estreito entre o Belo e o Bom”<sup>2</sup>.

Para além das qualidades de caráter que a beleza “sinalizou” em alguns momentos na existência da humanidade, podemos entender que o início do século XX pode ser visto como um marco no que concerne à reflexão acerca de como a beleza feminina se conduziu tanto no espaço público como no privado, bem como a “autoapresentação da mulher e seus aspectos mais lúdicos”<sup>3</sup>.

Este marco aqui se posta não por acaso. Muitas mudanças ocorreram no início do século XX, a partir das quais se destaca o ano de 1930, tendo em vista que este ano se inaugurou revelando as linhas do corpo feminino, ilustrando uma profunda transformação na mulher<sup>4</sup>. Inicialmente, podemos mencionar que um dos motivos destas mudanças teria sido ocasionado pela Primeira Guerra Mundial, com a qual a ida dos homens para os campos de batalha teria gerado uma nova situação social: as mulheres passariam a ocupar alguns cargos antes considerados exclusivamente masculinos. Todavia, não podemos atribuir uma mudança desta dimensão apenas a um único fator: para além deste conflito mundial também podemos destacar os assim chamados “Anos loucos” que

com o fim dos horrores do conflito, a capital francesa foi palco de um despertar cultural incomparável com qualquer outra época daquele século. Uma nova geração questionava os valores de antes da guerra e sonhava com um mundo novo, proclamando que aquela fora “a guerra para acabar com todas as guerras”<sup>5</sup>.

O discurso higienista vigente à época<sup>6</sup> também modificou muitas práticas femininas, tendo em vista que o corpo deveria estar sempre asseado, bronzeado, em

---

<sup>2</sup> ECO, 2010, p. 08.

<sup>3</sup> MARWICK, 2009, p. 210.

<sup>4</sup> VIGARELLO, 2009, p. 195.

<sup>5</sup> ANOS Loucos *web blog*. “Sobre os Anos Loucos”. Disponível em: <http://anosloucos.blogspot.com.br/p/sobre-os-anos-loucos.html>. Acesso em: 25/03/2014.

<sup>6</sup> Entre 1889 e 1930, as cidades brasileiras, dentre elas o Recife, seriam alvo de um forte discurso higienista e “passariam por um processo de ‘regeneração’, que condenava os hábitos e costumes ligados à sociedade colonial; negava todo e qualquer elemento de cultura popular que pudesse macular a imagem civilizada da sociedade e induzia à uma política rigorosa de expulsão dos grupos populares da área central

movimento e ao ar livre como reintera Georges Vigarello: “el cuerpo debe sugerir el ‘aire libre’, el único que hace ‘triunfar a la verdadera belleza’” (“o corpo deve sugerir o ‘ar livre’, o único que faz ‘triunfar a verdadeira beleza’”)<sup>7</sup>.

Outro ponto que deve ser mencionado é a mudança que o advento do cinema promoveu na sociedade capitalista, bem como o surgimento dos concursos de beleza, que passaram a elencar um novo referencial de atratividade como observa Arthur Marwick, na obra *‘Uma História da Beleza Humana’*: “a única linha de demarcação é a que separa aquelas que podem, sem absurdidade manifesta, participar de um concurso de beleza daquelas que não”<sup>8</sup>.

### 1.1. *Ideal de beleza a partir dos concursos de Miss*

Há oitenta e quatro anos, a jovem Yolanda Santos, a Miss Olinda, foi eleita Miss Pernambuco em 1930. A festa ocorreu nos salões do Clube Internacional do Recife e foi promovida pelo jornal Diário da Manhã. Em segundo lugar ficou Glauce Pinto da Boa Vista e, em terceiro, Nenita Argo de Alarcon de Santo Amaro. A comemoração foi um sucesso e a sociedade de elite, como era de se esperar, lotou o clube.

Na comissão julgadora do concurso estavam os artistas plásticos Mário Tullio, Mário Nunes, Murilo Lagreca e Bibiano Silva; também se faziam presentes o arquiteto Heitor Maia Filho, a Miss Pernambuco de 1929 – Connie Braz da Cunha –, os jornalistas Mário Melo, Jarbas Peixoto, José Campelo, Willy Lewin, Caio Pereira, Salvador Nigro, Jayme Santos, Alfredo Porto Silveira e Carlos Rios, além dos senhores Luiz Cedro e Moraes Coutinho<sup>9</sup>.

A cultura da *Miss* é oriunda dos Estados Unidos da América quando, em 1921, foi criado o concurso de “Miss América”, consolidando-se, posteriormente, em 1930, com a criação da “Miss Universo”: conforme pensa Vigarello, “la adopción de la expresión Miss confirma de paso la progresiva ascendencia norteamericana em lo que empieza a convertirse em cultura de masas” (“a adoção da expressão Miss confirma ao

---

da cidade, a qual será praticamente isolada para o desfrute exclusivo das camadas aburguesadas; e um cosmopolitismo agressivo, profundamente identificado com a vida parisiense”. Cf. FARIA & POHLMANN, 2003, p. 05.

<sup>7</sup> VIGARELLO, 2009, p. 201.

<sup>8</sup> MARWICK, 2009, p. 214.

<sup>9</sup> FERNANDO Machado *web blog*. “Miss Pernambuco de 1930”. Disponível em: <http://fernandomachado.blog.br/miss-pernambuco-de-1930/>. Acesso em: 25/03/2014.

mesmo tempo a progressiva ascendência norte-americana no que começa a se converter em cultura de massas”)<sup>10</sup>, ou seja, o termo *Miss* popularizou um referencial de beleza que posteriormente se tornaria um dos muitos aspectos da cultura de massas exportada pelos norte americanos com o intuito de massificar o consumo e criar uma rede de lucros e finanças a partir de um produto cultural que, no caso, codificar-se-ia a partir da beleza feminina.

De toda maneira, é impossível que os concursos de beleza passassem despercebidos: as feministas, por exemplo, acreditavam que tais concursos reduziam as mulheres a apenas um reflexo de sua beleza corpórea; já as conservadoras acreditavam que esses concursos eram os primeiros passos para a “vulgaridade”. Todavia, a maioria das jovens via no título de *Miss* uma maneira ampla de certificar a sua beleza diante dos seus pares e de obter ascensão social.

Os concursos de beleza passam a ser valorizados nesta época de modernidade, principalmente por conta dos meios de comunicação em ascensão, entre eles, os periódicos voltados para o público feminino, já que as moças eleitas *misses* passam a ser vista como o grande ideário e exemplo de beleza feminina, assim como suas imagens e seus conselhos passam a ser entendidos como inspirações para as moças tidas como ‘comuns’.

Por isto, a Revista recifense *Pr’a Você* trazia, em seus exemplares semanais, ilustrações ou textos relacionados à temática de *miss*, ou melhor, apresentavam alternativas para que se projetassem os meios pelos quais uma moça ‘comum’ no Recife poderia se tornar uma Miss aclamada e de sucesso; incentivava-se o cuidado e o zelo para com o corpo, o bronzamento da pele para que o Sol pudesse “tostar aquela pellesinha”, os cabelos longos, os olhos “rasgados” e transformados em “olhinhos artificiaes d’aquelles” pintados a lápis; estimulava-se a sedução quando se orientava que as moças fingissem “ser apaixonadas por todos” os rapazes de boas posses, sabendo flertar e sorrir e querendo “bem a todo mundo”; determinava-se, por fim, e ao mesmo tempo, a antipatia como marca característica de toda beleza feminina, já que “uma pequena bonita para ser completa, precisa ser antipathica”. Neste ensejo, podemos contemplar o exemplo abaixo e compreender como a revista imprimia seu olhar acerca desse ideário feminino, dessa “Miss Melhor do Mundo” que, ao passo que provoca os homens, ‘encanta’ e ‘faz brilhar’:

---

<sup>10</sup> VIGARELLO, 2009, p. 209.

# "MISS MELHOR DO MUNDO"

—Oh! que olhos...

—E's linda, minha filha.

—Si entrares em concurso de belleza serás miss Rio, miss Brasil!

—P'ra mim ella vae ser "miss mundo"...

A familia reunida elogiava a moreninha quasi bonita, filha mais velha do casal.

A pequena viu miss Bahia, gostou da côr de sua pelle. Resolveu tomar banho de sol.

Todo dia, dentro d'um "maillot" decotadissimo mo deixava o sol tostar aquella pellesinha...

Eu só queria ser o sol...

Ella viu tambem Didi Caillet, gostou de seus cabellos grandes.

Deixou de ir ao cabellereiro e algumas semanas depois ficou com uma cabeça igual a de miss Paraná.

Gostou dos olhos rasgados de miss Rio Grande.

Foi à cidade, comprou tinta e fez uns olhinhos artificiaes d'aquelles...

Viu miss Minas Geraes dansar. Notou que os rapazes gostavam muito de conversar com ella. Perguntou a um delles a razão. O rapazinho informou que a mais bonita de Minas sabia fingir a apaixonada por todos elles.

Desde esse dia a moreninha quiz bem a todo mundo.

Aprendeu a flirtar com miss Espirito Santo e a sorrir com miss Fluminense.

Faltava ser sympathica.

Pensou, pensou... e resolveu ser antipathica.

Uma pequena bonita para ser completa, precisa ser antipathica.

E a moreninha que era apenas quasi bonita, ficou completa...

Ficou "Miss Melhor do Mundo".

L U L A

**Transcrição da imagem 03:** "Miss Melhor do Mundo". "— Oh! que olhos... — E's linda, minha filha. — Si entrares em concurso de belleza serás miss Rio, miss Brasil! — P'ra mim ella vae ser 'miss mundo'... A familia reunida elogiava a moreninha quasi bonita, filha mais velha do casal. A pequena viu miss Bahia, gostou da côr de sua pelle. Resolveu tomar banho de sol. Todo dia, dentro d'um "maillot" decotadissimo deixava o sol tostar aquella pellesinha... Eu só queria ser o sol... Ella viu também Didi Caillet, gostou de seus cabellos grandes. Deixou de ir ao cabellereiro e algumas semanas depois ficou com uma cabeça igual a de miss Paraná. Gostou dos olhos rasgados de miss Rio Grande. Foi à cidade, comprou tinta e fez uns olhinhos artificiaes d'aquelles... Viu miss Minas Geraes dansar. Notou que os rapazes gostavam muito de conversar com ella. Perguntou a um delles a razão. O rapazinho informou que a mais bonita de Minas sabia fingir a apaixonada por todos elles. Desde esse dia a moreninha quiz bem a todo mundo. Aprendeu a flirtar com miss Espirito Santo e a sorrir com miss Fluminense. Faltava ser sympathica. Pensou, pensou... e resolveu ser antipathica. E a moreninha que era apenas quasi bonita, ficou completa... Ficou "Miss Melhor do Mundo". Cf. Revista *P'ra Você*. Edição de 08 de março de 1930, p. 11.

Através da imagem acima é possível constatar que a Revista é composta por dualidades quanto ao critério que demarca o padrão de beleza feminina, haja vista que a mesma contempla a ideia norte-americanizada de uma beleza tão "estonteante" que deva receber o titulo de *Miss*, ao passo que edifica uma imagem de mulher tupiniquim mais "simples": "moreninha", "de olhos puxados" e que gostava de "flertar". Em algumas colunas da Revista, o corpo editorial não perde a oportunidade de alfinetar as

loiras americanizadas – embora em outras matérias edifique e idealize as estrelas do cinema mundial.

Para além destas reportagens semanais, a Revista, que fez parte do corpo editorial do jornal *Diário da Manhã* recifense, lançou às bancas uma edição especial ressaltando a importância do evento Miss Pernambuco de 1930, com inúmeros retratos das participantes, dos jurados e da vencedora – o que ressalta o quanto o concurso mobilizou a cidade, ou ao menos suas elites. Inclusive, são as imagens do concurso que reinteram a necessidade dos organizadores do concurso e da Revista em estabelecer uma imagem de beleza “regional” ou “nortista”: Yolanda Santos, a grande vencedora, não tinha cabelos loiros, nem olhos azuis, muito menos a pele alva como Clara Bow ou Collen Moore<sup>11</sup>. Na verdade, Yolanda tinha baixa estatura, cabelos e olhos negros e pele bronzeada.

A respeito dessa beleza “típica”, o sociólogo Gilberto Freyre menciona que:

A grande numero de mulheres brasileiras, a miscigenação pode-se sugerir ter dado ritmos de andar e, portanto, de flexões de corpo, susceptíveis de serem considerados afrodisíacos. Atente-se nesses ritmos, em cariocas miscigenadas, em confronto com os de beldades argentinas que o observador tenha acabado de admirar. Os ritmos de andar da miscigenada brasileira chegam a ser musicais, na sua dependência de formas ondulantes<sup>12</sup>.

Assim sendo, para o autor, a beleza tupiniquim, se comparada à da vizinha latino-americana Argentina, destaca-se por ser extremamente singular – fruto de uma riquíssima miscigenação racial proveniente da nossa colonização. A atratividade feminina brasileira passa pelas características físicas e se estende às maneiras de caminhar, fazendo com que as moças do Brasil se tornem as “mais belas”. Deste modo, como podemos ver na imagem que segue, Yolanda Santos seria, de fato, um belo exemplo de beleza miscigenada nacional.

“Quando a noite desce sobre a collina verde, quando a brisa macia agita levemente as folhas dos coqueiros, Olinda vae dormir pensando num sonho bonito: Yolanda Santos”<sup>13</sup>, diz uma passagem da edição especial da Revista, dedicada ao evento Miss Pernambuco de 1930, em 05 de maio deste ano. Olhar para a capa da edição e visualizar a fotografia de uma modelo e não um desenho a lápis, como era usual, ratifica

---

<sup>11</sup> Ambas foram estrelas norte-americanas aclamadas pelo público que frequentavam as salas escuras cinematográficas recifenses.

<sup>12</sup> FREYRE, 1986, pp. 61-62.

<sup>13</sup> Revista *P'ra Você*. Edição de 05 de maio de 1930, p. 13.

a importância dada ao concurso; incita, porém, a uma representação da beleza feminina “nortista” em contraponto ao estereótipo de beleza “sulista”:

o elegante militar foi um dos primeiros a chegar domingo ultimo, no Clube Internacional, onde se deveria realizar a eleição de ‘Miss Pernambuco’. Tinha a certeza quasi absoluta da escolha da sua candidata. Mas, apesar de toda essa certeza, continuou a fazer uma propaganda enorme. Só não cabalou entre os membros do jury porque afinal era escandaloso. No fim a sua decepção foi maior que a certeza anterior. Maior talvez do que a das candidatas vencidas pela graça espiritual de Mlle. Yolanda Santos<sup>14</sup>.



**Imagem 04:** Capa da Revista Inmlustrada *P'ra Você* referente à edição de 05 de maio de 1930 – edição especial dedicada à Miss Pernambuco 1930, Yolanda Santos.

<sup>14</sup> Revista *P'ra Você*. Edição de 05 de maio de 1930, p. 07.

Apesar de defender um arquétipo de beleza “tipicamente nortista”, a Revista, paradoxalmente, exporta tendências norte-americanas advindas especialmente de uma área cultural em voga e em expansão naquela época: o mercado cinematográfico. Os cortes de cabelo mais “belos” e as roupas mais “finas” tinham uma inspiração bastante saliente nas atrizes de Hollywood, as tão famosas estrelas de cinema que levavam espectadores ao delírio e também serviam de exemplo para que regiões por todo o mundo tentassem imitar seu ideário de beleza. O Recife não se via alheio a esta conjuntura e faz-se necessário apenas olhar para as fotografias da Miss Pernambuco de 1930, na Revista, para que se observe um corte de cabelo Chanel à la Mary Brian e as roupas com cinturas escondidas, modelagem reta e aspecto horizontal, tudo ainda fruto da herança da década anterior. Tal relação e sua influência a partir do cinema é tema para o tópico seguinte.

## 1.2 “*Uma beleza de Cinema*”

Nos anos 1920, época em que se organizou e se capitalizou cabalmente, a indústria cinematográfica já era a maior empregadora de gente bonita. Com o cinema, surgiu toda uma literatura nova, preservando a imagem das estrelas de modo que pudesse ser afixada nas paredes do quarto. Publicando guias de estrelas e astros, uma empresa francesa chegou a afirmar com razão, (...) que o cinema havia subvertido todas as antigas convenções referentes à desimportância da aparência<sup>15</sup>.

O ano de 1930 é fruto de uma década em que o cinema se constituiu como um fator que inspirava uma parcela da população, ao menos as elites, em vários aspectos. O desenvolvimento cinematográfico promoveu novas relações sociais, econômicas, culturais, bem como novos padrões de beleza. Por isto, a indústria cinematográfica era o ‘ramo perfeito’ para as pessoas ‘bonitas’ trabalharem – nos filmes, as atrizes e os atores sempre estavam bem maquiados, bem penteados e bem ‘apresentáveis’, seja na alegria ou na tristeza de seus papéis; isto fazia com que as pessoas que assistiam aos filmes sentissem a necessidade de também estar sempre ‘belos’.

As imagens dos artistas eram repercutidas em colunas de várias revistas e guias, criando inclusive uma nova forma de literatura, na qual era necessário que houvesse, para além do texto falando sobre, a fotografia dos astros e estrelas ‘realizando’ a aproximação entre fãs e ídolos. Estes se tornam pessoas que adquirem uma presença

---

<sup>15</sup>MARWICK, 2009, p. 206.

para além do palco, que excedem as suas personagens, impondo modelos, fazendo um percurso até chegar à categoria de “mito”: a condição de seres excepcionais que vêm ao mundo dos homens, seres que seriam feitos para amarem e ser amados<sup>16</sup>.

Mas, voltando à literatura, esse fator constitui-se como primordial para a Revista *P'ra Você* que, além de expor as imagens e textos acerca dos filmes que seriam exibidos nos cinemas de Recife, apresentava semanalmente uma única página dedicada a expor a foto de uma beldade do cinema internacional e, ao lado ou à baixo, algumas linhas pelas quais os editores da Revista criavam uma ‘ode’ às características físicas da atriz ou do ator – é importante destacar que nas dezesseis edições a que tive acesso, apenas uma trazia a imagem de um ator, Gary Cooper, e nesta mesma coluna.

Tantas mulheres ‘belas’ inspiravam as ‘moças de família’ a também se manterem com ‘boa aparência’. Porém, mesmo tendo uma coluna que mencionava de modo tão caloroso essas artistas, a Revista preferia priorizar uma ‘beleza paralela’, ou melhor, nas edições em que não havia fotos das estrelas de Hollywood, figuravam as “mais belas da terra”, que conseguiram realçar seus traços peculiares usando das técnicas hollywoodianas, sem perder de vista o caráter ‘regional’ do arquétipo feminino. Mais próximas da realidade local, essas moças faziam um grande esforço para se manter bonitas, principalmente as que trabalhavam, pois estas muitas vezes chegavam a acordar uma hora mais cedo do usual apenas para se embelezarem<sup>17</sup>. A beleza feminina passou a ser regra – de modo discreto formou-se um discurso em prol do casamento, próprio à época, de que para casar com um ‘bom partido’, ou ao menos ser desejada, a moça teria que ser ‘bela’ e, a partir daí, todo o resto se encaminharia e sua história amorosa se repetiria como nas películas românticas.

Para além dos filmes, as atrizes fomentavam outra realidade entre as moças: a *fotogenia*. Esta seria um conceito de beleza diretamente ligado à cinematografia, tendo em vista que as ‘verdadeiras’ *vedettes*<sup>18</sup> eram fotogênicas – inclusive muitos concursos de beleza foram transformados em concursos de fotogenia, haja vista a importância que era atribuída à capacidade que as mulheres teriam ou não de se sobressair em fotografias no que tange à beleza.

---

<sup>16</sup> VIGARELLO, 2009, p. 213.

<sup>17</sup> MARWICK, 2009, p. 208.

<sup>18</sup> Significado de Vedete: “mulher que canta e dança em teatros-revistas e musicais; atriz principal de espetáculo teatral ou cinematográfico; pessoa que se destaca por sua excelência; pessoa que se coloca em evidência usando de recursos chamativos”. Cf. WIKITIONARY *web site*. “Vedete”. Disponível em: <http://pt.wiktionary.org/wiki/vedete>. Acesso em: 23/03/2014.

Para além da fotogenia, surgiram outras características novas e curiosas, tanto relacionadas à beleza e ao cinema quanto ao *glamour*, o que indicaria uma presença: a luz apropriada e um tom de ‘mistério feminino’. A garota deveria ser ao menos uma *it girl*<sup>19</sup>. Todavia, a característica mais aclamada na época era o *sex appeal* que as *Stars* exalavam – no bom português seria o “apelo sexual”, porém alguns autores observam esta particularidade para além do quesito sexual, no qual este estaria ligado à “mulher chique, desinibida, cantora de cabaré ou bailarina de teatro de revista, [...] uma mulher chique sob aparência provocante”<sup>20</sup>. Um fruto deste *sex appeal* seria a *good-bad-girl*, incorporada por muitas estrelas de cinema, em que a mulher era representada como uma ‘impura’, que usava roupas leves e tinha atitudes insinuativas, mas que, ao fim do filme, se mostrava uma ‘verdadeira virgem’: coração generoso, alma casta e bondade inata<sup>21</sup>.

Possivelmente, todas essas novas peculiaridades geradas pelo advento do cinema fizeram com que uma nova mulher emergisse, teoricamente mais liberta, ativa e moderna. Georges Vigarello menciona as expressões físicas como representação deste novo feminino, pelo qual as maneiras de se locomover, falar e olhar fazem parte de um conjunto que define e diferencia as mulheres que possuem o *appeal* daquelas jovens que sempre baixam os olhos ao falar com um homem. A observação destas peculiaridades é extremamente importante, pois através destas podemos perceber como o cinema foi uma forte influência na modificação de inúmeras concepções sociais, incluindo no ensejo o papel feminino e suas atitudes na sociedade.

---

<sup>19</sup> “‘It girl’ é um termo utilizado para se referir a mulheres, geralmente muito jovens, que, mesmo sem querer, criam tendências, despertam o interesse das pessoas em relação ao seu modo de vestir, de andar, pensar ou ser. As ‘it girls’ têm, via de regra, o que muitos chamam de ‘carisma’, algo que atrai a atenção para elas. Sua característica mais determinante é a de serem incomuns, de destacarem-se das pessoas comuns e provocar interesse, a ponto de outras pessoas passarem a copiar seu jeito de vestir, falar e/ou agir. Normalmente as ‘it girls’ se comportam de maneira irreverente e despertam a curiosidade das pessoas sobre o seu modo de vida”. Cf. WIKIPEDIA *web site*. “It Girl”. Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/It\\_girl](http://pt.wikipedia.org/wiki/It_girl). Acesso em: 26/03/2014.

<sup>20</sup> MORIN, 1989, p. 15.

<sup>21</sup> Idem.



esther ralston

a venus americana de cabellos loiros e sorriso malicioso... você se lembra da "fragaia invicta" quando ella fez o timoneiro Charles Farrel perder o "rumo"?...

**Transcrição da imagem 05:** Esther Raiston. "a venus americana de cabellos loiros e sorriso malicioso... você se lembra da 'fragaia invicta' quando ella fez o timoneiro Charles Farrel perder o 'rumo'?...". Cf.

Revista *P'ra Você*. Edição de 15 de março de 1930, p. 29.

### 1.3 A leveza do corpo esbelto

Um assunto importante e que figura subentendidamente na Revista *P'ra Você* é o tipo físico associado à beleza feminina. Como menciona Denise Bernuzzi de Sant'Anna, na obra *'Corpos de Passagem'*: “numa sociedade que, desde pelo menos a década de 1920, começou a nutrir uma franca aversão pelos gordos, a paixão tende a se transformar num bem exclusivo daqueles considerados esbeltos”<sup>22</sup>, ou seja, desde a década de 1920 emerge uma cultura de prevalência social em torno da imagem de quem fosse ‘esbelto’ – uma pessoa magra, com músculos trabalhados, leve, rápida e decidida<sup>23</sup>. E, desde então, de acordo com a autora, e com tal emergência, passa-se a sugerir que o amor venha a ser uma ‘exclusividade’ para os ‘bonitos’, principalmente as mulheres, nos mesmos moldes de grandes filmes românticos da época.

Por isso, tantos periódicos vinham com dicas de beleza e principalmente conselhos para que suas leitoras mantivessem um corpo ‘esbelto’. São sugestões de exercícios constantes e disciplinados para que se deixasse o corpo flexível, ‘gracioso’ e ‘bonito’. Como menciona Vigarello: “tres expresiones se repiten constantemente: ‘disciplina, cultura física, régimen’. Lo que impone una comprobación: ‘recuerdan que su actual encanto no es innato, sino adquirido’” (“três expressões se repetem constantemente: ‘disciplina, cultura física, regime’. O que impõe uma comprovação: ‘lembram que seu encanto efetivo não é inato e sim adquirido’”)<sup>24</sup>.

Os maiores exemplos de corpo maleável eram os das estrelas de cinema, a partir das quais, através de um trabalho contínuo de imitação, toda mulher poderia se transformar em uma ‘bela esbelta’. Era uma beleza que, ao passo que permanecia inacessível, por advir de uma estrela de cinema idolatrada, transformava-se em algo acessível a todas que desejassem e tivessem subsídios para isso, pois paradoxalmente a maioria dessas estrelas vinha de uma origem humilde, como costureiras ou balconistas.

Logo, a autovigilância e a determinação deveriam fazer parte da vida das moças que desejavam um corpo belo. Os exercícios invisíveis, como contrair músculos e fazer alongamentos, eram recomendados por vários periódicos; todavia, é importante ressaltar que a Revista *P'ra Você* não aborda diretamente esta questão, deixando subentendida a

---

<sup>22</sup> SANT'ANNA, 2001, p. 20.

<sup>23</sup> Ibidem, p. 23.

<sup>24</sup> VIGARELLO, 2009, p. 219.

sua preferência por esta cultura da beleza física, sem se referir diretamente ao que deveria ser feito ou não para que tal padrão de corpo fosse alcançado. Isso sugere, por assim dizer, que muito provavelmente a Revista ainda olhasse para o corpo como um tabu social.

As questões abordadas neste capítulo, dizendo respeito à problemática das representações acerca da beleza feminina na cidade do Recife, na década de 1930, através das páginas da Revista *P'ra Você* e dos ideários e discursos construídos acerca da beleza das mulheres passam, no próximo capítulo, a se especificar ao intrínseco relacionamento existente entre os conceitos de moda e modernidade nos já referidos recortes temporal e espacial. O ideário de vestimenta feminina atrelada à imagem de vida moderna e civilizada empreendido pelas elites, ou seja, dentre outros veículos pelas páginas do periódico, ganham uma narrativa histórica nas páginas que seguem.

# Revista *P'ra Você*: representações de moda e modernidade no Recife da década de 1930

## 1. *Moda e Modernidade: caminhos que se cruzam*

O conceito de moda, como sequência de variações constantes, de caráter coercitivo, é empregado pelos estudiosos da sociologia, da psicologia social ou da estética em dois sentidos. No primeiro, mais vasto, abrange as transformações periódicas efetuadas nos diversos setores da atividade social, na política, na religião, na ciência, na estética – de tal forma que se poderia falar em modas políticas, religiosas, científicas e estéticas, etc.<sup>1</sup>.

Gilda de Melo e Sousa, quando escreveu este parágrafo na introdução de '*O Espírito das Roupas*', apresenta um questionamento múltiplo que até hoje tem sido uma proposição para a historiografia que poderia se tornar uma proposição mais enfática, haja vista que poucos são os historiadores de formação que se debruçam sobre o tema: *o que é moda?* Esta pergunta muitas vezes é respondida pela sociologia ou pela filosofia de modo que autores como Maria das Graças Setton, Pierre Bourdieu e Gilles Lipovétsky a pensam como um fator importantíssimo para o estudo das questões sociais: “[...] a moda atua sobre as exterioridades, sobre as facetas de nossa vida orientadas para a sociedade. Completa a identidade social dos agentes. A obediência à moda exprime um jogo entre os indivíduos e as forças socializadoras exteriores”<sup>2</sup>, ou seja, os campos em que a moda tem a possibilidade de exercer o seu poder são tanto os espaços físicos que os indivíduos estão inseridos como as peculiaridades da vida social, respaldando a identificação que estes possuem para com a sociedade. Seguir esta moda significa estar numa relação de dominação entre a sociedade e os indivíduos conscientemente.

Pierre Bourdieu é tido como um dos maiores sociólogos do século XX. Suas produções, desde a década de 1960, vêm criticando as ferramentas de reprodução das desigualdades sociais. Além disto, o mesmo é percussor em temáticas como a moda –

---

<sup>1</sup> MELO E SOUSA, 1987, p. 19.

<sup>2</sup> SETTON, 2008, p. 123.

acerca desta, Bourdieu pondera que observá-la como uma prática cultural nos possibilita entender o diálogo entre o indivíduo e a sociedade, tendo em vista que o autor mensura a moda como uma visão legítima de um gosto individual num meio onde há uma luta pela imposição de uma tendência, assim como também há uma disputa pela autoridade através de um poder simbólico no mundo social – Bourdieu, inclusive, enfatiza que o segredo deste poder estaria no prestígio e/ou na honra intrinsecamente associados às relações sociais capitalizadas<sup>3</sup>.

Entendendo esta prática cultural compreenderíamos por tabela a relação entre o mundo material e o mundo simbólico, assim como os recursos que os grupos sociais usam para se diferenciar uns dos outros<sup>4</sup>. A moda, seus meios de socialização e maneiras de controle seriam práticas pelas quais os grupos se utilizariam para se manterem coesos. A nossa escolha por participar de algum destes grupos, como salienta Bourdieu, jamais seria neutra ou neutralizada, tendo em vista que tais escolhas são fruto do meio e da estrutura social em que vivemos – e assim, buscaríamos nos identificar com nossos “pares”. Desta forma, perceberíamos a moda a partir das considerações deste autor como mais um fator que subjulga os indivíduos numa sociedade capitalista, classista e que é profundamente excludente.

Já Maria da Graça Jacintho Setton, socióloga e docente da USP, observa a importância da moda através de três perspectivas: a) o processo de socialização que a moda promove entre os indivíduos através da *sociologia da cultura*<sup>5</sup>; b) em seguida, a autora pondera que através do conceito de *habitus*<sup>6</sup> é possível observar a moda como

---

<sup>3</sup> SETTON, 2008, p. 133.

<sup>4</sup> Ibidem, p. 121.

<sup>5</sup> Raymond Williams, em texto de 1981, assim define a *sociologia da cultura*: “dentro das categorias tradicionais, a sociologia da cultura é encarada como uma área ambígua. Nas listagens mais comuns de campos da sociologia, ela é incluída, quando isso acontece, como um dos últimos itens: não apenas depois do material mais consistente sobre classes, indústria e política, família ou crime, mas também como um tópico de variedades depois das áreas mais definidas da sociologia da religião, da educação e do conhecimento (...). A moderna convergência, incorporada pela sociologia contemporânea da cultura, é de fato uma tentativa de reelaborar, a partir de determinado conjunto de interesses, aquelas idéias gerais, sociais e sociológicas, nas quais foi possível conceber a comunicação, a linguagem e a arte como processos sociais marginais e periféricos ou, quando muito, como secundários e derivados. Uma moderna sociologia da cultura, quer em estudos que lhe são peculiares, quer em suas intervenções numa sociologia mais geral, preocupa-se acima de tudo em investigar, ativa e abertamente, a respeito dessas relações possíveis e demonstráveis. Como tal, ela não só está reelaborando sua própria área, como propondo novas questões e novas evidências para o trabalho geral das ciências sociais”. Cf. WILLIAMS, 1992, pp. 09-10.

<sup>6</sup> O conceito pode ser entendido da seguinte maneira, para Setton: “conceito capaz de conciliar a oposição aparente entre realidade exterior e as realidades individuais. Capaz de expressar o diálogo, a troca constante e recíproca entre o mundo objetivo e o mundo subjetivo das individualidades. *Habitus* é então concebido como um sistema de esquemas individuais, socialmente constituído de disposições estruturadas (no social) e estruturantes (nas mentes), adquirido nas e pelas experiências práticas (em condições sociais

um diálogo entre os indivíduos e/ou os grupos com a sociedade, resultando na expressão destes; c) por fim, Setton também pontua que a ideia de *distinção* é fundamental para compreender a moda tendo em vista que, além de socialização, existe uma classificação hierárquica dos grupos sociais promovida por tal identificação.

Para além da sociologia, o filósofo francês Gilles Lipovétsky prontificou nas obras *‘Os Tempos Hipermodernos’* (2004), *‘O Luxo Eterno’* (2003) e *‘A Era do Vazio’* (1983) a densa ligação entre moda e modernidade, até a atualidade, criando a partir destes estudos o conceito de hipermodernidade, ou seja, como a nossa sociedade pós-moderna perde o interesse nas instituições morais, sociais e políticas ao mesmo tempo em que supervaloriza uma sociedade hedonista que convive com inúmeros antagonismos, plenamente representada pela moda<sup>7</sup>. Todavia, a obra que desejo ressaltar para este trabalho é *‘O Luxo Eterno’*, na qual o autor estabelecerá uma espécie de “arqueologia do luxo” da qual se extrai a percepção de que, ao decorrer da História, este foi sendo estabelecido como símbolo de distinção social, acentuado o desejo dos indivíduos assim como das classes sociais, o que acirrava a disputa por um lugar de destaque – o de desfrutar ou possuir este “luxo”. Deste, o maior símbolo seria a moda e a modernidade, com suas respectivas efemeridades.

“Tudo oscila com a modernidade. Nada ilustra melhor a nova lógica que se impõe do que o surgimento da alta-costura”<sup>8</sup>; ou seja, as modificações promovidas pela modernidade capitalista geraram novos aspectos sociais, culturais, econômicos, políticos, urbanos e morais, tendo como maior exemplo o surgimento do conceito de *alta-costura* – surgido em meados do século XIX em Paris, na França, por iniciativa do inglês Charles Frederick Worth. Este costureiro modificou o conceito de moda a partir do momento em que começou a confeccionar coleções do seu gosto que depois apresentava às senhoras da sociedade. Até então as clientes definiam como desejavam a roupa. Invertendo esta lógica, Worth passou a apresentar os modelos que sua criatividade dispunha e as clientes, por sua vez, escolhiam o tecido, prática que até então era simplesmente inédita: o costureiro, a partir deste momento, impusera o ideal de beleza e elegância; desta maneira, seu nome passa a agregar valor às peças por ele produzidas.

---

específicas de existência), constantemente orientado para funções e ações do agir cotidiano”. Cf. SETTON, 2002, p. 63.

<sup>7</sup> LIPOVÉTSKY, 2004, pp. 18-21.

<sup>8</sup> Idem, 2005, p. 42.

Erma tanto de Paris quanto de Charles Worth, mas não tão distante do eixo Rio de Janeiro/São Paulo, podemos constatar que a cidade do Recife - PE foi um modelo desta modificação na região “nortista” brasileira tendo em vista que foi a primeira cidade distante das capitais “sulistas” a viver sob os signos da modernidade<sup>9</sup>, tomando como matriz a capital já mencionada e a Europa como exemplo.

Alguns espaços, físicos ou não, tornaram-se fundamentais para que a modernidade desabrochasse, tais como o porto pernambucano que era o terceiro mais importante do país no início do século XX – para além do sentido comercial, o entreposto atraía o novo: costumes, culturas e modas, em especial a inglesa, que cada vez mais invadiam as ruas do Recife através de mercadorias como também de pessoas que se deslocavam em “modernos” navios rumo à Europa e regressavam com as “mais incríveis novidades” no que diz respeito à vestimenta e à moda em geral.

Todavia, o “baile da modernidade”, expressão tão utilizada por Luís Carvalheira de Mendonça na obra *‘Recife Mascate’*, apenas incita e provoca desejos de consumo fazendo uso de seus artifícios para conclamar a participação de “todos”: os periódicos eram fundamentais para manter os indivíduos informados, tanto dos acontecimentos como dos novos produtos, das novas fofocas e das novas tendências da moda. Com destaque para as *revistas imlustradas*, datadas primordialmente no século XIX, na cidade de Salvador<sup>10</sup>, que seriam as “verdadeiras amigas” femininas no início do século XX.

A Revista *P’ra Você* é um exemplo destas tantas revistas que circularam no Brasil. Criada em Fevereiro de 1930, ela era de propriedade da *Empresa Diário da Manhã S.A.* e publicava sobre moda, literatura, artes, cultura e vida social. Contou com colaboradores como Jorge de Lima, Álvaro Lins, Aurélio Buarque de Holanda, Josué de Castro e Mário Melo. Todavia, teve suas publicações suspensas em junho do mesmo ano, retornando a circular apenas em outubro de 1932 e cessando de vez a partir de junho de 1933.

---

<sup>9</sup> MENDONÇA, 2011, p. 193.

<sup>10</sup> ABREU & BAPTISTA, 2010.

### 1.1 *A moda das páginas para as ruas*

Um ponto importante no que se refere às revistas ilustradas é que uma parcela destas era voltada a um público restrito, como, por exemplo, o percentual feminino de recifenses que teria instrução suficiente para ler e escrever e que possuiria condições financeiras para seguir os conselhos ofertados pelos periódicos e para o investimento em roupas, calçados, aulas de piano e de *tennis no Club de Boa Viagem*. Aquelas que desfrutavam plenamente deste “baile da modernidade” eram tidas como as queridinhas da Revista *P’ra Você*.

Mais do que “queridinhas”, estas pretensas beldades se transformaram em modelos da moda cosmopolita recifense, participando de matérias que destacavam suas vestimentas, bem como representando todo o burburinho local criado em torno de suas imagens. Havia na Revista uma sintonia latente entre a coluna de fofocas e a coluna de moda e ambas apregoavam entre as garotas a “maneira certa” de se vestir e de se comportar – não obstante, a falta de congruência entre estes dois aspectos seria visto como “fatal”.

Na imagem da página seguinte, como bem se pode ver, dá-se destaque a uma *soirée jaune* ocorrida no *Club de Tennis de Boa Viagem*. Tipo de evento comum na Europa, as festas de cor de vestimenta padronizada, nas quais todos os participantes se vestem com uma única cor, simbolizam um aspecto da importação dos costumes estrangeiros para o cotidiano das elites recifenses em sua busca por uma adequação aos padrões de modernidade vigentes. No caso, a “festa do amarelo” (*soirée jaune*, em tradução livre, significa “noite amarela”) parece ter objetivado reunir as mais belas moças da cidade para que estas irradiassem sua destreza no salão do tênis clube e desfilassem beleza e encanto num evento de tamanha pompa e prestígio social. Para as mulheres recifenses, em pleno ano de 1930, participar de um evento deste porte significava quem sabe uma oportunidade para ganhar destaque entre a alta sociedade da capital pernambucana e, a partir disso, aspirar ao recém-implantado concurso de miss. Infelizmente, a Revista não dá maiores detalhes sobre o evento, não deixando claro sequer a data exata de sua realização: no entanto, a figuração de uma fotografia deste em primeiro plano sugere a importância que era dada a este tipo de acontecimento, especialmente no que diz respeito à participação feminina nos espaços sociais de elite.



soirée jaune do club  
de tennis de boa  
viagem

## SAUDADE...



estas encantadoras tennistas  
dão cada "drive" no coração  
da gente...



lá no parque do derby

**Transcrição da imagem 06:** SAUDADE... *soirée jaune do club de tennis de boa viagem*. Diz-se que "estas encantadoras tennistas dão cada 'drive' no coração da gente..."; lá no parque do derby. Cf. Revista *P'ra Você*. Edição de 22 de fevereiro de 1930, p. 13.

É também interessante que se perceba, através da legenda anterior, como a revista é voltada para um público feminino ao passo que carrega um discurso com caráter bastante masculinizado, haja vista que o comentário expresso faz um elogio às tenistas usando uma expressão própria do esporte, o “drive”, que é um golpe dado ao fundo da quadra no qual o esportista simula não alcançar a bola, ou seja, a partir desta analogia pode-se interpretar que, para os dizeres da legenda, a moça usaria de subterfúgios diversos para alcançar o coração dos rapazes.

As colunas de moda desta revista possuem um potencial muito grande para que sejam vistas como um expoente ímpar nos estudos relacionados tanto ao feminino quanto à sociedade de elite recifense do início do século XX. Diana Crane em “*A Moda e seu Papel Social: classe, gênero e identidade das roupas*” pondera a respeito desta importância: “a escolha do vestuário propicia um excelente campo para estudar como as pessoas interpretam determinada forma de cultura para seu próprio uso, forma essa que inclui normas rigorosas sobre a aparência [...]”, ou seja, a moda pode proporcionar um maravilhoso campo de estudos para a historiografia, campo do qual podemos extrair a percepção de que através da indumentária as pessoas interpretam o *habitus*, como já diria Bourdieu, adaptando-a para seu uso pessoal sem fugir da convenção social, ou ao menos tentando usufruir destas fronteiras simbólicas.

Um exemplo de adaptação à moda moderna são os salubres banhos de mar, hábito importado das *Estações D'água* européias. Todavia, 1930 é o ano que inaugura a febre europeia pelas práticas saudáveis, como os esportes e os banhos já mencionados acompanhados de bronzeamento; outra febre é o pijama de praia, “tendência criada por Coco Chanel e sua apropriação das calças boca de sino dos marinheiros”<sup>11</sup>. Já na praia de boa viagem, assim como na cidade do Recife, calças ainda eram restritas a homens – confirmando esta tese, a revista não traz, ao menos em seu primeiro ano de circulação, nenhuma imagem de mulher com calças, o que afirma o não incentivo ao uso desta peça de roupa para as mulheres.

É o caso das próximas imagens: nelas, as moças que desfrutam das belezas naturais de Olinda se encontram em trajés de banho conhecidos como “macaquinho de malha canelada”, usados nas praias brasileiras, juntamente com uma faixa em torno da cintura e uma touca da mesma malha canelada<sup>12</sup>. Com o avançar de 1930, este tipo de

---

<sup>11</sup> FOGG, 2013, p. 257.

<sup>12</sup> CHATAIGNIER, 2010, p. 122.

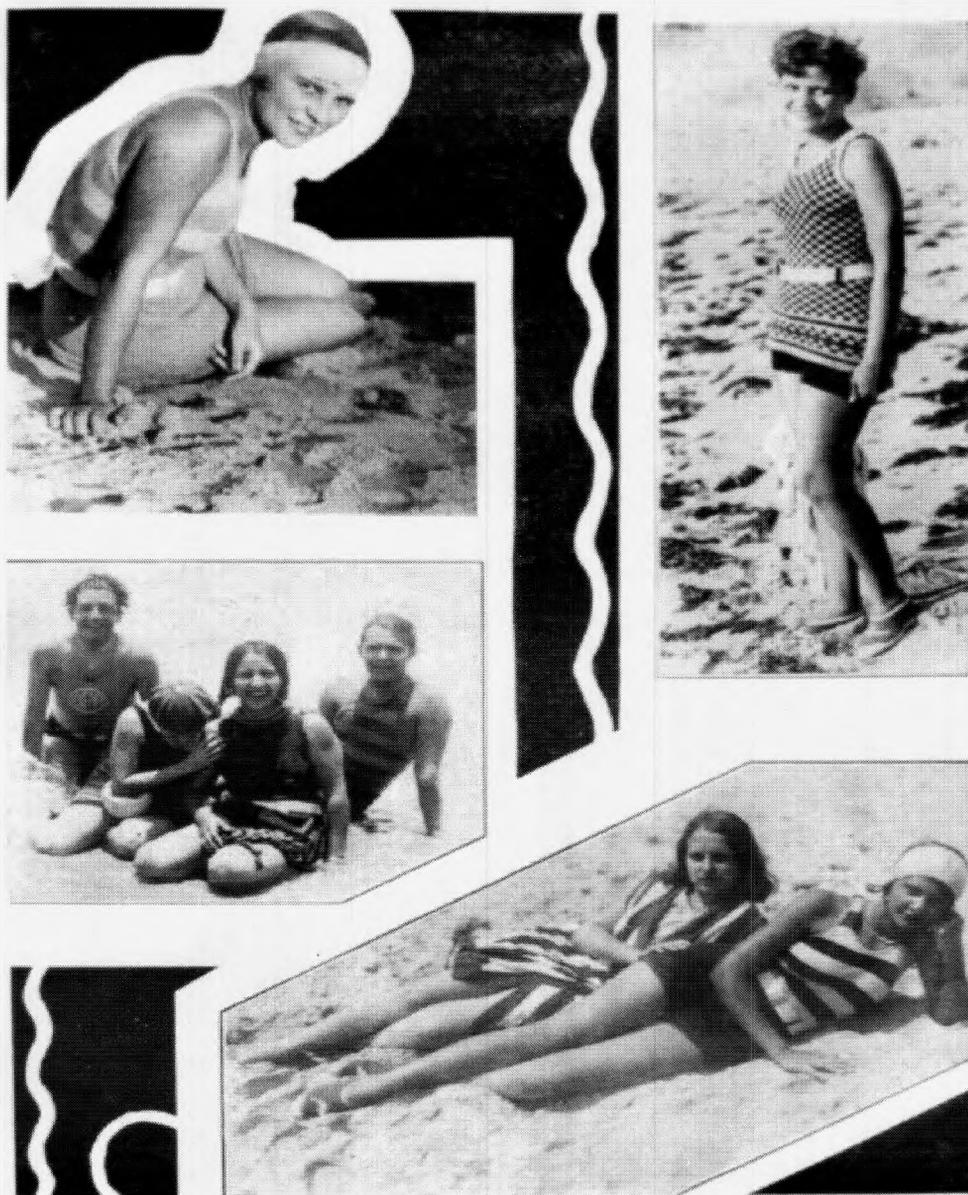
malha foi sendo substituído por lã, jérsei ou algodão, bem como a touca e a faixa, acessórios antes indispensáveis, foram entrando em desuso. Já as listras de Coco Chanel viraram uma febre internacional, ganharam o apreço dos estilistas, e apareceram inclusive nas praias e páginas recifenses.



**Transcrição da imagem 07:** “felizmente as nossas garôtas já se convenceram desta verdade essencialíssima: toda a elegância dos banhos de mar, consiste justamente, em não cair n’água... lá em Olinda... os ‘cock-tails’ vão passar de moda... há outros aperitivos... banho de sol é bom para accentuar o moreno da pelle, e as lindas ‘brunettes’<sup>13</sup> pernambucanas não vão muito com essa história dos cavalheiros preferirem as louras”. Cf. Revista *P’ra Você*. Edição de 22 de fevereiro de 1930, p. 15.

<sup>13</sup> O termo “*brunette*” é utilizado, em língua inglesa, para designar a mulher morena e de cabelo escuro.

Como já citado anteriormente, para além do discurso masculinizado, também podemos observar a recomendação de ir à praia para realçar o bronzeado da pele, tendo em vista que a preferência masculina recifense estaria em torno das morenas. Também podemos observar, para além das listras, o tecido xadrez nas roupas de banho – estampa introduzida nos espaços urbanos em 1916 pela estilista Coco Chanel<sup>14</sup>.



**Imagem 08:** um dia de praia no qual os jovens pousam para a retirada de algumas fotografias encomendadas para a segunda edição da Revista. Cf. Revista *P'ra Você*. Edição de 01 de março de 1930, p. 15.

<sup>14</sup> CHATAIGNIER, 2010, p. 111.

Outra observação a ser feita é que através das imagens anteriores podemos perceber que modelos cronologicamente distintos como o macaquinho de malha canelada e o roupão de praia (indumentária que remete à década de 1920) convivem mutuamente e aparentemente agradam a todos os gostos femininos; outro ponto importante é que podemos perceber, através destas imagens, o início de uma espécie de transitoriedade das vestimentas, ou seja, o momento a partir do qual os estilos e moldes se modificam com frequência.

## 1.2 *Moda e desportes*

A partir destas constantes modificações, podemos distinguir a influência dos esportes na moda urbana como um assunto que também é mencionado pela revista. Todavia, percebemos que nas ruas houve uma adaptação dos novos trajes mais despojados aos favoritos dos anos 1920, tendo como “sua musa a melindrosa, mulhermenina, (...), coquete, com cabelos curtíssimos e as vezes untados com Brilhantina. (...) poderia manter também os cabelos escondidos sob o chapéu *cloche* ou uma boina caída de um lado só”<sup>15</sup>. Criando uma melindrosa desportista, a revista nos adverte:

em nossos dias, as ‘sportwomen’ cuidam tanto da sua aparência quanto do seu jogo. (...) A meia-estação é a época propícia para incentivar o Sport, seja porque, fatigados dos dias cinzentos, procurem-se as festas ao ar livre, seja porque, pressentindo o inverno, se faça dissipação de energia e se cuide de aprovisionar luz e oxigênio<sup>16</sup>.

A menção a este estilo, em várias edições da revista *P’ra Você*, fomentou nas leitoras uma aceitação e, por conseguinte, um desejo. Nas primeiras edições é perceptível que o estilo esportivo não era bem quisto; todavia, quando avançamos em seus exemplares, o periódico se apresenta com colunas que cada vez mais eram inspiradas em esportes como o tênis, o ciclismo, a natação, a equitação e até mesmo o Golfe.

Quando o assunto era moda desportista um nome se destacava nas páginas e nas bocas femininas de boa parte do mundo: Jean Patou; mencionado em várias colunas de moda, Patou inovou ao pensar um vestir projetado para o ato de se mover, com

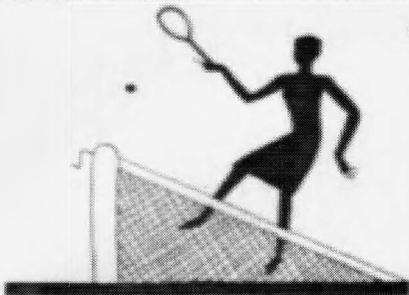
---

<sup>15</sup> CHATAIGNIER, 2010, p. 112.

<sup>16</sup> Revista *P’ra Você*. “Coluna de Moda”. Edição de 22 de fevereiro de 1930, p. 25.

simplicidade e elegância. Desta maneira, as recifenses se rendiam não apenas a uma indumentária, mas à ideia de mobilidade e modernidade que esta gerava.

# INFLUÊNCIA DO SPORT NA MODA.



MOLYNEUX



echarpe em forma de gravata modelo de Jean

Patou

A moda brasileira tem se adaptado às tendências das suas próprias prêmios, respondendo à sua parte de um lado, pela vontade sempre de trazer para o Brasil as novidades que já foram introduzidas no exterior, e de outro lado, procurando a falta de identidade que caracteriza a nossa moda.

As grandes mudanças aconteceram nos últimos anos, e as novas interpretações para todos os setores são extremamente variadas nos seus estilos.

Hoje a expressão de um estilo feminino, levado ao extremo, tem sido a moda de linha de simetria, estendendo-se às formas de sport e de "boating" sempre mais e mais práticas.

Essa mesma ideia de "aproveitamento" também ocorre em um aparecimento comum de um tipo. Hoje cada sport possui a sua "linha" especial, e as grandes casas de Paris afirmam-se em sua ideia de apresentar conjuntos de sport cada qual mais prático e elegante. Entre outros, Jean Slegny e Schiaparelli oferecem verdadeiras maravilhas de elegância. A Chanel ou lá, com suas duas peças masculinas e sua, das linhas mais estritamente femininas para saias e vestidos de sport, pelo menos em um momento. Compara-se com elas outras marcas, como a Christian Dior, que não sempre apresenta saias para golf e saias para praia, com as suas acompanhadas de botões ou pequenos detalhes femininos, proporcionando, com acessórios, em sua vida.

É comum a comparação entre as tendências de sport e de moda — simples, elegantes e modernas — e a pessoa indumentária, que de modo e como sempre atrai para as tendências de conjuntos de sport.

Mrs. Lily Alvein trouxe algumas novidades para o verão de 1933, que se viu sobre a de seda, terminando em volutas sobre a cabeça, fazendo o efeito de um "hat" mais novo, aplainado e que se vê em algumas partes.

Os vestidos femininos sendo muito simples e modernos, se nota um certo abalo das cores em geral, sendo sempre de modo para destacar os olhos. Isso se fez a classe de designers, com tendências mais práticas, trazer certas cores fortes, diagonais, purpura, azuladas, etc., em tons de tons fortes, com o mesmo tom, purpura, amarelo, verde, azul, cinza e seus derivados. Em relação aos detalhes e cores, a variedade é infinita. Tem-se visto até mesmo vestidos alguns vestidos tecidos em crepe ou em lá, de linha, afinando-se a superior de suas linhas. A primeira vez, sempre, se torna sobre "chamadas" de linha ou quadras, de conjuntos e partes.

A moda-estação é a época própria para interpretar o sport, seja por meio da linha das suas interpretações, proporcionando as suas ideias, seja por meio da apresentação e invenção, se faz a diferença de energia e de modo de interpretar sua exigência.

**Transcrição da imagem 09:** “A influencia do *sport* na moda”... Molyneux: echarpe em forma de gravata, modelo de Jean Patou. “A moda feminina deve ao sport inumeras das suas phases praticas e commodas. A saia curta foi iniciada pela celebre campeã de Tennis Mile. Luzanne Lenglen, que jamais procurou alongar as que havia usado na infancia, considerando a falta de liberdade nos movimentos necessarios ao seu jogo. As grandes modistas adoptaram a sua idéia, e as saias encurtaram para todas as horas até alcançarem exaggeros pouco esthéticos. Hoje o equilibrio já se acha restabelecido. As saias longas nos dão a moda justa de feminilidade, enquanto as horas do sport e do ‘footing’ conservam-n’as práticas. Em nossos dias, as ‘sportwomen’ cuidam tanto da sua aparência quanto do seu jogo. Hoje, cada sport possui a sua ‘tenue’ especial, e as grandes casas de Paris rivalizam-se no seu afan de apresentar conjuntos de sport cada qual mais pratico e elegante. Entre utras [sic], Jane Regny e Schiaparelli offerecem verdadeiros modelos de elegancia. A flanela ou lã cinzenta dos trajés masculinos é um dos tecidos mais em moda actualmente para capas e vestidos de sport, pela manhã ou em viagem. Compõem-se com ella palitots cruzados, abrigos clássicos, que são sempre elegantes, saias para golf e capas para praias que se usam acompanhadas de bonias ou pequenos chapéos flexíveis, responteados, com accessorios em tons vivos. É curiosa a comparação entre os conjuntos de sport dos nossos dias – simples, elegantes e commodos – e a pesada indumentaria que há vinte e cinco annos atrás fazia as delicias dos elegantes da época. Mille. Lily Alvarez inventou ultimamente uma meia curta de lã, que se usa sobre a de sêda, terminando em voltas sobre o sapato baixo, protegendo o pé. Miss Ellen Wills creou a pãls usada pelas jogadoras de Tennis e que tanto se generalizou pelo seu caracter pratico. Os sweaters continuam sendo muito usados e embora se note um certo abuso dos tons em pastel, estes servem de fundo para destacar as côres vivas. Usa-se toda a classe de desenhos: listas horizontaes finas, franjas cortadas ou rectas, diagonaes, perpendiculares, etc... em duas ou três côres: vermelho vivo, cereja, purpura, azues escuros, claros e fortes, amarells, marron, belge, cinzento e seus derivados. Em relação aos desenhos e côres, a variedade é infinita. Têm-se visto como novidade alguns sweaters tecidos em crochet ou em lã delgada, offerecendo o aspecto de uma tela fina. A primavera trará comsigo as novas sêdas ‘chemister’ de listas ou quadros, tão elegantes e praticas. A meia-estação é a época propicia para incentivar o sport, seja porque, fatigados dos dias cinzentos, procurem-se as festas ao ar livre, seja porque, pressentindo o inverno, se faça dissipação de energia e se cuide de aprovisionar luz e oxigênio”. Cf. Revista *P’ra Você*. Edição de 22 de fevereiro de 1930, p. 25.

### 1.3 *Entre a moderna e a recessiva*

Existe um modelo de mulher recorrente nas páginas de *P’ra Você*. Um tipo que se reproduziu entre uma parcela das recifenses e que, talvez por isso, nos faça crer que algumas fotos são da mesma figura: a melindrosa, a moreninha fútil<sup>17</sup> ou a garota dos *Flirtes* e *Cocktails*<sup>18</sup>, que “maltratavam corações masculinos”.

Através das imagens na revista ponderamos que, para além da modernidade que o ano de 1930 nos remete, também é necessário destacar a união de estilos – o moderno já tão mencionado da década de 1920 e o conservador vigente após a quebra da Bolsa de

---

<sup>17</sup> Termo utilizado na segunda edição da revista. Cf. Revista *P’ra Você*. Edição de 01 de março de 1930.

<sup>18</sup> Ambas as palavras são importadas do idioma inglês e significam, em português, respectivamente “flertar” (paquerar) e “coquetel” (misto de bebida alcoólica, suco de frutas e gelo).

Valores de Nova York<sup>19</sup> em 1929. Nas ruas, todos os estilos conviviam e estavam passíveis de ser fotografados: todavia, apenas as combinações “corretas” figuravam no periódico.

Deste modo, as páginas traziam fotografias de “melindrosas modernas”, com uma maquiagem que empalidecia a boca vermelha e as sobrancelhas retiradas na pinça e refeitas a lápis; esse ideário de estilo feminino adivinha principalmente dos vigentes americanismo e francesismo, ou seja, da estreita relação que o Brasil possuía com os Estados Unidos e a França, respectivamente, importando *jazz*, *charleston*, *fox-trot* e estrelas do cinema como Clara Bow, Greta Garbo e Connie.

Para além da maquiagem, a melindrosa se apresentava com um chapéu *cloche*<sup>20</sup>, vestidos tubulares, seios achatados e sapatilhas ou sapatinhos de salto baixo e bicos finos, acompanhados de luvas de qualquer tecido ou comprimento. Os vestidos noturnos com grandes decotes também possuíam franjas de seda ou de vidrilhos e bordados. Outro ponto importante a destacar é que tanto as roupas diurnas quanto as noturnas deixavam os quadris estreitos e camuflados – o que fazia com que as mais audaciosas dispensassem a *lingerie*. Assim, a respeito da indumentária deste período, João Braga menciona:

A adesão ao aspecto tubular das roupas, fossem justas ou amplas; a cintura deslocada para a altura do quadril (a chamada ‘cintura baixa’ ou ‘baixo quadril’); as mangas, quando compridas, criando outros dois tubos; os achatadores de seios (para não evidenciar os seus volumes) e as cintas que exprimiam anulando o volume dos quadris<sup>21</sup>.

Para além da melindrosa havia a mulher elegante que caminhava nas ruas recifenses, como menciona Gilda Chataignier: “estar na moda era ser lady, porém recatada e discreta”<sup>22</sup>; ou seja, ter o estilo que remeta à nobreza sem chamar atenção ou despender tanto para os olhares atentos da sociedade.

---

<sup>19</sup> O Brasil não foi tão atingido economicamente como os próprios Estados Unidos da América e a Europa; todavia, Paris ainda ditava grande parte dos rumos da moda mundial enquanto tentava se reerguer financeiramente dos danos causados pela Primeira Guerra Mundial. Houve ainda a quebra da Bolsa de Valores de Nova York, o que acentuou a recessão econômica e fez com que os grandes nomes parisienses elaborassem, à época, um estilo de moda comedido.

<sup>20</sup> Termo que, em língua francesa, quer dizer “sino”.

<sup>21</sup> BRAGA, 2007, p. 73.

<sup>22</sup> CHATAIGNIER, 2010, p. 117.



clara bow

A palavra "flapper" foi especialmente inventada para ella. Ainda ninguém esqueceu. "Marinheiros em Terra", "As Férias de Clara", "Azas", "Cabelos de Fogo", "Garotas na Farra", etc.

Anita Loos, joven escriptora americana, afirma-nos que os cavalheiros preferem as louras. Mas deve haver engano. Os cavalheiros preferem as ruivas como Clara Bow.

**Transcrição imagem 10:** Clara Bow. "A palavra 'flapper' foi especialmente inventada para ella. Ainda ninguém esqueceu 'Marinheiros em Terra', 'As Férias de Clara', 'Azas', 'Cabelo de Fogo', 'Garotas na Farra', etc. Anita Loos, joven escriptora americana affirma-nos que os cavalheiros preferem as louras. Mas deve haver engano. Os cavalheiros preferem as ruivas como Clara Bow". Cf. Revista *P'ra Você*. Edição de 01 de março de 1930, p. 31.

Por isso, as adeptas a este estilo utilizavam roupas que tinha a cintura ligeiramente subida assim como a saia sutilmente alongada. O *tailleur* de Coco Chanel, conjunto de blazer e saia, era muito utilizado na época, mas os que figuravam em Recife eram frequentemente cópias mais baratas daqueles produzidos em Paris, feitas por costureiras nacionais que há pouco haviam entrado em contato com tal peça de roupa. Em relação a esta moda mais “sisuda”, Chataignier expõe haver “uma observação curiosa: a moda da década de 1930 não agradava às jovens, porque o *look* severo roubava a beleza da juventude”<sup>23</sup>.

Beleza, moda e modernidade são questões interligadas que não podem ser pensadas separadamente no que toca à compreensão de um contexto histórico que atribuía a este sentimento (de beleza) e a esta área cultural (a moda) alguns lugares de afirmação de desenvolvimento social e progresso cultural; acreditava-se que estes aspectos da vida cotidiana serviriam para confirmar a modernidade emergente e rápida que adentrava as ruas da maior cidade nortista de então: o Recife. Ritmos de inovação, desenvolvimento e modernidade que encontravam na moda um lugar de construção de identidade para a mulher recifense e projetava um ideário que amalgamava elementos locais e estrangeiros nesta composição identitária. Este capítulo foi, portanto, uma análise destas relações que permite traçar a intimidade entre feminino, moda e modernidade na capital pernambucana da década de 1930.

---

<sup>23</sup> CHATAIGNIER, 2010, p. 118.

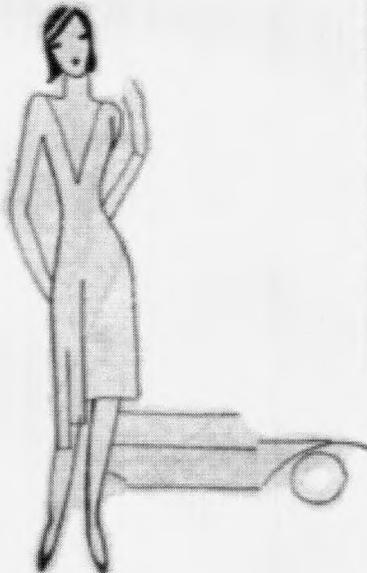


# RUA



---

verificando a lista  
de compras



---

cidade  
—  
praia



Transcrição da imagem 11: Ruas – verificando a lista de compras – cidade – praia.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa monográfica pretendeu abordar as questões a respeito de como o periódico *Revista Imnlustrada P'ra Você*, na cidade do Recife, representou um ideário de beleza e indumentária feminina, ato este que nos permite, ao acessar suas páginas, compreender o contexto da década de 1930 e a conjuntura de “modernidade” que cercava os indivíduos da época, em especial as mulheres. Nesta pesquisa, buscou-se acentuar a problematização acerca dos discursos impetrados pela revista já mencionada, que intentava formar uma mulher voltada para os novos “tempos modernos” – assim dito, lembra-se que o principal alvo destas modificações iniciais seria a aparência.

Nesta monografia, o principal problema investigado teve a ver com a possibilidade de se perceber como na cidade do Recife-PE, na década de 1930, a *Revista P'ra Você* projetou estereótipos do feminino, possibilitando ao pesquisador a compreensão de certas representações acerca da projeção de uma identidade tida como moderna para as mulheres da e na época. Para que o problema mencionado pudesse ser elucidado, observou-se e analisou-se a construção da identidade feminina “moderna” através dos dizeres presentes na revista presentes nas colunas de moda, nas crônicas, nas prosas e poesias e a partir das imagens intrínsecas aos textos escritos na mesma; também problematizamos os usos da indumentária tida como “moderna” e a subjetividade adjacente a tais usos projetada às práticas de “bem vestir” e da “boa aparência” no Recife do período; ainda nesta empreitada, mensurou-se e analisou-se o estereótipo de beleza feminina proposto pelas fontes em questão e, através destas, almejou-se compreender certas mudanças cotidianas e de costumes na cidade do Recife no recorte temporal estabelecido.

Para atender a estas questões, trabalhou-se, no primeiro capítulo, com autores que discutem o referencial de beleza na modernidade, tais como o filósofo Arthur Marwick e o cientista social Georges Vigarello. Extraíu-se das obras destes autores a possibilidade de pensar a relação entre modernidade e beleza feminina vigente no período estudado, sendo que, a partir destas colocações, confrontou-se a noção de beleza idealizada com a realidade apresentada pela e na Revista.

Num segundo momento, abordou-se a importância dos concursos de beleza (especificamente o concurso de *Miss Pernambuco* do ano de 1930) para a imposição de

um padrão perseguido através de uma disputa que reinterava quais as mulheres que estariam “aptas” a serem eleitas como as mais ‘belas’ da cidade, as mais ‘formosas’ e as mais ‘graciosas’ que lá vivia e as que “não estavam”. Como inspiração para o exemplo de beleza digna de concurso estavam as estrelas de cinema que serviam como uma espécie de molde a ser seguido pelas moças “comuns”.

Na parte final deste primeiro capítulo, promoveu-se a discussão a respeito do corpo esbelto. Apesar de esta questão não estar exatamente evidente na Revista, é possível perceber através do cotexto como o corpo magro e esbelto era almejado, visto como ideal; observam-se alguns elementos que comprovaram este discurso, na própria Revista, a exemplo das dicas de beleza e dos conselhos dados às leitoras para que estas mantivessem ou procurassem manter um corpo esbelto.

Já no segundo capítulo, trabalharam-se as representações acerca da moda nos recortes temporal e espacial já anunciados de modo que fosse relevante discutir certas questões relativas às principais ideias de autores que pesquisaram a importância da moda para a sociedade, tais como a historiadora Gilda de Melo e Sousa e o filósofo Gilles Lipovetsky. Através destes autores pode-se perceber que houve uma mudança considerável na indumentária feminina com o advento dos símbolos da modernidade nas terras tupiniquins. A Revista *P'ra Você*, não à toa, se encaixa como uma luva neste momento de modificações tão intensas e justamente por isso tornou-se o objeto de estudo “ideal” para esta pesquisa.

Por conseguinte, no mesmo capítulo, discutiu-se como tais discursos que promulgavam o moderno eram impetrados através de imagens, legendas e textos presentes na Revista; todos estes tipos textuais nos são dados a ler, tal como sugere Chartier, de modo que se entre em conexão com esta escrita de outra época, permitindo-nos adentrar no mundo (projetado) da beleza e da moda na cidade do Recife de 1930.

Dentre essas discussões uma que pareceu bastante interessante foi a constatação da importância que os esportes tiveram na época, sendo mensurados na Revista como expoentes que influenciavam não apenas nas questões físicas do bem vestir, mas inclusive no comportamento cotidiano, tornando-o mais ativo; o próprio ato de vestir é modificado, passando a acompanhar os novos ideários de liberdade física propostos pelos esportes a partir de então.

A vias de encerrar este capítulo, passou-se a investigar os modelos femininos ressaltados pela revista, que, por vezes, e paradoxalmente, tanto se distanciavam quanto se cruzavam mutuamente. Esses modelos foram de suma importância para que

podéssemos compreender como se distinguia a ‘mulher moderna’ da ‘mulher recessiva’, sendo a primeira tida como aquela que acompanhava os discursos pressupostos pela Revista e a segunda como aquela que não se encaixava nos padrões da mesma.

Tudo o que se discutiu no trabalho só foi possível, portanto, através do manuseio e da leitura das páginas da Revista *P'ra Você*, que, por sua vez, possibilitou a elaboração de todas as proposições e problemáticas aqui erigidas. Sem este periódico não teria sido possível discutir tudo o que aqui foi escrito. Esta pesquisa é um abrir de portas para que outros historiadores possam se interessar e, por ventura, pesquisar sobre beleza, moda e modernidade no Brasil, mais especificamente na cidade do Recife e na primeira metade do século XX.

Sendo assim, diante do exposto, espera-se ter atingido todos os objetivos mensurados na introdução desta monografia. No percurso da pesquisa, foi-se percebendo o quão prazeroso é o trabalho com este tipo de temática e de fontes. Espera-se que mais adiante haja a oportunidade para que se explore mais a fundo as fontes aqui levantadas, tendo em vista a riqueza que as mesmas possuem, ao que, espera-se, seja possibilitada a expansão da pesquisa a níveis mais altos de aprofundamento, em pós-graduação como mestrado e doutorado, para que se erijam análises de outras abordagens, de novas problemáticas e de questões mais bem elaboradas no que tange aos enunciados da Revista, enunciados estes que, em seus diversos aspectos, nos põem em contato direto com o universo da beleza e da moda feminina no início do século XX.

## REFERÊNCIAS

### Periódicos Citados:

- Revista *P'ra Você*. Edição de 22 de fevereiro de 1930;
- Revista *P'ra Você*. Edição de 01 de março de 1930;
- Revista *P'ra Você*. Edição de 08 de março de 1930;
- Revista *P'ra Você*. Edição de 15 de março de 1930;
- Revista *P'ra Você*. Edição de 05 de maio de 1930.

### Sites da Internet:

- *Anos Loucos web blog*: <http://anosloucos.blogspot.com.br/p/sobre-os-anos-loucos.html>. Acesso em: 25/03/2014;
- *Fernando Machado web blog*: <http://fernandomachado.blog.br/miss-pernambuco-de-1930/>. Acesso em: 25/03/2014;
- *Wikipedia web site*: [http://pt.wikipedia.org/wiki/It\\_girl](http://pt.wikipedia.org/wiki/It_girl). Acesso em: 26/03/2014;
- *Wikitionary web site*: <http://pt.wiktionary.org/wiki/vedete>. Acesso em: 23/03/2014.

### Bibliografia:

ABREU, Karen Cristina Kraemer & BAPTISTA, Íria Catarina Queiróz. “A História das Revistas no Brasil: um olhar sobre o segmentado mercado editorial”. In: BIBLIOTECA Online de Ciências da Comunicação *web site*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/baptista-iria-abreu-karen-a-historia-das-revistas-no-brasil.pdf>. Acesso em: 22/01/2014.

ARANHA, Gervácio Batista. *Trem, Modernidade e Imaginário na Paraíba e Região: tramas político-econômicas e práticas culturais (1880-1925)*. Campinas, SP: Universidade Estadual de Campinas, Tese de Doutorado em História, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida Para Consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BENJAMIN, Walter. *Passagens*. São Paulo. Editora IMESP. 2006.

BERRAL, Roberval Santiago. *A Cidade do Recife à Luz da Fotografia*. Campina Grande, PB: Editora da Universidade Federal de Campina Grande, 2009.

BRAGA, João. *História da Moda: uma narrativa*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007.

BURKE, Peter. “Abertura: a nova história, seu passado e seu futuro”. In: *A Escrita da História: novas perspectivas*. São Paulo: Editora UNESP, 1992, pp. 07-38.

BURKE, Peter. *O que é História Cultural?*. Tradução: Sérgio Goes de Paula. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

CERTEAU, Michel de. *A Invenção do Cotidiano*. Tradução: Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994 [Vol. 1: *Artes de Fazer*].

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

CHATIER, Roger. *A História Cultural: entre práticas e representações*. Tradução: Maria Manuela Galhardo. Lisboa: DIFEL, 1990 / Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1994.

COSTA, Maria Clélia Lustosa. “Discurso Médico-Higienista e Ordem Urbana”. In: ANAIS do XIII Simpósio Nacional de Geografia Urbana. Rio de Janeiro: Editora da UERJ, 2013.

CRANE, Diana. *A Moda e seu Papel Social: classe, gênero e identidade das roupas*. 2ª edição. Tradução: Cristiana Coimbra. São Paulo: Editora SENAC, 2006.

D'INCAO, Maria Ângela. “Mulher e Família Burguesa”. In: DEL PRIORI, Mary (org). *Historia das Mulheres no Brasil*. 10ª edição. São Paulo: Companhia das letras, 2011.

DEL PRIORI, Mary. *Corpo a Corpo com a Mulher: pequena historia das transformações do corpo feminino no Brasil*. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

ECO, Umberto. *Historia da Beleza*. 2ª edição. Tradução: Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Editora Record, 2010.

ERNER, Guillaume. *Vitimas da Moda? Como a criamos, porque a seguimos*. Tradução: Eric Roland René Heneault. São Paulo: Editora SENAC, 2005.

FARIA, Teresa Peixoto & POHLMANN, Maria Alice R. O. “Discurso Higienista na Construção da Cidade Moderna: o papel da revista ‘A-Aurora-Lettras-Artes-Sciências’”. In: ANAIS do X Encontro Nacional da Anpur. Belo Horizonte, 2003, pp. 01-16.

FOGG, Marnie. *Tudo sobre Moda*. Tradução: Débora Chaves, Fernanda Abreu & Ivo Korytowksi. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

FREYRE, Gilberto. *Modos de Homem e Modas de Mulher*. Rio de Janeiro: Editora Record, 1986.

GINZBURG, Carlo. “Sinais: raízes de um paradigma indiciário” In: *Mitos, Emblemas, Sinais: morfologia e história*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

HOMEM DE MELO, Chico & RAMOS, Elaine (orgs.). *Linha do Tempo do Design Gráfico no Brasil*. São Paulo: Cosacnaify, 2012.

HUNT, Lynn. “Apresentação: história, cultura e texto”. In: HUNT, Lynn (org.). *A Nova História Cultural*. Tradução: Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1992, pp. 01-32.

LIPOVETSKY, Gilles. *Os Tempos Hipermodernos*. Tradução: Mário Vilela. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles. *O Luxo Eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MARWICK, Arthur. *Uma História da Beleza Humana*. Tradução: Luiz A. de Araújo. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

MELO E SOUSA, Gilda de. *O Espírito das Roupas: a moda no século dezenove*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

MENDONÇA, Luís Carvalheira de. *Recife Mascate: a aventura empreendedora lusa na primeira metade do século XX*. Rio de Janeiro: Garamond, 2011.

MOREIRA, Fernando Diniz. “A Construção de uma Cidade Moderna: Recife (1909-1930)”. In: ANAIS dos *Encontros Nacionais da Anpur*. Disponível em: <http://www.anpur.org.br/revista/rbeur/index.php/anais/article/view/1643/1617>. Acesso em: 17 de agosto de 2013.

MORIN, Edgar. *As Estrelas: mito e sedução no cinema*. Tradução: Luciano Trigo. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

OLIVEIRA, Iranílson Buriti de. *A Construção de Conceitos de Família no Recife Moderno (décadas de 20 e 30)*. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, Tese de Doutorado em História, 2002.

PANDOLFI, Dulce Chaves. “Os Anos 30: as incertezas do regime”. In: ANAIS do *XXII Simpósio Nacional de História*. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2003, pp. 01-07.

PERROT, Michelle. *Os Excluídos da História: operários, mulheres, prisioneiros*. Tradução: Denise Bottmann. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988. [*Seleção de textos de Stella Bresciani*].

PESAVENTO, Sandra Jatahy. *História e História Cultural*. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2005.

SALLES, Manon. “‘As Tramas do Café com Leite’: indumentária de paulistas e mineiros (1890-1930)”. In: *CONEXÃO Moda Website*. **Disponível em:** <http://conexaomoda.files.wordpress.com/2010/05/indumentaria-de-paulistas-e-mineiros-1890-1930.pdf>. **Acesso em:** 12 de setembro de 2013.

SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. *Corpos de Passagem: ensaios sobre a subjetividade contemporânea*. São Paulo: Editora Estação Liberdade, 2001.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. “A Teoria do *Habitus* em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea”. In: *Revista Brasileira de Educação*. Rio de Janeiro, nº 20 de Maio/Junho/Julho/Agosto de 2002, pp. 60-154.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. “A Moda como Prática Cultural em Pierre Bourdieu”. In: *LARA: revista de moda, cultura e arte*. São Paulo, vol. 01, nº 01 de abril a agosto de 2008, pp. 119-141.

VIGARELLO, Georges. *Historia de la Belleza: el cuerpo y el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta nuestros días*. Tradução: Heder Cardoso. Buenos Aires: Editora Nueva Visión, 2009.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura*. Tradução: Lólio Lourenço de Oliveira. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1992.