

## **A moda e a beleza ditada pela revista *careta*: ser mulher no universo burguês (década de 1920)**

Douglas Josiel Voks (UDESC)  
Luana da Silva (UDESC)

### **Introdução**

Falar sobre moda, não significa necessariamente falar sobre roupas. Pode-se tratar desse assunto sem entrar nas especificidades sobre uma determinada vestimenta, isso por que segundo Luciana Andrzejewski (2012, p.1), a moda possui um sentido mais amplo, apresentando determinados comportamentos e identidades. Assim, quando pensamos na moda feminina no início do século XX no Brasil, não estamos pensando apenas em tecidos, cortes ou modelos, mas sim, em comportamentos que criavam relações sociais, hábitos e principalmente identidades ligadas a uma nova ordem – a ordem burguesa.

Foi com o início da República no Brasil e a implantação dessa ordem que levou uma parcela significativa da elite carioca ter tido sonhos e desejos de transformações sociais. Iniciando-se um intenso processo de modificações, que no universo feminino podemos destacar os novos comportamentos dentro da família, que passou a seguir os padrões da família nuclear burguesa; novas sociabilizações para as mulheres nos espaços públicos; além de novos modelos de beleza e comportamentos. Nesse sentido, pretendia-se acima de tudo transformar os indivíduos, para que esses fossem adequados a uma nova lógica comportamental.

Mais do que gestos delicados e atitudes comedidas, esperava-se das mulheres burguesas beleza e “bom gosto”. Essa beleza não era transmitida apenas pela forma física, mas principalmente pela roupa. A roupa sempre marca, representa ou comunica algo. Através da moda, podemos compreender sentidos, significados, dispositivos de hierarquia e poder, além de compreender uma linguagem específica de uma determinada sociedade (ANDRZEJEWSKI, 2012, p.1).

A revista *Careta* foi fundamental para a consolidação dessa nova ordem e para a criação e divulgação desses novos padrões, pois por ser um periódico de grande circulação nacional e vendagem, representou e incutiu valores para os

indivíduos, mostrando tudo que uma mulher deveria ser na forma de se portar e vestir, além de representar um modelo de beleza feminina. Nesse sentido, a revista tinha o propósito de levar informação, novidades e comportamentos para uma classe que desejava ser moderna e civilizada. Com a *Careta*, o seu fundador, o tipógrafo Jorge Schimidt trouxe um novo modelo editorial para o Brasil, inaugurando em 1908 uma revista semanal com um ousado *design*, mas, sobre tudo, uma ousada proposta: transformar por meio de ideias e representações a sociedade brasileira. Em 1919, a revista possuía um pouco mais de dez anos de existência e, caracterizou-se como uma das publicações de variedades de maior projeção social e abrangência nacional.

A revista *Careta* possuía uma apresentação visual extremamente requintada e de acabamento mais refinado, apresentando uma temática voltada ao progresso urbano e ao cosmopolitismo, defendendo a concepção *art-nouveau* como padrão gráfico indispensável durante o apogeu da *Belle Époque*. Era um modelo muito peculiar das revistas ilustradas e extraído de grandes revistas europeias. Essa transferência de modelo editorial pode ser entendida como a inserção de um modismo que reiterava a tradição do país de transplantes precipitados e por vezes anacrônicos - reforçando o caráter de busca de nossa modernidade por meio de fantasias, miragens e sonhos e não da realidade social (ZANON, 2009, p. 226).

Para alguns membros da elite carioca e consumidores da *Careta*, o que se buscava era uma sociedade europeizada. Nesse sentido a revista serviu como um espelho, refletindo os desejáveis padrões comportamentais, políticos, culturais e sociais. Em suas páginas através de representações e discursos a revista tentou criar formas de sociabilização elegantes que eram almejadas por alguns indivíduos abastados, ou seja, ela imprimia em suas edições um estilo de vida que se tentou implantar no Brasil.

Se a revista *Careta* pode ser vista como um espelho do seu tempo, devemos ressaltar que é um espelho com alguns desfoques, pois, para além de apresentar determinados fatos históricos, ela esboça também certas práticas que não eram características da sociedade carioca, mas que representavam as expectativas das camadas abastadas. Além disto, a *Careta* serve como uma excelente fonte

documental, já que ela foi um meio de comunicação que soube adaptar-se ao seu tempo - um tempo de grandes modernizações.

Desta feita, escolhemos a *Careta*, pois utilizar revistas na pesquisa histórica possibilita um conjunto de fontes diversificadas, já que nesses meios de comunicação impressos encontramos diversas representações e discursos que ajudam a compreender as relações sociais do período estudado. Isso porque, segundo Nucia de Oliveira (2007, p. 298), as revistas, ao colocarem determinados textos e imagens em destaque, estão evidenciando alguns dos modelos da sociedade na qual estão inseridas, e também da qual, elas próprias são produto.

Nessa perspectiva, ao utilizarmos a revista *Careta* como uma representação, podemos nos valer do conceito de representação de Roger Chartier (1990, p.20). Para o autor esse conceito deve ser entendido como um “instrumento de um conhecimento mediador que faz ver um objeto ausente através da substituição por uma imagem capaz de reconstituí-lo em memória e de figurá-lo como ele é”. As representações do mundo social são sempre determinadas pelos interesses de um grupo que as forja; desta forma, a investigação sobre essas representações supõe-nas como estando sempre em um campo de concorrências e de competições cujos desafios se enunciam em termos de poder e de dominação (Ibid, p. 17).

Neste trabalho, buscamos compreender a importância da revista *Careta* na construção e conservação de determinados comportamentos burgueses, principalmente os ligados a moda e a beleza feminina, pois estes servem para nos mostrar quais características e comportamentos eram esperados de uma mulher. Desta feita, compreendemos a revista como um mecanismo que projetou comportamentos e desejos para uma sociedade, os quais construíram e reiteraram diversos estereótipos sobre as mulheres.

Esse trabalho segue uma linha Foucaultiana, pois acreditamos que os sujeitos são construídos social e historicamente pelas práticas que os rodeiam. Nessa perspectiva, compreendemos a história como o resultado de interpretações e de representações, que têm, como fundo relações de poder. E o modo mais eficaz para se desconstruir práticas e vivências que parecem imutáveis e que sempre foram dadas como naturais, é demonstrar como esse algo se produziu e foi construído (COLLING, 2004, p.14). Quando concordamos que a revista *Careta*

serviu como um mecanismo que ajudou a moldar modelos e padrões comportamentais que levaram a submissão feminina, podemos criar o que Foucault chamou de “fraturas do presente”, pois, se algo não foi sempre assim, nada determina que assim se conserve.

### **As mulheres na *Belle Époque* brasileira**

A instauração da República em 1889 trouxe várias preocupações para as elites políticas e dirigentes do país. Preocupados com o rumo do Brasil e na ânsia em transformar a sociedade, buscou-se com muito esforço desvincular a imagem do Império com a da República que estava surgindo. O foco principal dessas mudanças foi a cidade do Rio de Janeiro, pois está era a capital do país e serviria de molde e exemplo para outras cidades.

Em um grande projeto, tentou-se mudar a estrutura espacial, social e comportamental da população. Era um projeto que visava a modernização e sobre tudo acabar com a imagem de um país “atrasado” e “incivilizado”. Foi através desse intenso processo de “modernização” que se iniciou a famosa fase da *Belle Époque*, a qual estabeleceu as condições para uma vida “urbana elegante” (NEEDELL, 1993, p. 39). O que se pretendia era uma ampla urbanização da cidade do Rio de Janeiro, sendo que ser urbano era sinônimo de ser civilizado, e ser civilizado era sinônimo de ter hábitos europeus, em especial os franceses. Seria a França o espelho dessas transformações cariocas, trazendo para as terras tropicais estilos de vida, hábitos e comportamentos europeus.

Pereira Passos, o então prefeito do Rio de Janeiro, foi um dos principais responsáveis pelas mudanças. As ruas cariocas tinham terrenos irregulares, a sujeira predominava, e a falta de saneamento era um problema. E com a falta de uma política de higiene a cidade também tornou-se foco de epidemias, tais como, varíola, malária e tuberculose. (CHALHOUB, 1996) Desta feita, inspirado nos moldes franceses, Pereira Passos implantou uma reforma que consagrou este modelo de cidade almejada pelas elites. O famoso “bota baixo” de Passos, demoliu prédios antigos e cortiços, expulsou as classes menos favorecidas das regiões centrais e, além disto, diversos hábitos e costumes passaram a ser vistos como “bárbaros” e

“incultos”. Interferindo assim, diretamente na vida dos indivíduos das camadas populares num esquadramento social, definindo os espaços específicos para cada classe social.

Essa região central do Rio de Janeiro passou a ser um lugar limpo com ruas largas e prédios com arquitetura moderna, tornando-se um espaço destinado para a sociabilização das elites. A inauguração da Avenida Central em 1905 se constituiu em um marco, pois se mudou a noção que se tinha das ruas como de um lugar ameaçador aos valores morais da família para o espaço de exercício da civilidade almejada pelos republicanos, promovendo a interação social entre as classes mais abastadas através dos seus passeios públicos (AZEVEDO apud ARAÚJO, 2006, pp. 229, 230). Além disto, a Avenida Central transformou-se em um espaço europeu e elitista, um espaço para poucos e que marcava e permitia a existência e a convivência de posições privilegiadas, que reforçavam a hierarquia e o controle social (ANDRZEJEWSKI, 2012, p. 6).

A Avenida Central tornou-se um *boulevard* tropical, um lugar de socialização, compras, ditames da moda e costumes. A moda tinha o seu espaço na Avenida Central e tal fato, tinha destaque nas revistas ilustradas, entre elas a *Careta*. Segundo Nicolau Sevcenko (1999, p.31), “O importante agora é ser *chic* ou *smart* conforme a procedência do tecido ou modelo”. O homem abandonava então, as roupas escuras, pesadas e as cartolas, que segundo Sevcenko eram símbolos do Império, dando espaço a moda mais leve e fina, com tecidos claros, e chapéus de palha, que lhe atribuía um ar democrático e a inserção no modelo estabelecido por essa fase brasileira. A moda feminina também passou por um processo de adaptação. Os tecidos passaram a ser mais leves, com modelos *chics* e finos que não lembravam em nada o modelo imperial. As revistas ilustradas serviam para apresentar este novo modelo de consumo, e também construir o universo simbólico que enfatizava a norma burguesa vigente.

Era muito comum encontrar nas páginas da revista *Careta* fotografias de mulheres desacompanhadas da figura masculina fazendo seus passeios por esta avenida. Porém, isso não significava que eram mulheres livres ou



Revista Careta, 1922. Edição 711

independentes, pois mesmo sem a presença masculina elas continuavam vigiadas e tuteladas. Na fotografia ao lado temos um exemplo. Essas mulheres desde o início da publicação da *Careta* foram retratadas em suas colunas sociais andando pelos *boulevards* do Rio de Janeiro. Tais colunas serviam não apenas como um “retrato” de um grupo, mas também demonstravam as transformações urbanísticas e sociais ocorridas pela intensificação da *Belle Époque*.

A revista não tinha apenas a função de sociabilização de costumes e práticas culturais, tinha também a função de qualificar quem poderia ser representado em suas páginas. A Avenida Central se transformou em um espaço fundamental, no qual o “mostrar” havia se tornado uma prática válida na configuração política, econômica, cultura e principalmente social. Isso demonstra que a moda agia diretamente nos comportamentos sociais, direcionando as mudanças nos indivíduos, nos grupos e nas relações sociais. Servindo como um forte elemento para a concretização de um projeto civilizador que pretendia o controle, a disciplina e a hierarquização da sociedade (ANDRZEJEWSKI, 2012, p. 3).

Essas inovações culturais e tecnológicas ocorridas no início do século XX no Brasil afetaram igualmente tanto as mulheres quanto os homens. As mulheres das classes abastadas além de frequentarem as casas de chá ou teatros, também passaram a dirigir carros e irem sozinhas ao cinema. Recebendo desse modo, toda influência de atitudes e comportamentos das mulheres europeias e norte-americanas, influenciando assim os seus modos de pensar e agir. Os filmes retratavam as mulheres como jovens trabalhadoras independentes heroínas modernas, e ao mesmo tempo sexualmente sedutoras. Desta forma, o cinema ajudava as mulheres da elite a adquirirem novas ideias e aspirações, fugindo assim do confinamento doméstico. (HAHNER, 2003, p. 248).

Porém, essas mudanças sociais, não modificaram as relações familiares dentro de casa, o marido permanecia como chefe da família. O código civil Republicano de 1916 reconhecia e legitimava os privilégios e a supremacia masculina, (HAHNER, 2003, p.191). Além disto, o discurso médico e religioso também estabeleciam uma forma de controle e disciplina social, no qual colocavam as mulheres em uma situação de inferioridade.

A mulher da norma familiar burguesa tinha um modelo ideal. Ela deveria ser bela, com aparência saudável - isto implicava em ser magra-, mãe, mulher do lar, capaz de dar uma boa educação para os filhos e por fim ser requintada para os lugares de sociabilidade. De acordo com Fabiana Francisca Macena (2010), a imprensa no período se modificou, adequando-se as novas tecnologias e a sociedade do novo século, e teve papel fundamental para vigiar, controlar e ditar padrões para toda a sociedade. A revista *Careta* é um exemplo disso, visto que dava espaço para as mulheres da elite se identificar na revista nos passeios feitos nas praças e *boulevards*, mas, no entanto, controlava as atitudes e direcionava para determinados comportamentos.

### **A moda nas páginas da revista *Careta***

Ao longo da década analisada, encontramos diversas propagandas, fotografias, representações, textos e crônicas que traziam como tema central as mulheres. Mas está não era uma revista feminina, muito menos uma revista escrita por mulheres. O que se configura em um elemento de estranhamento, já que era uma revista que ditava tendências sobre moda e beleza feminina, mas que não levava em conta a sua opinião. Eram discursos e representações de homens sobre as mulheres.

Na grande maioria esses discursos eram estereotipados e colocavam as mulheres em situações de inferioridade ou dependência. Para Foucault (2002, p.8-9), em toda sociedade a produção do discurso é controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e dominar seu acontecimento aleatório. O autor questiona também, quem é que pode fazer o discurso, pois ninguém entrará na ordem do discurso se não satisfazer a certas exigências ou se não for qualificado para fazê-lo. E por mais que o discurso seja aparentemente pouca coisa, as interdições que o atingem revelam logo, rapidamente sua ligação com o desejo e com o poder, Foucault (2002, p.32) aponta ainda que o discurso não é simplesmente aquilo que manifesta o desejo, é também, aquilo que é o objeto de desejo.

No discurso da época, representado pela imprensa, as mulheres eram retratadas como frágeis, submissas e carentes de proteção. Na *Careta* a mulher era representada como um “instrumento” da casa, que não deveria ou não conseguiria administrá-la sozinha mais do que isso. Era retratada como uma incapacitada em relação ao homem, tanto no mercado de trabalho, como socialmente. E muito embora essas colunas sociais apresentassem as mulheres caminhando sozinhas pelas ruas, usando vestidos que mostravam as canelas, cabelos curtos e passando certa ideia de independência, elas continuavam submissas ao homem.

Em uma charge publicada em 1927 encontramos a representação de uma mulher tida como “moderna”. A mulher ilustrada nessa charge nos mostra a libertação do corpo feminino, isso por que nesse período a moda havia mudado completamente. As roupas se tornaram mais simples e leves, curtas e confortáveis, mas sem perder a elegância e o bom gosto que era esperado pelas classes mais abastadas. A charge de forma indireta fazia uma crítica a esses novos modelos, isso por que, essa forma de se vestir indicava um comportamento mais ousado e liberal para época, bem diferente do estilo conservador defendido pela revista.



Revista Careta, 1927. Edição 998

#### **Legenda da Imagem**

*Essas modas...*

- *Que é que está olhando?*
- *Nada. Estou pensando em inventar umas saias de elástico.*

Essas roupas mais curtas e decotadas ofereciam um maior movimento dos braços e pernas, demonstrando certa desinibição. E, por isso, em grande medida, essas mulheres eram criticadas pela opinião pública masculina e por mulheres que não seguiam essas tendências. Porém, nessa representação o que se percebe é uma inibição dessa mulher com os olhares do personagem masculino - buscando esconder as suas pernas puxando o vestido para baixo, levando a crer que essa mulher seguia uma moda, mas que não estava confortável com ela.

Essa charge nos mostra através das roupas a representação de uma mulher emancipada, isso por que no início do século XX poderíamos encontrar muitas



mulheres com uma visão mais liberal da sociedade em que viviam e que usavam vestidos mais curtos, retos e ajustados, cabelos curtos rentes à cabeça, pintavam os lábios com *rouge* vermelho e seguravam uma cigarrilha entre dedos de unhas vermelhas.

Essas mulheres fugiam aos padrões tradicionais, e por isso foram fortemente criticadas e combatidas pela *Careta*, pois não se encaixavam nos padrões comportamentais socialmente impostos e lutavam pela sua independência. O seu visual e a forma de se vestir mais ousado e diferenciado das demais mulheres criava uma identidade de transgressão e questionamento da estruturação social.

Na década de 1920 a moda possibilitou para as mulheres uma liberdade nos gestos. Longe dos espartilhos ou dos vestidos cheio de camadas e dos cabelos e penteados exuberantes, a moda feminina passou a ter as qualidades da moda masculina: o conforto e a possibilidade de maiores movimentos, possibilitando assim uma série de atividades que eram restringidas por um vestuário incômodo. Desta feita, as mulheres não ganharam apenas uma nova linha para se vestir, mas também uma nova personalidade (RODRIGUES, 1998, p. 1995).

Esse visual que fugia do tradicional e evidenciava um novo comportamento feminino era criticado e questionado não apenas em charges, mas também em crônicas. Abaixo, trouxemos um pequeno fragmento de um texto intitulado *A mulher, a beleza e a mentira*, assinado por Berilo Neves e publicado em 1928.

[...] as sobrancelhas são pintadas a carvão, e as pálpebras se engrossam com uma tinta negra que daria para ensombrear a mais clara manhã do mundo. Nada tem de si mesmas, porque tudo que tem é artificial e fingido. O desgraçado que desposa uma das mulheres desse gênero não há de reconhecê-la quando a vir na intimidade, porque, desde a cor da face e o brilho dos olhos até a sensibilidade do coração e as virtudes da alma é tudo falso, fingido, fictício como no cinema. O primeiro engano que a mulher moderna nos impinge é o da sua beleza, o último,, quem saberá dizer? (Revista *Careta*, 1928. Edição 1024).

A referida mulher moderna descrita nesse texto, era aquela que usava maquiagens fortes e possuía o mesmo estilo de se vestir da mulher representada na charge anterior. Essas mulheres eram constantemente desqualificadas pela revista, pois eram mulheres influenciadas por feministas, pelos filmes americanos, pela literatura estrangeira e que desejavam mais do que ser mãe e donas de casa. Eram

mulheres que buscavam a sua independência através do mercado de trabalho e lutavam pelo voto e pela participação feminina na política, enfim, eram tudo aquilo que a *Careta* repudiava para uma mulher, pois não era o modelo ideal de mulher burguesa.

## **Conclusão**

Ao longo da década de 1920 percebemos que a moda se transformou em um importante meio de comunicação, o qual trazia para o cenário público elementos de uma “modernidade”. Não foram apenas as reformas urbanísticas que conferiram a cidade do Rio de Janeiro novas formas de sociabilizações. A moda nesse período serviu como um elemento sociabilizador, qualificando e distinguindo modelos de comportamento. A revista *Careta* ajudou através de suas colunas a levar essas novas sociabilizações para um patamar de elegância e glamour, no qual as grandes avenidas e *bulevares* transformaram-se em passarelas para o desfile não só de tendências, mas também de identidades.

As páginas da revista *Careta* buscavam colocar os seus leitores a par dos últimos gritos da moda nas mais diversas esferas sociais. Além de promover hábitos e formas de se estar mais “chique” e elegante. Hoje essas mesmas páginas nos revelam uma regularidade de noções, valores, usos e hábitos de um período que nos permite analisar através da moda a vida cotidiana e a implantação de novos hábitos e costumes, além de determinados comportamentos combatidos.

Além disto, podemos perceber a revista *Careta* representando um eterno paradoxo da modernidade, pois sempre que se busca algo novo e tido como moderno se critica a modernidade na forma de sociabilizações. No entanto, José de Souza Martins (2008, p.18) aponta que o tema da modernidade está profundamente comprometido com o do progresso. Para o autor a “modernidade não está apenas na coleção de signos do moderno que atravessam diferentes modos de vida. A modernidade é uma realidade social e cultural produzida pela consciência da transitoriedade do novo e do atual”.

## **Referências bibliográficas.**

ANDRZEJEWSKI, Luciana. A moda como história. *Revista Eletrônica do arquivo público do estado de São Paulo*, n. 53, Abr. 2012.

AZEVEDO, Nara; FERREIRA, Luiz Otávio. Modernização, políticas públicas e sistema de gênero no Brasil: educação e profissionalização feminina entre as décadas de 1920 e 1940. *Cadernos Pagu*. Junho/Dezembro. 2006

BITTONI, Dulcília Schroeder. *Mulher de Papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira*. São Paulo: Summus, 2009.

CHARTIER, Roger. *A História Cultural: entre práticas e representações*. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1990.

COLLING, Ana. A construção histórica do feminino e masculino. In: STREY, M; CABEDA, S (org) *Gênero e Cultura: questões contemporâneas*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.  
\_\_\_\_\_. *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

HÄHNER, June Edith. *Emancipação do sexo feminino: a luta pelos direitos da mulher no Brasil 1850/ 1940*. Florianópolis: Mulheres, 2003.

MACHADO JUNIOR, Cláudio de Sá. *Fotografias e Códigos Culturais: representações da sociabilidade carioca pelas imagens da revista Careta (1919-1922)*. 2006. Dissertação (Mestrado em História). Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Programa de Pós-Graduação em História, Porto Alegre.

NEEDEL, Jeffrey D. *Belle Époque tropical: sociedade e cultura de elite no Rio de Janeiro na virada do século*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

OLIVEIRA, Nucia Alexandra Silva de. A beleza que se compra... O gênero que se constrói: uma análise de anúncios publicitários de produtos de beleza para homens e mulheres (1950-1980). In: BERETA, S; ASSIS, G; KAMITA, A (Org) *Gênero em Movimento: Novos Olhares, Muitos Lugares*. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2007.

RODRIGUES, Wagner. Moda e "elites" nos anos 20. *Sociologia*, Lisboa, n. 5, 1988.

ZANON, Maria Cecilia. A sociedade carioca da Belle Époque nas páginas do fonfon!. *Revista Patrimônio e Memória*, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 226, jun. 2009.