



Doi: 10.4025/7cih.pphuem.1286

## UM OLHAR SOBRE MODA E MODERNIDADE NAS CARICATURAS DE BELMONTE (1924-1927)

Marissa Gorberg  
(Doutoranda no CPDOC/FGV)

### Resumo

O presente trabalho visa à investigação das caricaturas de Belmonte que têm a moda como tema, publicadas nas revistas cariocas *Frou-Frou* e *Careta* entre 1923 e 1927. A análise dessas representações é capaz de oferecer valorosa contribuição para o entendimento de práticas sociais e escolhas vestimentais de feição burguesa na então capital metropolitana do país. Pretendemos propor uma reflexão sobre mudanças da indumentária, do arquétipo feminino e das relações de gênero, num período de disseminação da cultura das aparências e do fomento à estetização da vida cotidiana, em pleno curso da modernidade urbana.

Como recurso metodológico, pretendemos seguir o caminho trilhado pelo sociólogo Georg Simmel, cuja obra, na virada dos séculos XIX-XX, tratou de forma pioneira temas decorrentes da vida cidadina. No que tange especificamente à moda no Rio de Janeiro, nos remetemos à visão do historiador americano Jeffrey Needell, que em seu livro *Belle Époque Tropical* (1993) desenvolve densa reflexão sobre o contexto histórico-socio-cultural no qual as elites brasileiras exerciam escolhas e traçavam diretrizes para suas ações.

As caricaturas de Belmonte revelam-se uma expressão de linguagem capaz de sentir e perceber a sociedade, contribuindo para o entendimento de algumas das suas faces; o recurso gráfico informa as transformações formais da moda e do lugar da mulher na sociedade, permitindo o exame de ações distintivas e inclusivas, estratégias para auto-afirmação, aprovação ou até mesmo para alargamento de fronteiras morais, em meio a mudanças de valores, convenções e desejos na segunda década do século XX.

**Palavras-chave:** Belmonte; moda; modernidade; caricaturas.

### Introdução

Nos anos 1920, numa era pré-rádio, pré-televisão, as revistas ilustradas cumpriam o papel de veículo de comunicação por excelência, num período formativo das sociedades de massa. Valendo-se de novas técnicas de impressão como o uso de cores, a disseminação das fotografias, ilustrações em anúncios (muitas vezes de página

inteira), charges e caricaturas, as chamadas “revistas de variedade” tornaram-se extremamente atraentes, alcançando um considerável público leitor, com ampla distribuição e circulação, gozando um status privilegiado aliado à boa recepção de seu conteúdo.

Nelas, as charges e caricaturas ocupavam posição de destaque entre a malha editorial e transmitiam sua mensagem valendo-se de acontecimentos corriqueiros como foco de seu comentário. Marcadas pela irreverência e pelo riso como estratégia lúdica de comunicação, as caricaturas eram capazes de chamar atenção para fatos ou traços específicos de seus personagens, esboçando uma nova visão da cidade e de seus habitantes.

Os caricaturistas assumiam o posto de formadores da opinião pública da época, abordando assuntos que faziam parte da vida cotidiana dos leitores; a grande repercussão e aceitação que suas obras geravam provavelmente derivava do reconhecimento, pelos receptores, das questões e situações ancoradas no papel. As caricaturas de Belmonte publicadas no período que constitui o recorte histórico visado por essa pesquisa se alinhavam a esse contexto; o artista foi capaz de dar vazão a criações que tipificam o humor característico das revistas ilustradas dos anos 1920, deixando sua marca entre o grupo de humoristas que se notabilizaram por suas criações ancoradas nesses veículos, tais como J. Carlos, Raul Pederneiras, Storni, apenas para citar alguns.

Como instrumento de comunicação dirigido para as elites, essas publicações se revelavam um objeto privilegiado para a construção de sua imagem e de sua autoafirmação. Nas páginas das revistas *Careta* e *Frou-Frou*, as caricaturas de Belmonte encontravam um locus singular para a abordagem do estilo de vida mundano, acrescidas pela expressão de sua forma crítica de apreensão do real. Suas obras espelhavam ambientes, tipos, rituais e conflitos, em situações cômicas dotadas de alta carga simbólica e potencial reflexivo. Observador atento de uma época e de uma sociedade, Belmonte dirigiu sua atenção a uma série de temas – entre eles, com destaque, a moda utilizada pela elite burguesa e cosmopolita no Rio de Janeiro durante os 1920.

Nesse sentido, há uma quantidade expressiva de caricaturas que versam especificamente sobre vestuário; a análise desse conjunto gráfico revela-se um prisma fecundo que permite entrever as alterações formais da indumentária, os modos e modas adotados nas metrópoles brasileiras em formação, e o conjunto de reações da sociedade face às transformações vertiginosas que ocorriam nas duas primeiras décadas do século

XX, mudanças que encontravam ressonâncias na forma de vestir e se portar. Do cabelo à maquiagem, dos tecidos à configuração das peças, dos decotes femininos ao casaco de pele usado em clima tropical – o artista evidencia detalhes que – como não utilizar o trocadilho – são pano de fundo para tratar de outras questões.

Símbolos consagrados da moda vigente nos anos 1920 estão presentes: o vestido tubular confortável e soltinho, o chapéu-cloche, a maquiagem demarcada em olhos e boca, os colares compridos, de pérolas, os cabelos à la garçonne. Não obstante, nas caricaturas de Belmonte, os personagens “melindrosa” e “almofadinha” protagonizam situações em que a moda torna-se verdadeira agenciadora de um *modus vivendi* questionado implicitamente pelo artista através do humor; a indumentária, nesse caso, é o ponto de partida para análises sobre as relações sociais, os valores que permeavam aquela sociedade, o impacto causado por cada novidade disseminada pelas revistas, pelo cinema, pela matriz estrangeira que determinava os padrões vigentes de gosto e de vestimenta. Outrossim, detalhes pormenorizados sobre a moda brasileira no período são abordados, como o uso de calças Oxford masculinas, o comprimento das meias-calças femininas, a valorização do corpo e a possibilidade de sua exibição sem o pudor dos tempos coloniais, a androginia e o intercâmbio de peças do guarda-roupa masculino e feminino, estreitando a diferença de formas que guardavam o conjunto vestimental dedicado a um e outro gêneros.

### **Moda, fenômeno urbano**

Como recurso metodológico, pretendemos seguir o caminho trilhado pelo sociólogo alemão Georg Simmel, cuja obra, elaborada na virada dos séculos XIX-XX inaugurou uma matriz de pensamento sobre a modernidade e as relações entre indivíduo e sociedade. Numa abordagem fundacional, Simmel investigou as conexões entre cidade, moda, cultura objetiva e individualismo, observando o espaço público como palco das interações sociais e as implicações da vivência metropolitana sobre a dimensão psicológica individual dos seus habitantes.

No que tange especificamente à moda no Rio de Janeiro, então capital da República, nos remetemos à visão do historiador americano Jeffrey Needell, que em seu livro *Belle Époque Tropical* (1993) desenvolve densa reflexão sobre o contexto histórico-socio-cultural no qual as elites brasileiras exerciam escolhas e traçavam diretrizes para suas ações. Needell ressalta as relações de caráter neocolonial entre o Brasil e países centrais do hemisfério norte, em meio à emergência de um mercado global durante o

ápice do Imperialismo europeu. O estreitamento de relações econômicas do Brasil com nações europeias beneficiárias dos efeitos da Segunda Revolução Industrial consagraram padrões culturais hegemônicos provenientes daqueles países, que provocaram profundo impacto na estrutura social e econômica do Rio de Janeiro. Dentre os fenômenos culturais europeus absorvidos pela elite carioca, a ascensão do fetichismo de consumo e a moda no vestuário se destacaram.

Conquanto as diretrizes da moda fossem provenientes de matrizes estrangeiras, nas caricaturas podemos observar como se deu a adaptação dos paradigmas estrangeiros em solo tropical, distinguir sua essência e seu significado no Rio, observar os contrastes entre desejos individuais, o cenário social e as condições locais. Afinal, a realidade brasileira, distante daquela d'além-mar, guardava marcas próprias de uma metrópole em formação que se apresentava, ao mesmo tempo, feições cosmopolitas e provincianas, liberais e oligárquicas, modernas e tradicionais.

### “As novas modas”

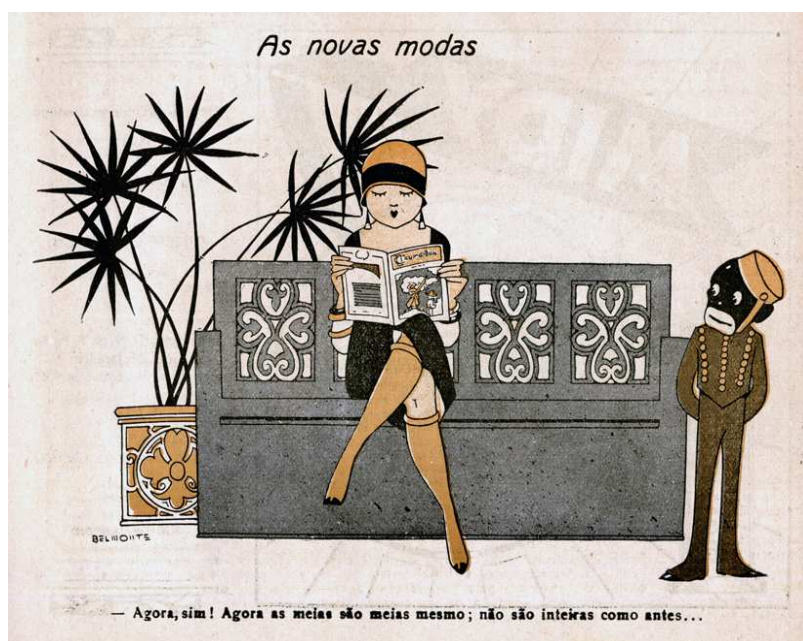


Fig. 1. Revista Careta Nº 915 – Janeiro, 1926

Na caricatura anterior, o mensageiro de hotel - um funcionário negro, reproduzindo a figura do *bellboy* americano, cujo uniforme inclui quepe preso com fita sob o pescoço, jaqueta com mangas compridas, gola japonesa e botões dourados, calça reta (provavelmente com friso lateral em outra cor), meias e sapatos – observa a senhorita que lê a revista *Careta*. Chama atenção a proporção distinta entre as duas

figuras retratadas; a figura do negro, “menor” em relação à moça branca, evoca uma posição de inferioridade por discriminação da cor da pele, ou, quiçá, o trabalho não regulamentado de menores de idade. A um só tempo atraído e espantado pelas pernas da moça, ele exclama:

- Agora, sim! Agora as meias são meias mesmo; não são inteiras como antes...

Belmonte registra uma mudança em relação ao uso das meias-calças ocorrida nos anos 1920. Até o começo da década, as meias escuras eram as mais admitidas; paulatinamente, meias de cor branca ou bege, feitas de lã ou seda, começaram também a entrar em voga, cujo comprimento atingia a altura das coxas, onde eram presas por cintas ligas rendadas. Em 1926, o estilista parisiense Jacques Doucet lançou a moda de meias-calças na altura dos joelhos, que foi adotada pelas coquettes dos trópicos, como demonstra a representação do caricaturista. Com o chapéu-cloche típico de sua época, complementados por brincos compridos, vestido com colo à mostra, boca demarcada por maquiagem, em forma de coração, a moça parece não notar que chama atenção e é observada pela forma de usar suas meias, abaixo dos joelhos, à mostra sob o vestido.

Outro aspecto dos novos costumes que chamava atenção de Belmonte e motivou uma série de caricaturas sobre o tema, era a possibilidade feminina de valorizar e exibir o corpo, deixando à mostra partes que, sob o jugo patriarcal, deveriam estar escondidas, “sob controle”. Paralelamente às transformações urbanísticas verificadas na capital no início do século, a mulher dos anos 1920 ganhou mais mobilidade em relação aos tempos coloniais; as roupas deveriam permitir andar de bicicleta, subir no bonde, no automóvel, ou praticar esportes, por exemplo. Com mais opções de sociabilidade – fazer compras, namorar vitrines, frequentar chás beneficentes, soirées teatrais, banhos de mar, bailes de carnaval, assistir a competições esportivas – elas passaram a ocupar o espaço público cada vez mais, desfilando a toilette no footing da Avenida Central e outros logradouros fashionistas. A I Guerra Mundial acelerou o processo de independência feminina, na medida em que precisaram ocupar postos de trabalho dantes masculinos e sobreviver na sua ausência. No pós-guerra, incentivada pelas personas divulgadas no cinema e nas revistas de variedades – mulheres atraentes, autoconfiantes, desafiadoras – as cariocas adotaram a moda estrangeira, ousada, irreverente e conquistadora, demarcando mudanças em relação a usos anteriores, e se permitiram exibir o colo, as costas, as pernas, com decotes e comprimentos de saias e vestidos que inauguravam um novo padrão. A possibilidade de tornar à mostra seu corpo

revelava, outrossim, um poder de escolha e sedução que não se submetia mais – ao menos não com a mesma rigidez - à censura masculina do pai, irmão ou marido.

A adoção dessa moda reveladora não passou imune dentre os grupos elitistas que a adotavam; Belmonte demonstrou uma observação atenta das reações que provocavam e registrou, em suas representações, não apenas as roupas em detalhes, mas sobretudo as emoções deflagradas por tais usos, provocando uma reflexão sobre a forma como a moda revelava-se vetor fundamental nas dinâmicas das relações de gênero.

Na caricatura abaixo, o senhor, vestido de maneira formal para os festejos do Ano Novo, não esconde seu aborrecimento ao se dirigir para a mulher enquanto ela se apronta, auxiliada por uma camareira:

- Você tenha paciência! Pode ir assim ao réveillon, mas quando dançar, tem de vestir o meu sobretudo! – esbraveja e segura, com expressão indignada e furiosa, a mencionada peça de roupa, que seria “o grande remédio” que dá título à caricatura para “curar” a indiscrição feminina.



Fig. 2. Revista Frou Frou Nº 31– Dezembro, 1925

A situação põe em cheque uma série de relações de poder entre seus personagens, permeadas pela moda que usam e as cargas simbólicas que perpassam suas vestimentas. A representação da mulher - esguia, alta, portando um vestido

estampado com as costas completamente desnudas, uma cauda longa em tecido liso, pulseiras nos braços, sapatos de salto - ao olhar para o homem “de cima para baixo”, numa posição relaxada, com a mão na cintura, evoca uma certa preponderância e ascendência sobre a figura masculina, que é retratada como um baixinho, nervoso, que tenta impor sua vontade, a fim de impedir que ela usufrua das prerrogativas da moda (no caso, a possibilidade de despir as costas) para chamar atenção e seduzir. A questão deflagrada pela indumentária e a construção da aparência denotam uma disputa de forças, entre os mandos e desmandos masculinos, de caráter machista, e o desejo feminino, sua vontade própria, sua possibilidade de relacionar-se com o próprio corpo e tomar decisões sobre si. A camareira, por sua vez, ajoelhada diante da patroa, numa posição que evoca uma inferioridade hierárquica, usa um uniforme tradicional, com tecido provavelmente engomado, um vestido escuro com punhos, golas, avental e lenço brancos. Note-se que Belmonte também esmiuça a decoração do ambiente, com estampas variadas e uma luminária exótica, num cenário que remete a um lar burguês, de uma família bem abastada.

O espanto e o desconforto causados pela exposição do corpo feminino em peças de vestuário que esgarçavam (ou ajustavam) padrões de moralidade e pudor foram explorados numa série de obras gráficas sobre o tema. Na representação abaixo, por exemplo, a mulher usa vestido sem mangas, boina, maquiagem marcada em olhos e boca, uma bolsa-carteira, numa situação que remete a um ambiente externo, cuja temperatura seria baixa, haja vista o cachecol e a luva que porta o homem ao seu lado, com piteira e cigarro em punho, parecendo quase que irá atingí-la. Ele olha desconfiado para ela, e a repreende:

- Mas será que só sintas frio no pescoço?
- É porque é o único lugar que a moda nos permite cobrir...



— Mas, será possível que só sintas frio no pescoço?  
 — E' porque é o unico logar que a moda nos permite cobrir...

Fig. 4. Revista Careta Nº 928 – Abril, 1926

A mulher, provavelmente com pernas também desnudas, usa um acessório em torno do pescoço, talvez uma pelerine, e tenta se defender terceirizando a decisão de descobrir-se para “a moda”, como se não tivesse autonomia para decidir o que usa e devesse obedecer aos ditames impostos pelo que estava em voga socialmente. Na verdade, podemos pensar que a mulher tivesse prazer em poder exhibir o próprio corpo de forma inédita, como retratado nas outras caricaturas, e diante do questionamento masculino se absolvesse da culpa em relação a seu desejo imputando à moda sua forma de vestir, como uma decisão imposta de fora para dentro. Em que pese a influência que a moda realmente exercesse sobre as escolhas femininas, não se pode desconsiderar a autonomia individual e a personalidade própria, que ganhavam agência nos anos 1920; conjugadas, ambas determinavam o visual feminino que tanto enciumava seus próximos entes masculinos.

Em relação à moda masculina, Belmonte criou diversas representações para a figura do “almofadinha”, termo adotado desde a década de 1910 para referir-se a homens que valorizam a aparência e se vestem com esmero, uma nova versão do “dandy”. Nos anos 1920, eles usavam paletós de tecidos mais leves (alpaca, linho, gabardine, palm beach, lã fina) com corte de alfaiataria impecável, dois botões, mangas e ombros largos, lenço branco no bolso esquerdo do paletó, bengala de junco simples com volta (sem adornos de metal), sapatos bicolores de verniz e chapéu panamá ou



palheta. O rosto era limpo, no máximo com bigodes finos e aparados e os cabelos curtos, penteados com risca no centro ou na lateral.

A adoção de calças Oxford<sup>1</sup> masculinas provocou reações na sociedade carioca: “As calças são mais largas do que antes. Não – nem por sonho! – Essas formidáveis calças Oxford que vão até a ponta dos sapatos. Essas são para os “almofadinhas”.<sup>2</sup>

A mesma moda que poderia ser retratada como uma extravagância também revelava outra face, seu poder de atração ao sexo oposto. Convergindo sobre o mesmo tema (as calças Oxford), Belmonte, em outra representação, observa os “Modernismos” de seu tempo:

Ele – Com franqueza, se eu te amei, foi pelas tuas pernas...

Ela – E eu também, me enamorei das tuas calças.



Fig. 7. Revista *Caretta* Nº 927 – Março, 1926

Com alta carga simbólica, a caricatura anterior, retratada em ambiente externo, com uma casa em estilo bangalô ao fundo – valorizada pela elite à época – toca em pontos nevrálgicos das relações sociais; o uso da vestimenta adequada como fator de aprovação e atração, e uma sobreposição de valores, na medida em que as qualidades apontadas pelo casal para a escolha mútua recaem sobre a aparência externa, mais

<sup>1</sup> As chamadas *Oxford bags* eram calças com modelagem larga nas pernas criadas por estudantes da Universidade de Oxford na Inglaterra em 1924 e que alcançaram popularidade também fora do campus, especialmente entre os jovens. As originais possuíam de 55cm a 100cm de circunferência entre a altura do joelho e a bainha. (KEERS, 1987)

<sup>2</sup> Revista *Frou-Frou*, No. 33, Fevereiro de 1926.

especificamente dos membros inferiores (ele, interessado nas pernas despidas; ela, interessada nas calças no estilo “correto” conforme a moda). A menina que observa a cena, por sua vez, conjuga um olhar enternecido diante das declarações apaixonadas do casal, enquanto sustenta um riso irônico no canto da boca em virtude das motivações.

Por fim, um outro tema relativo à moda que o autor tratou em sua extensa produção gráfica, foi a tendência à androginia que encontrou espaço nos anos 1920, quando as mulheres adotaram corte de cabelos bem curtos e o uso de peças inspiradas no guarda-roupa masculino. O comportamento e a estética feminina por vezes “ameaçavam” o status quo machista e deflagrava situações de provocação, rejeição, espanto – e, para Belmonte, de riso.

A seguir, vemos na caricatura a representação de uma cena social, onde dois homens conversam com uma mulher, que protesta:

- Os senhores estão enganados, faltam com a decência.
- Ora! As mulheres já usam roupas só para homens.



*Fig. 8. Revista Careta Nº 991 – Janeiro, 1927*

Debochando cinicamente da compostura exigida pela moça, os homens desdenham de seu protesto, partindo do uso de peças da indumentária masculina, pelas mulheres, como motivação para uma mudança de comportamento não só delas, mas também deles, que, numa visão machista poderiam tratá-las de igual para igual, sem que fosse preciso censurar qualquer assunto considerado moralmente impróprio. Na representação em questão, acreditamos numa postura sexista e punitiva, que castiga a mulher que ousa na vestimenta com a “falta de decência” na sua abordagem.

Ainda, “Reciprocidade” é o que Belmonte propõe na caricatura abaixo; todos, autor e seus personagens, parecem ser capazes de tratar a proposta com humor:

- Já que as pequenas usam cartolinha e cabelos curtos, precisam aprender a cumprimentar...



Fig. 9. Revista *Careta* Nº 855 – Novembro, 1924

Fato é que moda e comportamento revelam-se vetores intercalados, tanto como espelhamento de valores e costumes como forças motrizes que os impulsionam mutuamente, numa interação de mão dupla.

### Considerações Finais

Marcada pela implementação de um ideal de modernidade no Rio de Janeiro, a década de 1920 pode ser considerada um momento fecundo para o entendimento de questões relativas à formação da identidade cultural brasileira. Em um ambiente urbano em ebulição, a propagação imagética proporcionada pelas revistas ilustradas - com suas fotografias, reclames e caricaturas -, pelo cinema, pelas vitrines, pelos ambientes iluminados, abriam espaço na ordem estabelecida e concorriam à cultura das aparências.

As caricaturas de Belmonte manifestadas na época revelam-se uma expressão de linguagem capaz de sentir e perceber a sociedade, contribuindo para o entendimento de algumas das suas faces e para a reflexão acerca de algumas de suas práticas. O percurso gráfico informa, através das representações detalhistas, as transformações dos referenciais de indumentária e do lugar da mulher na sociedade, desvelando a construção do hábito do consumo de moda como função social, permitindo o exame de

ações distintivas e inclusivas, estratégias para auto-afirmação, aprovação ou até mesmo para alargamento de fronteiras morais, em meio a mudanças de valores, convenções e desejos na segunda década do século XX.

Ao escolhermos a produção de Belmonte que inclui a moda como tema central de parte de sua produção, objeto de nossa investigação, vislumbramos um potencial para iluminar um contexto. A partir da investigação dos dados históricos em conjunção à análise do corpus imagético de sua comunicação humorística, é possível empreender uma reflexão sobre a cidade naquele momento e trazer uma discussão acerca da urbe, da elite e dos estilos de vida de pessoas destacadas por certo padrão de vida, atores que convergiam para um processo de disseminação da moda, do consumo e do apuro estético, numa sociedade marcada pelo incremento do universo da visualidade.

## Referências Bibliográficas

- BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro, Ed. Zahar, 2010.
- BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2009.
- BONADIO, Maria Claudia. **Moda e Sociabilidade - Mulheres e Consumo na São Paulo dos Anos 1920**. São Paulo: Senac, 2007.
- BRAGA, João e PRADO, Luís André do. **Das influências às autorreferências**. São Paulo: Pixis Editorial, 2011.
- GONTIJO, Silvana. **80 anos de moda no Brasil**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.
- LIMA, Herman. **História da Caricatura no Brasil**. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1963.
- KEERS, Paul. **A Gentleman's Wardrobe: Classic Clothes and the Modern Man**. New York: Harmony Books, 1987.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo, Companhia das Letras, 2011.
- LUSTOSA, Isabel. **Humor e Política na Primeira República**. Revista da USP. São Paulo: set/nov, 1989.
- 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.
- O'DONNEL, Julia. **A invenção de Copacabana: culturas urbanas e estilos de vida no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **A cidade e a moda**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.
- SALIBA, Elias Thomé. **Raízes do Riso**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda e outros escritos**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.
- \_\_\_\_\_. **As grandes cidades e a vida do espírito (1903)**. In: Mana, Rio de Janeiro, vol.11, n.2, out. 2005, p. 577-591.
- SEVCENKO, Nicolau (Org.). **História da vida privada no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988. v. 3.
- VELLOSO, Monica Pimenta. **Modernismo no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1996.
- WILSON, Elisabeth. **Enfeitada de sonhos: moda e modernidade**. Lisboa: Edições 70, 1985.