

**UMA MULHER FALA DE MODA FEMININA: AS COLUNAS DE MADAME
CLEMENCEAU EM "O CRUZEIRO" DE 1929 A 1931**

Laura Ferrazza de Lima⁴

RESUMO

O presente artigo visa analisar os papéis sociais atribuídos às mulheres na coluna de moda *Dona* da revista ilustrada *O Cruzeiro* do final da década de 1920 e início da década de 1930, além das opiniões de sua colunista sobre a moda de forma geral. Os textos eram assinados por Madame Thérèse Clemenceau, uma francesa. Através de uma leitura crítica do conteúdo escrito e imagético das seções, procurou-se evidenciar as relações entre a moda, a modernidade e o feminino no período. Por fim, nota-se que há um verniz de modernidade sobre o cotidiano dessas mulheres, mas uma continuidade nos padrões e ideais a serem seguidos.

PALAVRAS CHAVE: História da Moda - Colunas de Moda - Revista "O Cruzeiro"

⁴ Doutoranda em História pela PUC-RS onde desenvolve pesquisa sobre a relação entre as imagens da arte e da indumentária na França do século XVIII. Bolsista do CNPQ. Mestre em História pela UFRGS, com pesquisa na área de história da moda brasileira. Já atuou como professora de história da arte e da indumentária e de filosofia estética no curso de graduação em Design de Moda do IPA-RS. Ministrou a disciplina de Moda e Identidade no curso de especialização em produto de moda da UPF. Ministra palestras sobre a relação entre a história da moda e os figurinos de cinema, entre outros temas relacionados. Possui um escritório de consultoria histórica e presta serviços para diversas áreas. E-mail: laura_de_lima@yahoo.com.br

A WOMAN TALKS ABOUT WOMEN'S FASHION: THE COLUMNS OF MADAME CLEMENCEAU IN "O CRUZEIRO" (1929 - 1931)

ABSTRACT

This article proposes to analyze the social roles attributed to women in the fashion column *Dona* in the illustrated magazine *O Cruzeiro*, during the end of the 20's and beginning of the 30's. The column was signed by Thérèse Clemenceau, a French. Through a critical reading of the column's written and imagnetic contents, I have tried to establish relations between fashion, modernity and the feminine. At last, I have concluded that, although there's a veneer of modernity on this women's daily life, there is also a continuity of the social patterns and ideals to be followed.

KEY WORDS: Fashion History - Columns Fashion - Magazine "O Cruzeiro"

A revista *O Cruzeiro* foi um dos periódicos mais importantes do Brasil na primeira metade do século XX. Foi inaugurada no final dos anos 20, mais precisamente em 1928. Seguindo a tradição das revistas ilustradas do início daquele século ela surgiu para retratar um país moderno, conforme o texto de seu lançamento afirmava: “a revista dos arranha-céus”. A proposta deste artigo é analisar as primeiras colunas de moda da revista, na seção *Dona*, que durou desde o início da publicação - em 1929 - até os primeiros anos da década de 1930.

Desde o seu lançamento, a revista teve uma das maiores tiragens do país, com grande circulação nacional. Alinhada com as ideias modernistas, refletindo ainda os ecos da semana de arte moderna de 1922, dirigia-se inicialmente aos grupos privilegiados, situação que pode ser notada por seu conteúdo. Sempre bastante preocupada com a vinculação de imagens, no início possuía ainda textos extensos que pressupunham um público alfabetizado que, no Brasil daquele período, era reduzido.

A publicação passou por importantes mudanças, conforme escreveu seu famoso diretor, Accioly Netto, em seu livro *O Império de papel: os bastidores de O Cruzeiro*: “Na Rua Livramento, *O Cruzeiro* viveria a melhor de suas fases, tornando-se ao longo da década de 40 a maior revista de toda a América Latina, até viver seu apogeu absoluto no início dos anos 50.” (NETTO, 1998, p.123). São desse período as colunas de moda do famoso desenhista Alceu Penna. O trabalho de Alceu já mereceu diversos estudos específicos⁵, mas uma pergunta ficou em suspenso: quem eram os responsáveis pelas colunas de moda antes dele? Pretendo responder, em parte, a essa questão.

⁵ São exemplos os seguintes trabalhos: JUNIOR, Gonçalo. **Alceu Penna e as garotas do Brasil**. Moda e imprensa 1933 – 1980. São Paulo: CLUQ, 2004. BONADIO, Maria Cláudia. **O fio sintético é um show!** : moda, política e publicidade. Tese (Doutorado em História). Universidade Estadual de Campinas, 2005. PENNA, Gabriela Ordones. **Vamos Garotas!** Alceu Penna: moda, corpo e emancipação feminina (1938-1957). 2007. Dissertação (Mestrado em Moda) Faculdade de Design de Moda, Centro Universitário Senac, Santo Amaro, S. P.

O objetivo principal do presente artigo⁶ é trazer a público minhas análises acerca das colunas de moda de Madame Thérèse Clemenceau publicadas na Revista *O Cruzeiro* entre 1929 e 1931. A ideia central é compreender qual era a visão de moda de uma estrangeira que tinha sua coluna publicada no Brasil. Afinal, qual era o grau de importância que ela conferia para o fenômeno da moda e de que maneira ela transmitia isso para suas leitoras?

Em seu ano de lançamento, a revista *O Cruzeiro* contava com colaboradores importantes, que assinavam colunas fixas, tais como: “*Vida Fútil* assinada por Peregrino Júnior, Gilberto Trompowski, Martine Poincaré; a coluna *Modas*, com correspondência enviada de Paris, mostrando com exclusividade os principais desfiles dos melhores costureiros franceses [...]” (NETTO, 1998, p.37). Embora não seja mencionada no trecho acima, a coluna *Dona* foi referência de moda a partir de 1929, tendo como correspondente exclusiva Madame Thérèse Clemenceau (SERPA, 2003, p.62).

Decidi dividir este artigo seguindo dois eixos dos assuntos mais recorrentes da coluna em questão. Entre os principais temas abordados pela colunista podemos encontrar: conceitos sobre a moda, visões acerca da moda estrangeira e até mesmo brasileira. Além disso, podemos apreender através de suas colunas a transformação na silhueta da moda e nas formas do corpo feminino, a relação possível entre a moda e o passado e, por fim, as formas de feminilidade e sociabilidade através da moda. Serão privilegiados nesse artigo os conceitos de moda apresentados pela colunista, bem como a manifestação das formas de sociabilidades femininas em suas colunas.

Contudo, faz-se premente responder a questão: mas, afinal, quem era Thérèse Clemenceau? A própria revista nos dá pistas sobre suas origens. Na edição de 30 de novembro de 1929, o editorial de primeira página é dedicado ao falecimento do ex-primeiro ministro francês George Clemenceau, identificado como o pai da colunista. Ele governou a

⁶ O conteúdo desse artigo é parte integrante de minha dissertação de mestrado defendida no programa de pós-graduação em História da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, no ano de 2009 sob o título: **Vestida de frivolidades**: a moda feminina em suas visões estrangeira e nacional na revista *O Cruzeiro* de 1929 a 1948.

França durante a Primeira Guerra Mundial, tendo sido um dos responsáveis pela vitória do país no conflito. A revista coloca-se em posição especial de prestar tal homenagem devido ao parentesco entre o vulto histórico e sua correspondente. Ela era inclusive viúva de um advogado morto na batalha de Verdun, durante a mesma guerra. O tom adotado para com Clemenceau pai é tremendamente elogioso: "Grande homem, jornalista, pensador, político...". Sabemos então que a origem de Madame Thèrèse não é obscura e que a mesma pertencia à alta sociedade francesa: uma mulher rica, dedicada a assuntos pomposos como a moda e a arte. Além de suas matérias sobre moda, existem outras, escritas por ela e publicadas por *O Cruzeiro*, que se referiam à vida social e cultural da capital francesa.

O que podemos constatar a princípio é a presença na revista de uma correspondente estrangeira – francesa – que envia direto da "capital da moda" as atualizações da elegância para as leitoras da revista. Um dos objetivos desse artigo é analisar até que ponto a correspondente francesa estabelece um diálogo com as leitoras brasileiras. Veremos que no corpo de seus textos essa comunicação não aparece de forma direta, e frequentemente quem media a relação é a própria revista. Como indício aparece a orientação da revista para que as mulheres brasileiras lhe enviem cartas. Apesar da possibilidade das leitoras trocarem correspondências com Madame Thèrèse - que estaria disposta a esclarecer dúvidas - não sabemos se essas trocas existiram, pois não eram publicadas na seção *Dona*.

Gostaria de iniciar comentando sobre o conceito que Thérèse Clemenceau tinha sobre o fenômeno da moda. A primeira edição que gostaria de abordar é a de 19 de outubro de 1929. Nela, a seção *Dona* apresenta um texto com poucas fotos. Essa característica era comum nas seções de moda dos anos 20, como menciona Maria Cláudia Bonadio, quando descreve as colunas de moda da *Revista Feminina*:

A moda teve, por mais de dez anos, um espaço fixo na revista denominado "A moda", assinado pela cronista Marinette. [...] a seção cresceu bastante desde a primeira aparição em 1915 e meados de 1920 quando passou a ocupar, em média, 4 páginas [...]. As

ilustrações – constituídas, na maior parte, de desenhos monocromáticos não assinados e talvez retirados de publicações estrangeiras (a fotografia aparece de forma muito esporádica) – perfaziam, em geral, 20% da seção contra 80% de texto – [...]. Assim, é possível afirmar que a seção se destaca pela peculiar escrita de Marinette, de caráter mais opinativo que descritivo [...]. (BONADIO, 2007, p. 165).

Acredito ser interessante comparar a descrição dessa seção com aquela assinada por Thérèse Clemenceau. A correspondente de *O Cruzeiro* ainda prioriza o texto em detrimento das imagens, mas o acesso à publicação de fotografias em fins dos anos 20 é maior. Segundo Valerie Mendes e Amy de la Haye, em 1925, a fotografia em preto e branco substituíra as ilustrações como principal registro e comunicação da expressão da moda. A iluminação clara e o foco nítido permitiam que o corte, a construção e as texturas dos tecidos fossem mostrados com clareza [...] (MENDES; HAYE, 2002, p. 59).

Ainda assim, revistas ilustradas como *O Cruzeiro* valeram-se muito da ilustração de moda, devido principalmente ao alto custo para a reprodução de fotografias. Apesar disso, todas as edições da seção de moda continham ao menos uma fotografia, além de croquis, ou, como escreveu Bonadio, “desenhos monocromáticos” (BONADIO, 2007, p.165). Nessa época, a revista não apresentava os créditos das fotografias e tampouco das ilustrações. As imagens deviam ser estrangeiras, compradas de agências de notícias ou mesmo enviadas pela própria correspondente. Conforme Accioly Netto confessou em suas memórias, na época em que assumiu o cargo de secretário de redação da revista em 1931: “As seções de moda também eram feitas com recortes de revistas e jornais de Paris e Nova York. Tal sistema era pitorescamente chamado de ‘cola e tesoura’, no qual eu me tornei sem dúvida alguma um perito.” (NETTO, 1998, p. 51).

Devido ao número reduzido de imagens, a escrita tinha um peso importante nessas seções. Os textos de Madame Thérèse apresentam muitas vezes um tom de relato pessoal, oscilando entre o caráter opinativo e o descritivo. Um bom exemplo disso é a referida coluna de 19 de outubro de 1929, intitulada: "Muito agradecido, Sr. Director!". O texto narra um convite que ela recebeu para uma festa no "Hotel du Claridge", segundo ela, "a primeira reunião em que se verão as elegâncias hibernaes". Como podemos notar, trata-se de um evento que conta com um grupo seletivo de senhoras da sociedade parisiense, do qual a correspondente faz parte.

Madame Thérèse gostava de contar histórias a suas leitoras, dirigindo-se diretamente a elas. Como por exemplo, no trecho: "Minha crônica de hoje documentará sobre essas tendências, tão curiosas que ides ficar encantadas. Estas ouvindo? Atenção!". Sente-se a porta voz das novidades e considera-se uma cronista de moda. Usa de vocativos como "Atenção", quando quer chamar a atenção da leitora para o que considerava uma mudança relevante na moda.

Há também um caráter descritivo, porque nem sempre havia fotos relacionadas ao tema da coluna naquele dia – e, quando as havia, eram em preto-e-branco. Por isso, era necessário descrever nos mínimos detalhes as formas, cores, tecidos, detalhes dos trajés e acessórios. A relação entre as imagens da coluna e o texto nem sempre eram claras, principalmente no início: muitas vezes, elas não pareciam condizer com o conteúdo do comentário. A partir de 1931, ano da reforma gráfica, essa relação tornou-se mais plausível, como notamos na coluna sobre vestidos de noiva e em outra que, ao tratar do trabalho de uma estilista, apresenta uma imagem da mesma. Na edição em questão, a autora comenta sobre o retorno das luvas coloridas de renda que acompanhavam as cores dos vestidos. Estas cobririam, segundo ela, "peles acetinadas". Essa pode ser uma indicação de que se reportava às mulheres que não trabalhavam, podendo portanto manter uma *cútis* comparável ao cetim. O público ao qual se destinavam seus comentários, portanto, pode ser apreendido através dessas descrições.

A autora explica a variação nas luvas como “uma tentativa de fazer as mulheres saírem de seus caminhos batidos em que elas se sentem sufocar”. Coloca, portanto, a necessidade de renovar a moda como uma questão essencial na vida das mulheres, como um desejo feminino. A obrigatoriedade da variação preencheria o tempo e as preocupações femininas de estar em compasso com a moda. Sendo um dever social estar bem vestida. (CRANE, 2006, p. 52).

Neste mesmo texto, aparece diversas vezes o termo “fourrure”, que significa “casaco de pele”. O clima brasileiro não seria o mais adequado a tal peça do vestuário, mas mesmo assim as “elegantes” não o dispensavam como agasalho no inverno, para ocasiões especiais, seguindo as instruções de Paris, tais como as de Thérèse. “A despeito do clima e das diferenças de estação, a brasileira quer seguir Paris a qualquer preço, mesmo que isto implique estar metida num casaco longo de *renard* ou *vison* em pleno mês de abril, no Rio de Janeiro.” (GONTIJO, 1987, p. 30).

Os termos estrangeiros serão uma constante nas seções de moda da revista *O Cruzeiro*. Contudo, em nenhum outro momento haverá tantos estrangeirismos como nos textos de Thérèse Clemenceau. É de se perguntar se todas as leitoras da coluna *Dona* tinham um francês tão fluente. Esse pode ser outro indício revelador do público leitor da mesma – afinal, a fluência na língua francesa tornou-se status entre as elites do mundo todo desde que a França tomou a dianteira na área cultural e da moda.

Na edição de 16 de novembro de 1929 a seção *Dona* aparece com o título: “Salada da estação”. Nota-se que a estação em pauta no texto é o inverno. pela descrição do uso de “pull-over”, de “manteaux” e peles de “renard” (raposa). A autora diz claramente “este inverno usarás...” isto ou aquilo. Notamos, pois um descompasso climático entre a coluna de Thérèse e as estações brasileiras. A questão é que no Brasil, em novembro, seria primavera; isto indica que a revista centra-se nas novidades internacionais, do hemisfério norte, principalmente de Paris, não importando a diferença climática – que, por sinal, não é sequer mencionada.

De fato, não creio que nessa época as brasileiras usassem os trajes inversos ao clima do país. Contudo, isto pode ter diferentes significados: pode levar à ideia de que em determinadas ocasiões, como espetáculos do Teatro Municipal, seria adequado usar alguns desses trajes, ou mesmo que a revista possa estar auxiliando as senhoras que viajavam ao exterior. Esse descompasso também sugere que a coluna não era escrita com exclusividade para as leitoras brasileiras, mas que *O Cruzeiro* comprava e traduzia a coluna. O próprio título provavelmente foi colocado pela revista para aproximar as estações.

Madame Thérèse nos indica algumas de suas reflexões pessoais sobre o fenômeno da moda. Em sua seção de 20 de setembro de 1930, intitulada "Amanhã", ela apresenta um texto bastante poético que inicia assim: "Amanhã! Palavra cheia de ardente interesse quer se trate do domínio da humanidade, do destino de um país ou da ordem frívola, aparentemente frívola da moda!" Uma simples frase como essa suscita uma análise profunda e demonstra no mínimo a visão que a jornalista tem do lugar ocupado pela moda dentro de uma ordem quase filosófica.

O "amanhã", ou seja, o futuro, desperta o interesse das pessoas seja para temas mais dignos como "o domínio da humanidade e o destino de um país", ou o da "ordem frívola, aparentemente frívola da moda". Acredito que com uma reflexão desse gênero, no início de sua coluna, a autora queria trazer para suas leitoras uma discussão importante para o universo da moda e também do conhecimento, além de uma provocação. Talvez nem todas as leitoras tenham atentado para isso, mas notamos que Clemenceau colocava a moda em pé de igualdade com as supostas preocupações mais sérias e importantes da humanidade. Ela ia além, ao responder à crítica de que a moda era frívola, dizendo que ela apenas assim parecia.

Além disso, ela atribuía à moda um valor histórico. Resgatou na coluna de setembro de 1930 a crítica recorrente feita à moda, sua redução a um fenômeno frívolo. Ao buscar definições semânticas para a palavra frivolidade no dicionário Houaiss, deparamo-nos com sinônimos como: "1. sem importância, sem valor, vão: idéias frívolas. 2. fútil, leviano,

volúvel: mulher *frívola*. Frivolité: palavra do francês que significa: espécie de renda de crochê.” Notamos que por definição o termo está cercado de características negativas. Uma idéia dita “frívola” seria, portanto, uma idéia “vazia”. Logo, quando acusada de frívola, a moda é dita sem importância ao universo do conhecimento. Quando o adjetivo “frívolo” refere-se a uma pessoa, torna-se sinônimo de fútil e volúvel, como alguém de personalidade leviana, que muda subitamente. A fim de exemplificar esse sujeito, o dicionário usa a figura da mulher, mas por que não a do homem? As relações entre a moda e a mulher, a moda e a frivolidade e a mulher frívola, encerram um círculo de preconceitos intelectuais que por muito tempo e ainda hoje rondam a história do vestuário. Assim, Clemenceau, já em seu tempo alça a moda de seu caráter de superficialidade para um primeiro plano de visualidade ao lado de questões essenciais para o homem.

A respeito da prática da reprodução caseira dos trajes exibidos pela revista, é possível encontrar referências na edição de 04 de outubro de 1930. Chama a atenção uma ilustração de um vestido que aparece de frente e também de costas, em tamanho menor (figura 1). Isto indica uma sugestão para facilitar a cópia a ser feita pelas leitoras, além da referência aos tecidos utilizados. Essa prática já era comum no Brasil daquele período e teve mais força até os anos 50, devido à dificuldade do acesso a roupa pronta e seu custo elevado.

A revista toma uma importante posição sobre a roupa feita em casa ou por costureiras na seção *Dona* de 14 de novembro de 1931. Este foi também o ano da reforma gráfica empreendida por Accioly Netto. Após o término do texto de Thérèse, a revista publicou um comunicado às leitoras sobre a distribuição de moldes. Tal iniciativa demonstrava uma diversificação no enfoque da moda. Não é somente a Alta Costura que era mostrada e descrita, mas também era apresentado um molde palpável, para que uma grande parcela das mulheres pudesse estar em sintonia com o que a revista considerava a “última moda”. Tratava-se do início da popularização da revista, que ampliaria seu público leitor, e, conseqüentemente, o da seção de moda. Esta última deixaria de estar restrita à

mulher da elite, que no Brasil costumavam adquirir roupas prontas ou mesmo os modelos originais de Paris.

Dessa forma, as colunas específicas de moda podiam influenciar várias camadas sociais, porque permitiam que as simples – porém habilidosas – costureiras se inspirassem nos modelos sugeridos pela revista e os reproduzissem para suas clientes. Nesse período o *prêt-à-porter* no Brasil ainda não tinha ganhado tanto fôlego. Enquanto em Paris recorriam-se aos modelos exclusivos para se diferenciar dos populares, que já consumiam a roupa pronta, aqui eram as costureiras que se esmeravam em reproduzir a moda estrangeira, mesmo de forma caseira. Muitas mulheres possuíam máquinas de costura para fazer suas próprias roupas e de sua família (LEITÃO, 2007, p.90).

A novidade foi apresentada da seguinte maneira:

Um brinde de O Cruzeiro para suas leitoras. Distribuição semanal de moldes para corte e confecção do vestuário feminino. A fim de atender ao grande número de sugestões e pedidos das leitoras. Assim, ampliará a seção Dona, fazendo dela um verdadeiro suplemento de modas, bordados e costura, sob orientação prática.

Através dessa iniciativa, notamos que foi dada ênfase a uma questão prática da produção do vestuário e não apenas a sua apreciação, como ocorria em geral na coluna de Clemenceau. Ela comentava as últimas modas internacionais, contudo, a revista acredita que as leitoras necessitavam de uma abordagem prática e direta do assunto, transformando as dicas em moldes passíveis de produção. As peças eram provavelmente executadas em casa ou por costureiras. Oferecer tal possibilidade assegurava um caráter útil para a seção de moda, estendendo-a para parte do público que anteriormente podia apenas sonhar com as belas roupas ali apresentadas.

A mesma matéria anuncia que a partir de 12 de dezembro de 1931 ocorreria a primeira parte do plano de reforma da seção *Dona*, que incluiria moldes em tamanho

natural de diversos trajés. Estes eram fornecidos pelos “reputados professores Lue-Ximenez”, que ofereciam “vantagens sobre outros processos de moldes em uso nas escolas e revistas de modas”. Os desenhos eram exclusivos para *O Cruzeiro* e tinham por objetivo facilitar o corte do traje, uma vez que vinham acompanhados por uma clara explicação. Mesmo assim, segundo a revista: “os professores responderão cartas com dúvidas dos alunos.”. A ideia parecia fornecer uma espécie de curso de costura. Existiam, obviamente, outras revistas que se dedicavam a assuntos femininos e incluíam entre eles seções de moda e moldes. Contudo, o periódico afirma que seus métodos de ensino de corte e costura eram os mais avançados e práticos. Tal afirmativa anuncia uma tentativa de combater a concorrência no momento em que se lançam nessa nova empreitada.

A partir desse momento a seção de moda passa por uma reformulação em sua aparência geral que estaria afinada com uma abordagem mais prática do universo da moda. As alterações estariam, também, relacionadas à ampliação da tiragem e das vendas. Esses novos objetivos necessitavam de uma coluna que fosse mais chamativa visualmente. Houve um aumento evidente do número de imagens, especificamente de fotografias. Isto atesta uma melhora tecnológica na produção da revista. Segundo Accioly Netto, *O Cruzeiro* como um todo passou por uma reforma gráfica nesse período, na qual o jornalista atribuiu-se um papel destacado. Cada vez mais a revista pautou-se pela imagem em detrimento do texto e acabará por lançar a fotorreportagem no país (NETTO, 1998, p.48). A partir do momento em que o periódico possibilitou uma leitura mais visual do que escrita acabou atingindo um público mais amplo.

Na edição seguinte, de 21 de novembro, a seção aparece muito diferente. O título é sugestivo: “Mudança à vista.” O texto trata sobre a mudança rápida da moda, mas não podemos deixar de associá-lo igualmente com o aumento no número de imagens da coluna, que anuncia uma mudança no layout gráfico da coluna. Visualizamos uma página repleta de imagens, com o título: “As últimas criações da moda.” Aparecem fotos de vestidos e

chapéus e um pequeno texto dizendo que as mesmas foram enviadas por Madame Clemenceau, como podemos visualizar na figura 2.

Na edição de 19 de novembro de 1931 a novidade da distribuição dos moldes tomou grandes proporções. O desenho do próximo traje a ser distribuído e seu texto explicativo ganhavam o máximo destaque possível, ocupavam a capa daquele número (figura 3). Isso pode ser encarado como um indicativo da relevância com a qual a revista passava a tratar a questão da moda feminina, colocando o tema no espaço mais privilegiado da publicação.

Dentro do processo de alterações gráficas do magazine, podemos notar reflexos na seção *Dona*. Em 01 de novembro de 1930, aparecem fotos grandes e em maior número em relação às edições anteriores. Há também uma alteração gráfica nas cores utilizadas, que passaram do preto e branco para o tom sépia. As fotografias chamam a atenção por seus cenários e suas temáticas. Uma delas mostra uma estilista em sua *Maison*, numa situação de trabalho. Trata-se de uma mulher de negócios que está sentada atrás da mesa do escritório assinando papéis e encarando a câmera de frente (figura 5). Segundo Ana Maria Mauad, quando o fotografado olha para a câmera, trata-se de um sinal de que o mesmo se sente seguro – ou pode estar-se mesmo sugerindo uma posição de ameaça (MAUAD, 1997, p. 401).

A mulher tinha realmente encarnado importantes mudanças na década de 1920 ao cortar os cabelos e encurtar as saias. Ela garantiu seu espaço também no campo da moda, pois as décadas de 1920 e 1930 foram um momento de domínio das estilistas mulheres em contraposição a períodos anteriores e posteriores, nos quais predominaram os costureiros homens (BAUDOT, 2002, p. 62).

A postura das modelos fotográficas é igualmente nova. Notamos nas fotografias de moda alterações significativas. Em uma delas a modelo aparece ao ar livre, está na rua de uma grande cidade e apronta-se para entrar num automóvel, ocupando o lugar do motorista (figura 5). Há, neste caso, uma clara associação entre a moda e a vida urbana moderna, simbolizada, neste caso, pelo automóvel. Uma vez que a moda é modernizante e

modernizada, o mesmo deve ocorrer com as imagens que a representam, nesse caso a fotografia de moda. Num artigo escrito por Rebecca Arnold para a revista *Fashion Theory*, ela analisa a produção de uma fotógrafa americana que trabalhou durante os anos 30 e 40. Ao falar sobre a posição da modelo dentro do quadro, ela coloca: "Sua postura é séria e concentrada: ela sabe que é uma modelo, feita para se exibir e ser vista. Na moderníssima sacada do Museu de Arte Moderna de Nova Iorque [...]. Seu corpo parece estar cercado pelos arranha-céus que se perdem na névoa ao fundo." (ARNOLD, 2002, p. 45). A postura da modelo e a locação transmitem o ar de modernidade, assim como no caso da figura 5. Quando a modelo coloca suas luvas antes de entrar no automóvel, ela está na rua, no espaço público. Essa imagem opõe-se ao que geralmente se esperava da mulher até então, ou seja, que ocupasse mais o espaço privado.

Em seu artigo, Rebecca Arnold revela mais sobre esta mulher de hábitos modernos ao descrever a modelo como uma cidadã metropolitana. "Chique e cheia de autocontrole [...] Sua postura é confiante, mas ela parece isolada. Habita a cidade, mas torna-se pequena diante dela." (ARNOLD, 2002, p.56). Apesar de sua aparente independência a mulher seria mais um adereço dentro da cidade moderna. Contudo, na imagem da coluna *Dona* a personagem parece mais independente ao se colocar como aquela que guiará seu próprio automóvel. Mostra-se, assim, mais participativa na vida da cidade.

As fotos em ambientes internos ganharam cenários mais elaborados. Os trajés sugeridos eram fotografados nos locais e ocasiões indicados para seu uso. Nas páginas subsequentes, um vestido de renda foi apresentado por uma modelo sentada à beira da lareira no interior de uma residência (figura 6). A última foto da mesma página apresenta uma legenda sugestiva: "Mlle Marie Bell da *comédie française* com uma das toilettes criadas pela casa Drecolle para as apresentações de *L'ami de femmes* de Dumas filho." A presença de atrizes como divulgadoras de moda era uma prática recorrente desde os tempos dos estilistas Doucet e Poiret, no início do século XX. Nessa época, as convenções do vestuário deixavam pouca margem para a iniciativa do costureiro. Eram as atrizes quem usufruíam

das criações mais audaciosas tanto para o dia-a-dia quanto para o palco. Vestir essas mulheres famosas funcionava como um teste e uma vitrine para mostrar as novidades que seriam posteriormente incorporadas às coleções. “O papel do teatro, portanto, era comparável ao dos atuais desfiles de alta-costura...” (BAUDOT, 2002, p. 38). Seguindo tal tendência, a coluna *Donna* apresentava fotos não apenas de modelos anônimas, uma vez que celebridades da época, como rainhas, damas da alta sociedade e atrizes de cinema serviam como referências do bem vestir.

Numa das seções *Donna*, sob o título “*Allure* (encanto) geral dos chapéus”, Thérèse Clemenceau expressa aquilo que acredita ser seu papel diante das leitoras. “*Mudado*, é uma palavra imensa, que não se pode empregar muitas vezes em matéria de moda, sobretudo quando, sendo-se jornalista, se tem o cuidado de não errar, de não ser jamais apanhado em flagrante delicto de falso juízo pelas leitoras.” Thérèse apresentou-se como uma jornalista e definiu sua profissão assumindo um compromisso para com suas leitoras de não errar e nem dar “falso juízo” acerca de algo. Mas, o que era para esta coluna um “falso juízo”? Talvez fosse a apresentação de uma mudança não “verdadeira” acerca da moda. Afinal, como o fenômeno é fugidio e efêmero, tornar-se-ia difícil apreender dele uma “verdadeira” mudança.

Em algumas das colunas *Dona*, Clemenceau revelou sua maneira de ver a atuação da mulher na sociedade. Seus comentários sobre a moda nos deixam ver também quais eram os espaços de sociabilidade, os campos de atuação e os papéis sociais destinados às mulheres. A colunista indicou uma forma de ser mulher em seu tempo. Em 12 de outubro de 1929, ela comenta sua visita a uma famosa chapeleira de Paris: “É preciso ser decidida (como só as jornalistas femininas o são) para entrar hoje nos salões de Martha Régnier, a mais audaciosa de todos.” Afirmações como essa nos fazem notar a valorização de características femininas mais modernas, como: a capacidade de decisão, a ousadia e a atuação no mercado de trabalho.

A respeito da classe social que seria o público alvo de cada um dos colunistas, pode haver uma coincidência. Aparentemente, tratava-se da classe alta. Entretanto, a partir dos anos 40, começaram a aparecer matérias extras sobre a economia no vestir e, mesmo nas seções de Alceu, apareciam sugestões de tecidos mais baratos, além da continuidade do incentivo à cópia. Nesse caso, deve-se destacar que tratava-se do período da Segunda Guerra Mundial, quando a escassez de roupas e tecidos era uma realidade e a revista prestava um serviço à população, sugerindo estratégias para continuar na moda. Enquanto isso, Clemenceau sugeria apenas "toilettes" refinadas e luvas que se destinavam a cobrir "peles acetinadas".

A ideia de que, no princípio, a moda no Brasil tinha como alvo principal a mulher da elite foi também apontada por Maria Cláudia Bonadio: "O espaço do comércio de moda no centro da cidade seria o local privilegiado das mulheres de elite [...]" (BONADIO, 2007, p. 37). O trabalho da autora teve como referência a cidade de São Paulo na década de 1920. O ato de fazer compras como um importante passatempo feminino apareceu em 21 de dezembro, na seção *Dona* dedicada ao Natal. Com o título "Allô! Nata! Allô", a autora demonstrou seu estilo direto de escrever. Usando vocativos nos títulos, ela escrevia em tom de carta, como se estivesse numa conversa informal. Essa linguagem chama a atenção e acaba aproximando o leitor daquele que escreve. Algumas vezes, o estilo da coluna era o de um bate-papo entre amigas. Dessa forma, a seção se diferenciava das reportagens que costumam ser pretensamente "neutras" utilizando uma linguagem formal que contribuía para isso. Esse diferencial de Thérèse acabava criando um vínculo com as leitoras. Mesmo que ela não escrevesse para as brasileiras propriamente ditas, essas sentiam como se conhecessem a comentarista francesa devido a seu jeito pessoal de se comunicar.

Na mesma edição ela relata uma conversa que teve com sua amiga sobre a proximidade do Natal, num encontro para comprar os presentes: "E foi assim que, ao soar três horas, o auto nos depunha, a mim e a Nina, a entrada da Rua da Paz para aí fazermos o que em bom francês se chama *footing* que por equidade, deve, em inglês, chamar-se

promenade.” Essa história revela não só os pontos de compra conhecidos de Paris, como a permanência do hábito de sair às compras pelas ruas da cidade, sendo este o principal passeio das mulheres que tinham condições financeiras para tal. Sobre as expressões *footing* e *promenade*, a própria Thérèse fez uma ironia. A primeira delas é em inglês e a segunda em francês, mas ambas possuem o mesmo significado, designando uma prática social das cidades modernas. Esse passeio exigia grandes avenidas, calçadas e ruas pavimentadas. A expressão, que surgiu no século XIX, referia-se a uma verdadeira instituição que servia como espaço para a exibição da burguesia. Tratava-se do passeio ao centro da cidade a fim de fazer compras, conversar, ver e ser visto. Essa prática foi alvo de comentários de escritores que refletiam sobre a vida e os costumes de seu tempo, tais como Charles Baudelaire e Teóphile Gautier.

A seção *Dona* de 28 de fevereiro de 1931 tratou sobre os vestidos de noiva, lembrando que o casamento é um dos papéis sociais mais ligados ao feminino. Podemos analisar de que maneira ele é apresentado pela coluna. Com o sugestivo título de “Sinfonia em branco”, a colunista apontou para a influência das tendências de moda sobre os vestidos. Para ela, estes estariam se tornando menos simples, menos puros, inspirando-se por demais nos trajes de gala. Dessa maneira ficam claras quais as características especiais que o vestido de noiva deveria ter. A autora ressaltou a importância de conservar a simplicidade e a pureza da referida peça do vestuário. Por este motivo os trajes de noiva não deveriam assemelhar-se às suntuosas e provocantes roupas de noite. A pureza era evocada aqui no sentido de um despojamento e da apresentação da noiva como uma mulher de respeito.

O antropólogo Sérgio Teixeira em seu trabalho sobre a *camisola do dia* - peça específica utilizada na noite de núpcias entre as décadas de 1930 e 1950 - afirma o seguinte a respeito da cor branca nos vestidos de noiva: “... a virgindade funcionava como legitimadora para o uso do vestido de noiva...” (TEIXEIRA, 2004, p.300). Provavelmente, a

cronista tinha uma opinião semelhante, ou seja, uma visão respeitosa da peça; e, por isso, discordava de sua semelhança com roupas mais insinuantes como vestidos de gala.

O resultado de uma aproximação entre dois modelos de trajes tão díspares, segundo Clemenceau, teria um resultado nocivo para os vestidos de noiva que acabariam desenvolvendo uma “complicação incompatível com o papel que devem representar.” E que papel era esse? O de representar um dia único na vida da mulher. Assim sendo, deveria possuir qualquer coisa de pessoal, especial e bem definido. Quer dizer, ela acreditava tratar-se de um momento único, pois o casamento não podia ser dissolvido. Por isso, o vestido deveria expressar de alguma maneira a personalidade da noiva. Estava dizendo, em outras palavras, que a referida peça era quase sagrada e, por isso, não deveria seguir as “frívolas” tendências da moda. Contudo, a cronista nota que ocorria exatamente o contrário, e na maioria das vezes o vestido de noiva acabava seguindo as linhas gerais da silhueta em voga.

Para a autora o vestido de noivado de 1931 tinha adquirido um aspecto banal, porque podia ser usado em outras circunstâncias, bastando retirar-se a cauda, tingir e alargar o decote. Não fora considerada a máxima de que para um momento único deveria usar-se um vestido único. Clemenceau não parece refletir sobre o fato de que o mundo vivia ainda sob a sombra da crise de 1929 e provavelmente muitas noivas pensavam e necessitavam mesmo reutilizar seus vestidos.

Sobre os tecidos utilizados para a confecção dos vestidos, ela não aconselhava os que tinham brilho e nem os de textura muito fina, porque esses “revelam demais o corpo, o que nem sempre é descente.” Criticou ainda o ajustamento dos modelos abaixo do joelho que dariam origem a um andar deselegante. Fez críticas ácidas como: “A originalidade não reina em relação aos vestidos nupciais.” Nota-se novamente a ênfase na idéia de que a noiva de ser um símbolo de decência, e não deve revelar demais suas formas com tecidos e traje inadequados. Ilustrando a seção aparecem duas fotos de vestidos de baile e um desenho de um vestido de noiva, a fim de que o leitor pudesse visualizar a semelhança destacada pelo texto (figura 7).

Para finalizar o texto, Thérèse afirmou: “sendo a noiva sempre jovem, pode mostrar o rosto à luz crua do dia com a certeza do triunfo.” Essa observação denota que apenas as moças jovens eram “casadoiras”. A coluna concluiu com uma observação que revelava descontentamento com o rumo dos trajés de noiva e na qual a autora se eximia da culpa de ter causado alguma confusão entre suas leitoras: “Eu menos aconselhei que desaconselhei. A culpa é da moda.” O fenômeno da moda acaba taxado de dominador dos desejos femininos e invadiria até mesmo uma instituição tão tradicional quanto o casamento. Seguem nas páginas subsequentes mais duas ilustrações de vestidos de noiva (figura 8).

A coluna que vinha após a seção *Dona* chamava-se *Dona na sociedade*, como uma continuação natural dos assuntos femininos. Escrita por Peregrino Júnior (SERPA, 2003, p.62), essa seção enfocava os eventos da alta sociedade carioca e algumas vezes paulistana. Na edição de 28 de fevereiro de 1931, aparece em destaque a fotografia de uma noiva, como um eco da coluna de Clemenceau anteriormente referida. Abaixo da foto lia-se na legenda: “Sra. Yelva Portinho de Sá Freire Vieitas, enlace com o Dr. Raul Vieitas engenheiro da General Elétric, 07 de fevereiro em Copacabana.” (figura 9). Notamos tratar-se de um casamento da alta sociedade. Chama a atenção que o homem foi referido como um “doutor”, mas era na verdade um engenheiro de uma multinacional estrangeira. A relevância dada a tal cargo demonstra a ascensão de uma nova classe, composta por empresários e funcionários da indústria, oposta à oligarquia rural até há pouco tempo predominante. Esse alargamento da elite demonstra a urbanização e industrialização do país. As moças da época passaram a ter uma variedade maior de “bons partidos”.

O casamento sempre apareceu com destaque nas seções de moda da revista. Sua recorrência como tema apenas confirma o interesse pelo assunto, afinal, tratava-se de uma instituição importante no universo feminino que, junto com o papel de esposa, estava no horizonte de expectativas da mulher.

Fechando esse comentário sobre o feminino e seus papéis sociais, analisei um anúncio que apareceu na seção *Dona* em 14 de novembro de 1931. No espaço desse artigo

não cabe uma análise aprofundada dos informes publicitários que cercavam as seções de moda. Os “reclames” estabeleciam uma relação entre a moda e os produtos de beleza, os anúncios dos produtos vindos de Paris, os remédios infantis, etc. Contudo, não pude deixar de notar uma propaganda em especial, que revela muito sobre quem era a leitora da coluna. Trata-se do primeiro anúncio de eletrodoméstico que encontrei na fonte e ocupava quase toda uma página (figura 10). Quem aparecia “pilotando” o aparelho revolucionário – uma enceradeira – era uma empregada doméstica devidamente uniformizada. Tal simulação leva a crer que o produto destinava-se a auxiliar o trabalho da empregada e não deveria ser utilizado pela patroa. Ao demonstrar qual a concepção da revista sobre quem deveria usar o aparelho, podemos aferir também quem deveria ser seu público leitor. Devemos lembrar que nesse período os eletrodomésticos não possuíam preços realmente populares. Portanto, o comercial se voltava para senhoras que possuíam empregadas, pertencentes à camada social capaz de consumir o produto.

A partir dos anos cinqüenta é que o mundo e também o Brasil assistiram a um crescimento da indústria de bens duráveis e um barateamento de seu comércio, acessíveis daquele momento em diante a muitas donas de casa (BONADIO, 2007, p.151). É interessante notar que o anúncio vinha relacionado com a página de dicas de moda, quer dizer, a mulher deveria preocupar-se tanto com sua aparência, como com o bem estar de sua casa. Essas seriam as atribuições da mulher do período.

Quando comparamos as seções de figurino de Clemenceau com as de Alceu Penna – responsável pelos mais importantes comentários de moda de *O Cruzeiro* a partir dos anos 40 – podemos perceber uma diferença importante. A mulher descrita por Madame Thérèse era cosmopolita e possuía hábitos modernos, enquanto as mulheres descritas por Alceu voltavam-se mais para a família e cumpriam os deveres sociais de esposa. As personagens da coluna *Dona* pareciam transitar no espaço público, como atesta a figura 5. Elas exerciam profissões como as de jornalista ou mesmo ligadas ao mundo da moda: estilistas, chapeleiras, etc. Na época de Alceu as mulheres apareciam desempenhando funções

domésticas, como cuidar da roupa dos filhos e servir os convidados de seus maridos. Elas deviam estar sempre bem vestidas para esperar seus maridos voltarem do trabalho. Ao sugerir modelos de aventais nos anos 40 e 50, Alceu Penna deixava claro quais eram os deveres sociais da mulher, o da boa mãe e boa esposa. Contudo, os mesmos eram partilhados pelas mulheres dos anos 20, mas estavam sob espessa maquiagem. A década, que foi alardeada como muito liberal, provavelmente não esperava que suas mulheres fossem assim tão liberadas. A expectativa de um papel de submissão estava oculta por um “verniz de modernidade”⁷.

Observamos por fim quais os papéis que a mulher apresentada por Clemenceau desempenhava na sociedade. Percebemos, através de suas dicas de moda, que suas leitoras eram mulheres cosmopolitas. Elas eram convidadas a grandes eventos e faziam compras de luxo. Contudo, queriam casar-se e valorizavam a tradição do vestido de noiva, ou deveriam valorizá-la. As mulheres cuidavam de sua aparência como um cartão de visitas social, muitas vezes como um cartaz das posses do marido (PERROT, 1989, p.11). Controlavam suas empregadas e adquiriam eletrodomésticos, porque eles significam a modernidade na casa. No fim das contas, elas parecem fruto de uma sociedade que vende uma estética moderna, mas tem uma alma conservadora.

⁷ BESSE, Susan K. **Modernizando a desigualdade**. São Paulo: EDUSP, 1999.



Figura 1



Figura 2



Figura 3



Figura 4



Figura 5



Figura 6



Figura 7



Figura 8



Figura 9



Figura 10

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARNOLD, Rebecca. Visual americano: as fotografias de moda de Louise Dahl-Wolfe dos anos 1930 e 1940. *Fashion Theory*, São Paulo, v.1, n. 3, p. 45-60, set. 2002.
- BAUDELAIRE, Charles. *Sobre a modernidade: o pintor da vida moderna*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.
- BAUDOT, François. *Moda do século*. São Paulo: Cosac Naify, 2002.
- BESSE, Susan K. *Modernizando a desigualdade*. São Paulo: EDUSP, 1999.
- BONADIO, Maria Cláudia. *Moda e sociabilidade: mulheres e consumo na São Paulo dos anos 1920*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.
- BONADIO, Maria Cláudia. *O fio sintético é um show! : moda, política e publicidade*. Tese (Doutorado em História). Universidade Estadual de Campinas, 2005.
- CRANE, Diana. *Moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*. 1ª. Edição. São Paulo: Editora Senac, 2005.
- GAULTIER, Teófile. *Baudelaire*. São Paulo: Boitempo, 2001.
- GONTIJO, Silvana. *80 anos de moda no Brasil*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.
- LEITÃO, Débora Krischke. *Brasil à moda da casa: imagens da nação na moda brasileira contemporânea*. 2007, 271 f.. Tese (Doutorado em Antropologia Social), UFRGS, Porto Alegre.
- MAUAD, Ana Maria e CARDOSO, Ciro Flamarion. História e imagem: os exemplos da fotografia e do cinema. CARDOSO, C. F.; VAINFAS, R. (org.) *Domínios da história: ensaios de teoria e metodologia*. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- MENDES, Valerie e HAYE, Amy de La. *A moda do século XX*. São Paulo: Martins Fontes, 2002;
- NETTO, Accioly. *O império de papel*. Os bastidores de O Cruzeiro. Porto Alegre: Sulina, 1998.

PENNA, Gabriela Ordones. *Vamos Garotas!* Alceu Penna: moda, corpo e emancipação feminina (1938-1957). 2007. Dissertação (Mestrado em Moda) Faculdade de Design de Moda, Centro Universitário Senac, Santo Amaro, S. P.

PERROT, Michelle. Práticas da memória feminina. *Revista Brasileira de História*. São Paulo: ANPUH, v.9, n. 18, p. 09-18, ago/set. 1989.

ROCHE, Daniel. *A cultura das aparências*. Uma história da indumentária (séculos XVII – XVIII). São Paulo: Senac, 2007.

SERPA, Leoní. *A máscara da modernidade*. A mulher na revista O Cruzeiro (1928 – 1945). Passo Fundo: UPF, 2003.

TEIXEIRA, Sérgio Alves. A camisola do dia e seu divino conteúdo. *Horizontes Antropológicos*, v. 10, n. 22, 2004. p. 299-300.