“DE BOM TOM”: A IMPENSA “FEMININA” NO RECIFE DOS ANOS 1930

Ewennye Rhoze Augusto Lima[1]
ewennyerhoze@gmail.com

RESUMO
Esta comunicação tem como objetivo, através da fonte privilegiada Revista P’ra Você e pequenos periódicos adjacentes, discutir as representações e práticas femininas apregoadas através das matérias “de bom tom” direcionadas ao “publico feminino” na cidade do Recife, capital do estado de Pernambuco, nos anos de 1930. Considerada a Paris Nordestina, esta metrópole regional constitui um polo cultural que influenciou todo o nordeste nos meados introdutórios do século XX. Partindo desta premissa, observaremos e discutiremos as minuncias das dezenove edições buscando elucidar os pormenores de uma sociedade que passara por um processo modernizador e ao mesmo tempo convivia com representações “arcaicas”, projetando nas suas mulheres estas dicotomias.

Palavras-chave: Pra Você, imprensa, feminino.

1 A BELEZA FEMININA NA MODERNIDADE

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

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

O inicio do século XX pode ser visto como um marco no que concerne à reflexão acerca de como a beleza feminina se conduziu tanto no espaço público como no privado, bem como a autoapresentação da mulher e seus aspectos mais lúdicos[3]. No Brasil, antes da proclamação da Republica, a beleza já era vendida em forma de pós, perucas, perfumes, alem de roupas e joias[4].

Todavia, buscamos o ideário de beleza feminina na década de 1930, especialmente na cidade do Recife, tendo em vista que nossa fonte privilegiada é uma Revista que corresponde a este local assim como este recorte de tempo. Através de nossas pesquisas, pudemos constatar a importância deste período para a História da Beleza, tendo em vista que esta época

[1] Bacharel e Licenciada em História pela Universidade Federal de Campina Grande, mestranda na mesma Universidade Federal, pelo Programa de Pós Graduação em História e Geografia. Foi Professora da Disciplina de História do Brasil no Pré-Vestibular Solidário (PVS) da UFCG (2011-2013). Monitora da disciplina de "História do Nordeste" (2013.1-2013.2) do Curso de História da UFCG. Tem experiência na área de História, com ênfase em História Cultural, atuando principalmente nos seguintes temas: História das Mulheres; História da Moda; História do Recife Contemporâneo; Anos 1930.
[2] ECO. 2010. PP. 8.
[3] MARWICK. 2009. PP. 210.
[4] BERNUZZI. 2015. PP. 19.

inaugurou-se como uma reveladora das linhas do corpo feminino, ilustrando uma profunda transformação na mulher[5].

A difusão das fotografias acentuou a importância da aparência física, enquanto a paulatina banalização dos espelhos fez da contemplação de si mesmo uma necessidade diária, apurando o apreço e também o desgosto pela própria silhueta. A imprensa divulgava alguns artigos sobre *a belleza*, contribuindo para que os leitores pensassem a respeito de seus dotes físicos a aprendessem a valorizá-los.[6] Todavia, muitas destas matérias tinham como cerne o discurso higienista[7]. Assim, o corpo deveria sugerir o *ar livre*, o único que faria triunfar *a verdadeira beleza*[8]. A tendência eugênica buscaria uma descendência saudável, corrigindo o corpo sem necessariamente modificar as condições econômicas da população. Haveria uma expectativa de formar indivíduos produtivos, obedientes, saudáveis e belos, sem questionar as razões sociais, econômicas e políticas das doenças e de tudo o que se entendia por feiura[9].

Para além da imprensa, pudemos contatar através de nossa pesquisa que, o advento do cinema bem como o surgimento dos concursos de beleza, transformaram-se em ferramentas que passaram a definir a linha de demarcação que separaria aquelas moças que poderiam, sem absurdidade manifesta, participar de um concurso de beleza daquelas que não[10].

1.1 IDEAL DE BELEZA A PARTIR DOS CONCURSOS DE MISS

A cultura da *Miss* é oriunda dos Estados Unidos da América quando, em 1921, foi criado o concurso de "Miss América", consolidando-se, posteriormente, em 1930, com a criação da "Miss Universo". A adoção da expressão Miss confirma ao mesmo tempo a progressiva ascendência norte-americana no que começa a se converter em cultura de massas[11].

Neste mesmo período, por volta de 1930, os concursos de beleza passam a ser valorizados pelos periódicos voltados para o público feminino, já que as moças eleitas *misses* passam a constituir o imagético da sublime beleza feminina, assim como suas fotografias e conselhos converteram-se em inspirações para as jovens comuns.

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

Na comissão julgadora do concurso estavam os artistas plásticos Mário Tullio, Mário Nunes, Murilo Lagreca e Bibiano Silva; também se faziam presentes o arquiteto Heitor Maia Filho, a Miss Pernambuco de 1929 – Connie Braz da Cunha –, os jornalistas Mário Melo, Jarbas Peixoto, José Camnpelo, Willy Lewin, Caio Pereira, Salvador Nigro, Jayme Santos, Alfredo Porto Silveira e Carlos Rios, além dos senhores Luiz Cedro e Moraes Coutinho[12].

---

[5] VIGARELLO. 2009. PP. 195.
[6] BERNUZZI. 2015. PP. 18-19.
[7] Entre 1889 e 1930, as cidades brasileiras, dentre elas o Recife, seriam alvo de um forte discurso higienista e "passariam por um processo de **'regeneração'**, que condenava os hábitos e costumes ligados à sociedade colonial; negava todo e qualquer elemento de cultura popular que pudesse macular a imagem civilizada da sociedade e induzia a uma política rigorosa de expulsão dos grupos populares da área central da cidade, a qual será praticamente isolada para o desfrute exclusivo das camadas aburguesadas; e um cosmopolitismo agressivo, profundamente identificado com a vida parisiense". Cf. FARIA & POHLMANN, 2003, p. 05.
[8] VIGARELLO, 2009, p. 201.
[9] BERNUZZI. 2015. PP. 63.
[10] MARWICK, 2009, p. 214.
[11] VIGARELLO, 2009, p. 209.
[12] FERNANDO Machado *web blog*. "Miss Pernambuco de 1930". **Disponível em**: http://fernandomachado .blog.br/miss-pernambuco-de-1930/. **Acesso em**: 25/03/2014.

A Revista *Pr'a Você* noticiou detalhadamente o evento, divulgando as imagens em uma edição especial. Seus exemplares constantemente apresentavam ilustrações ou textos relacionados à temática de *miss*, projetando os meios pelos quais uma moça *comum* no Recife poderia se tornar uma Miss aclamada e de sucesso. Os conselhos eram variados - *tostar aquella pellesinha*, ter *olhinhos artificiaes d'aquelles* e até *uma pequena bonita para ser completa, precisa ser antipathica*[13] – mas todos tinham por finalidade criar a beleza ideal.

"MISS MELHOR DO MUNDO"

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

L U L A

Tema: Miss Melhor do Mundo. – Oh! Que olhos... – E's linda, minha filha. – Si entrares em concurso de belleza serás miss Rio, miss Brasil! – P'ra mim ella vae ser 'miss mundo'... A família reunida elogiava a moreninha quase bonita, filha mais velha do casal [...].

Através das imagens abaixo, podemos constatar que a Revista transita entre os critérios de beleza vinculados a um ideário norte americano ao mesmo passo em que apresenta a imagem da mulher miscigenada[14]. A propaganda das misses e das candidatas tendia a centralizar as atenções sobre o rosto e os cabelos, valorizando a origem geográfica – e não racial – de cada mulher. A concepção de que a pele alva era a mais bela aparecia sem constrangimento nos concursos de misses e em anúncios publicitários da *P'ra Você*. Aliás, a pele alva não se limitava a brancura, pois abarcava também a ausência de manchas e cicatrizes[15].

[13] Revista *P'ra Você*. "Coluna de Belleza". Edição de 22 de fevereiro de 1930.
[14] A respeito dessa beleza "típica", o sociólogo Gilberto Freyre menciona que: "A grande numero de mulheres brasileiras, a miscigenação pode-se sugerir ter dado ritmos de andar e, portanto, de flexões de corpo, susceptíveis de serem considerados afrodisíacos. Atente-se nesses ritmos, em cariocas miscigenadas, em confronto com os de beldades argentinas que o observador tenha acabado de admirar. Os ritmos de andar da miscigenada brasileira chegam a ser musicais, na sua dependência de formas ondulantes", reinterando o propagado estereotipo da *mulher mestiça ou mulata* como uma mulher fatal em sua sensualiade. FREYRE. 1986. PP. 61-62.
[15] BERNUZZI. 2015. PP. 64.

Tema: Feira de *Belleza*.

Tema: Capa da edição especial da Revista P'ra Você, Número 11, datada de 05 de Maio de 1930.

Ao retornarmos para a capa da edição especial da Miss Pernambuco 1930, visualizamos uma fotografia – e não um desenho a lápis, como era usual - ratificando a representatividade do concurso. A imagem possibilita o desejo de eternizar a condição humana, proporcionando á fotografia um misto de sentimentos[16].

No limiar da beleza local e internacional, se constituiu uma apropriação dos símbolos e uma resignificação para suas representações, o cinema sendo um dos maiores exemplos de redesignação.

1.2 "UMA BELEZA DE CINEMA"

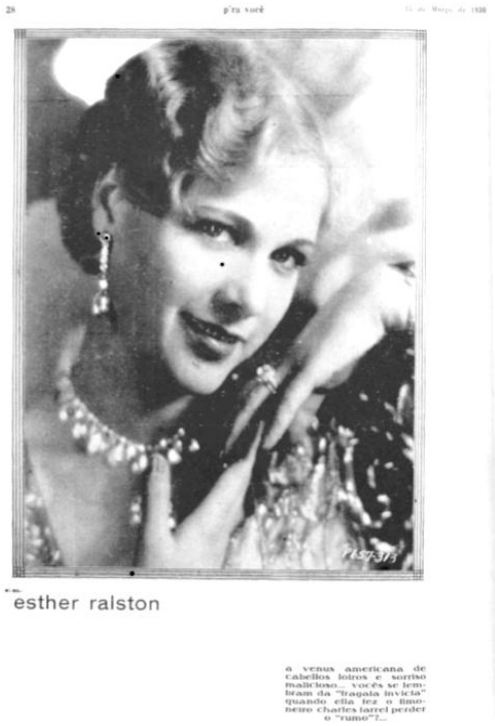
Nos anos 1920, época em que se organizou e se capitalizou, a indústria cinematográfica já era a maior empregadora de *gente bonita*. Com o cinema, surgiu toda uma literatura nova, preservando a imagem das estrelas de modo que pudesse ser afixada nas paredes do quarto. Publicando guias de estrelas e astros, uma empresa francesa chegou a afirmar com razão, que o cinema havia subvertido todas as antigas convenções referentes à irrelevância da aparência[17]. O ano de 1930 é a década em que o cinema já havia se constituído como fator que inspirava, em vários aspectos. O ato de dirigir-se ao local onde o filme era exibido, assisti-lo e retornar para casa fomentava inúmeros sonhos nas moças que enxergavam naquelas imagens o belo supremo.

[16] BORGES. 2003. PP. 37.
[17]MARWICK, 2009, p. 206.

clara bow

A palavra "flapper" foi especialmente inventada para ella. Ainda ninguem esquecera. "Marinheiros em Terra", "As Férias de Clara", "Azas", "Cabellos de Fogo", "Garotas na Farra", etc.
Anita Loos, joven escriptora americana, affirma-nos que os cavalheiros preferem as louras. Mas deve haver engano. Os cavalheiros preferem as ruivas como Clara Bow.

Tema: Clara Bow. "A palavra 'flapper' foi especialmente inventada para ella. Ainda ninguém esqueceu 'Marinheiros em Terra', 'As Férias de Clara', 'Azas', 'Cabelo de Fogo', 'Garotas na Farra', etc. Anita Loos, joven escriptora americana affirma-nos que os cavalheiros preferem as louras. Mas deve haver engano. Os cavalheiros preferem as ruivas como Clara Bow".


esther ralston

a venus americana de cabellos loiros e sorriso malicioso... vocês se lembram da "fragata invicta" quando ella fez o timoneiro charles farrel perder o "rumo"?...

Tema: Esther Raiston. a venus americana de cabellos loiros e sorriso malicioso... vocês se lembram da 'fragaia invicta' quando ella fez o timoneiro Charlles Farrel perder o 'rumo'?...

As imagens das artistas estamparam várias colunas da Revista *P'ra Você*, reiterando uma antiga forma de literatura, na qual não necessariamente o consumidor do periódico saberia ler – ele poderia consumir apenas a fotografia de seus ídolos. As estrelas dos filmes, por sua vez, obtinham fama ao ponto de chegar a categoria de *mito*: a condição de seres *excepcionais* que vêm ao mundo dos homens, seres que seriam feitos para amarem, mas acima de tudo, serem amados[18].Um fator que constitui-se primordial para a *P'ra Você* foi

[18] VIGARELLO, 2009, p. 213.

expor as imagens acompanhadas de textos acerca dos filmes que seriam exibidos nos cinemas de Recife, como podemos ver abaixo.

Tema: A Divina Dama.

Para além disto, como já vimos anteriormente, havia uma única página diagramada para expor com nitidez a fotografia de uma estrela do cinema internacional, assim como algumas linhas que significavam uma ode ás características físicas da atriz.

Mais próximas da realidade local, algumas pretensas belezas eram apresentadas - moças que, mesmo pertencendo a uma elite, faziam um esforço para se manterem bonitas, a exemplo de Glauce Pinto.

Tema: Glauce Pinto.

As atrizes também fomentavam entre as moças a necessidade da *fotogenia*, assim como o *glamour* e o *mistério feminino*, como vemos em Glauce Pinto, em que a luz favorece o perfil de moça, que ao mesmo tempo ostenta um ar de mistério e aborrecimento – já que supomos que a jovem seria uma *it girl*[19].

1.2 A LEVEZA DO CORPO ESBELTO

Em uma sociedade que, desde pelo menos a década de 1920, começou a nutrir uma franca aversão pelos gordos, a paixão tende a se transformar num bem exclusivo daqueles considerados esbeltos[20]: magras, com músculos ativos, leve, rápida e decidida[21].

A ginástica seria um meio de melhorar a saúde pulmonar, tornando-se forte e bela. Todavia, até mesmo para os higienistas, a ginástica feminina deveria ser moderada[22]. Na *P'ra Você*, varias dicas eram ofertadas para obter um corpo *esbelto*, sugestões de exercícios constantes e disciplinados para que se deixasse o corpo *flexível, gracioso e bonito*. Três expressões se repetem constantemente: *disciplina, cultura física, regime*. O lema era fundamental para lembrar as moças que o encanto efetivo não é inato e sim adquirido[23].

Logo, a autovigilância e a determinação deveriam fazer parte da vida das moças que desejavam um corpo belo. Os exercícios invisíveis, como contrair músculos e fazer alongamentos, eram recomendados por vários periódicos, incluindo nossa fonte privilegiada, que recomenda os banhos de mar e a prática de esportes como o tênis – atividade profundamente ligadas ao ócio das elites, de preferência com a vestimenta apropriada para tais atividades, como a fonte explica na página 20 da edição de número III, que esclarece a importância das roupas adequadas para jogar tênis no *Club de Tennis do Derby*.

2 MODA E MODERNIDADE: CAMINHOS QUE SE CRUZAM

Na introdução da obra *O Espírito das Roupas*, Gilda de Melo nos apresenta uma questão pertinente e que envolve todos aqueles que desejam manusear a moda como objeto de pesquisa:

> O conceito de moda, como sequência de variações constantes, de caráter coercitivo, é empregado pelos estudiosos da sociologia, da psicologia social ou da estética em dois sentidos. No primeiro, mais vasto, abrange as transformações periódicas efetuadas nos diversos setores da atividade social, na política, na religião, na ciência, na estética – de tal forma que se poderia falar em modas políticas, religiosas, cientificas e estéticas, etc. Charles Blondel chega afirmar, por sua vez, que o fenômeno ocorre não só nas ideias mas na vida afetiva, pois se a sociedade fixa os nossos sentimentos não o faz de modo permanente mas através de sucessivas flutuações.[24]

Percebemos, através deste pequeno parágrafo escrito em 1950 e hodierno, como o conceito de moda esta vinculado à filosofia, sociologia ou design – e remotamente à historia;

---

[19] "'It girl' é um termo utilizado para se referir a mulheres, geralmente muito jovens, que, mesmo sem querer, criam tendências, despertam o interesse das pessoas em relação ao seu modo de vestir, de andar, pensar ou ser. As 'it girls' têm, via de regra, o que muitos chamam de 'carisma', algo que atrai a atenção para elas. Sua característica mais determinante é a de serem incomuns, de destacarem-se das pessoas comuns e provocar interesse, a ponto de outras pessoas passarem a copiar seu jeito de vestir, falar e/ou agir. Normalmente as 'it girls' se comportam de maneira irreverente e despertam a curiosidade das pessoas sobre o seu modo de vida". Cf. FOLHA JOVEM *web site*. "It Girl". **Disponível em**: http://www.folhajovem.com.br/news.php?news=6212#.V1GZK5ErLIU. **Acesso em**: 26/03/2016.
[20] SANT'ANNA, 2001, p. 20.
[21] Ibidem, p. 23.
[22] BERNUZZI. 2015. PP. 64.
[23] VIGARELLO, 2009, p. 219.
[24] MELO E SOUSA. 1987. PP. 19.

Nos anos 1980 e 1990 houve um crescente número de pesquisas que desejavam promover uma historiografia da moda[25], todavia ainda podemos verificar que poucos são os historiadores que se arriscam a se debruçar sobre a temática *o que é moda*?

O modo como nos vestimos atua sobre as exterioridades, sobre as facetas de nossa vida orientadas para a sociedade, ao mesmo tempo em que completa a nossa identidade social enquanto agentes. A obediência à moda exprime um jogo entre os indivíduos e as forças socializadoras exteriores[26], destarte esta pesquisa mostra-se fundamental para que possamos perceber o imagético feminino moderno constituído através da Revista *Pr'a Você* na cidade do Recife nos anos 1930.

Buscamos os rastros que percorremos inicialmente, através da interdisciplinaridade, para que assim, seja possível atingirmos o objeto de nossa busca. Por conseguinte, podemos aludir Pierre Bourdieu como um dos maiores sociólogos do século XX. Suas produções, desde a década de 1960, criticam as ferramentas de reprodução das desigualdades sociais. Além disto, Bourdieu é dos percussores da temática *moda* – acerca desta, o sociólogo pondera que observá-la como uma prática cultural nos possibilita entender o diálogo entre o individuo e a sociedade. Adornar-se é a visão legítima de um gosto individual, todavia é um ato que esta inserido em seu meio sócio cultural. Neste ambiente, a imposição de uma tendência aos indivíduos é corriqueira, tornando-se a representação das disputas ente os micro e macro poderes por uma autoridade simbólica no mundo social[27].

A moda, seus meios de socialização e suas maneiras de controle são práticas pelas quais os grupos se utilizam para se manterem coesos. A escolha por participar de algum destes grupos, como salienta Bourdieu, jamais será neutra ou neutralizada, tendo em vista que estas são fruto do meio e da estrutura social em que vivemos – e assim, buscamos nos identificar com nossos *pares*.

Partindo dos pressupostos de Bourdieu, podemos observar a importância da moda através de três perspectivas: a) o processo de socialização que a moda promove entre os indivíduos através da *sociologia da cultura*[28]; b) a moda visualizada a partir do conceito de *habitus*[29], o qual é possível observar a moda como um diálogo entre indivíduos ou grupos com a sociedade, resultando na expressão destes; c) por fim, a moda apreendida por meio da ideia de *distinção* cuja compreensão considera que, além de socialização, existe uma classificação hierárquica dos grupos sociais promovida por tal identificação.

Para além da sociologia, o filosofo francês Gilles Lipovétsky prontificou na obra *O Luxo Eterno* uma espécie de arqueologia do luxo. Percebemos através desta obra que ao decorrer da historia a opulência e seus signos passaram a ser símbolo das distinções sociais, o que por ventura acentuou os desejos individuais e coletivos. As disputas por um lugar de destaque passaram a ser mais acirradas, pois quem o ocupasse desfrutaria do luxo.

Algumas cidades transformaram-se em capitais deste fausto, tão disputado entre homens e mulheres – Paris é o maior exemplo que podemos citar. Todavia, também houveram centros urbanos menores que simbolizaram *o requinte da era moderna*. Assim, guardadas as devidas proporções, vemos a cidade do Recife – PE no inicio do século XX emergir envolta

[25] CHATAIGNIER. 2010. PP. 17-18.
[26] SETTON. 2008. PP. 123.
[27] SETTON. 2008. PP. 133.

[29] O conceito pode ser entendido da seguinte maneira, para Setton: "conceito capaz de conciliar a oposição aparente entre realidade exterior e as realidades individuais. Capaz de expressar o diálogo, a troca constante e recíproca entre o mundo objetivo e o mundo subjetivo das individualidades. *Habitus* é então concebido como um sistema de esquemas individuais, socialmente constituído de disposições estruturadas (no social) e estruturantes (nas mentes), adquirido nas e pelas experiências práticas (em condições sociais específicas de existência), constantemente orientado para funções e ações do agir cotidiano". Cf. SETTON, 2002, p. 63.

pelos signos da modernidade, resultando em um modelo regional a ser seguido[30]. Neste espaço urbano remodelado alguns locais representavam a porta de entrada do luxo e suas tendências – o porto pernambucano era o maior umbral, tendo em vista que através do mesmo desembarcavam produtos e pessoas portadoras das mais incríveis novidades[31].

Das múltiplas ferramentas utilizadas por aqueles que propagavam tais novidades, os periódicos assumiram um papel fundamental. Repercutindo os discursos de modernização através de matérias, colunas e propagandas, jornais e revistas representaram importantes meios para criar a imagem idealizada da *cidade moderna* assim como dos *indivíduos modernos*. As revistas imlustradas[32] seriam as verdadeiras amigas das mulheres no inicio do século XX, dando os mais sinceros conselhos sobre novos produtos e tendências de moda, quase de maneira sigilosa[33].

A Revista *P'ra Você* é um exemplo destes inúmeros periódicos que circularam pelo Brasil no inicio do século XX. Originária da cidade do Recife, tornou-se nossa fonte privilegiada na averiguação da constituição do imagético feminino moderno através da indumentária. Sem embargo, é importante que frisemos o quão restrita seria a parcela de mulheres recifenses que saberiam ler, assim como as que para além deste nível educacional teriam condições econômicas de acompanhar as publicações impressas, seguindo os conselhos dispendiosos – novos modelos de roupas, calçados, aulas de piano e de *tennis no Club de Boa Viagem*. Sendo assim, constatamos de antemão que é uma revista escrita por uma elite intelectual para mulheres oriundas da classe mais abastarda.

As imagens destas pretensas beldades se transformaram em modelos da moda cosmopolita recifense, participando de matérias que destacavam suas vestimentas. Havia uma sintonia peculiar entre a coluna de fofoca e a tendências de moda, ilustradas quase sempre pelas mesmas moças, que apregoavam o que usar e como usar da melhor maneira possível.

Tema: Carnalval no Club de Tennis de Bôa-Viagem.

[30] MENDONÇA. 2011. PP. 193.
[31] IDEM, IDEM. PP.194-196.
[32] ABREU & BAPTISTA, 2010.
[33] BERNUZZI. 2015. PP. 21-24.

Tema: Bôa-tarde.

Tema: SAUDADE... *soirée jaune do club de tennis de boa viagem*. Diz-se que: "estas encantadoras tennistas dão cada 'drive' no coração da gente..."

Alguns rostos destas imagens tornam-se corriqueiros. São as moças da elite recifense, que tinham condição sócioeconomica de frequentar as festas de clubes, aulas de tênis e os banhos de sol na praia. Cientes disto, podemos constatar nas imagens dos bailes realizados no Clube de Boa Vigem vestidos *glamurosos*, que ressaltavam a silueta feminina – na primeira imagem, por ser um baile de carnaval é possível que constatemos a presença de algumas senhoras, todavia os vestidos que recebem destaque são os coloridos utilizados por quatro moças - torna-se perceptível que cores chamativas e modelos modernos eram mais utilizados

pela juventude. Fora deste período festivo, seria legitimo o uso de vestidos mais curtos, acompanhados de meias, independente da faixa etária. Todavia, as cores ainda são um modo de distinguir as moças das senhoritas ou senhorinhas[34].

Á vista disso, a escolha do vestuário propicia um excelente campo para estudar como as pessoas interpretam determinada forma de cultura para seu próprio uso, forma essa que inclui normas rigorosas sobre a aparência[35].

Tema: "felizmente as nossas garôtas já se convenceram desta verdade essencialissíma: toda a elegância dos banhos de mar, consiste justamente, em não cahir n'agua... lá em Olinda... os 'cock-tails' vão passar de moda... há outros aperitivos... banho de sol é bom para accentuar o moreno da pelle, e as lindas 'brunettes'[36] pernambucanas não vão muito com essa história dos cavalheiros preferirem as louras".

A década de 1930 foi primordial para a divulgação dos novos hábitos saudáveis através dos discursos médicos nos periódicos - exercitar-se ao ar livre e frequentar a praia para bronzear-se era fundamental. Roupas apropriadas como as vistas na imagem acima são prescritas, todavia os macaquinhos de malha canelada são compridos e discretos, com listas simples ou xadrez[37]. Por mais que as moças representassem o receptáculo dos discursos modernos, não ousavam utilizar o pijama de praia, tendência criada por Coco Chanel[38].

Na praia de Boa Viagem, assim como na cidade do Recife, calças ainda eram restritas a homens – confirmando esta tese, a revista não traz nenhuma imagem de mulheres utilizando calças em qualquer situação. O que desencorajaria o uso desta peça? Consideramos que a calça ainda representaria um signo da distinção de gêneros e estaria estreitamente ligada a figura masculina. Todavia, cremos que a Revista não utiliza imagens de moças vestindo calças justamente para não incitar seu uso, como também não recusamos a possibilidade de que houvesse figuras transgressoras.

[34] VIGARELLO, 2009, p. 219
[35] CHATAIGNIER. 2010. PP. 18.
[36] O termo "*brunette*" é utilizado, em língua inglesa, para designar a mulher morena e de cabelo escuro.
[37] CHATAIGNIER, 2010, p. 111.
[38] FOGG, 2013, p. 257.

Tema: um dia de praia no qual os jovens pousam para a retirada de algumas fotografias.

Possivelmente por questões de puder ou hábito, modelos de roupa de banho cronologicamente distintos dividiram as paginas da *P'ra Você* - o macaquinho de malha canelada e o roupão de praia utilizados paralelamente apresentaram-se, nesse caso, a convivência entre os signos do feminino moderno e pretérito. Sendo assim, também podemos cogitar que estas imagens representariam o processo mais intenso de transitoriedade entre um traje e outro.

A menção a este estilo em várias edições da revista *P'ra Você* fomentou nas leitoras um desejo pelo novo e não obstante, ao mesmo tempo, a identificação com os caracteres regionais. Nas primeiras edições é perceptível que o estilo desportivo ou despojado não era bem quisto; todavia, quando avançamos em seus exemplares, o periódico se apresenta com colunas que cada vez mais eram inspiradas em esportes como tênis, ciclismo, natação, equitação e até mesmo Golfe.

Quando o assunto era moda desportista, um nome se destacava nas páginas e nas bocas femininas pelo mundo: Jean Patou; mencionado em várias colunas da Revista, Patou inovou projetando roupas que facilitariam o mover-se feminino, com "simplicidade e elegância". O novo estilo de vida ativo das mulheres dos anos 1930 exigia roupas que permitissem liberdade de movimento.O chemise, vestido largo e tubular semelhante a uma combinação, colado às curvas do corpo, redefiniu o guarda roupa feminino.[39]

Tema: Todos os domingos, ás 11 horas, ellas vão a missa da Matriz de Santo Antonio. As ruas ficam contentes. Todos os sabbados, de tar, Ella fazem o "footing" na cidade. As ruas também ficam contentes.

Além das vestes mais práticas, as recifenses aderiram e resignificaram um estilo sutilmente perceptível na imagem acima: a

[39] FOGG. 2013. PP. 239.

melindrosa, mulher-menina, coquete, com cabelos curtíssimos e as vezes untados com Brilhantina escondidos sob o chapéu *cloche* ou uma boina caída de um lado só[40].

Tema: A proposito de chapéos.

A utilização de vestidos com o aspecto tubular e cintura deslocada para a altura do quadril foi exibido com frequência nas páginas da *P'ra Você*[41]. Esta indumentária somada a outros caracteres criava, a cada fotografia uma melindrosa, identidade feminina, oriunda do exterior, que rejeitava as normas de comportamento esperadas de uma dama, assim como representava um sintoma das mudanças sociais no mundo pós guerra. As "melindrosas" fumavam cigarros, e não só se maquiavam como também retocavam em publico o batom vermelho[42]. Todavia, ao observarmos a melindrosa regional criada por nossa fonte privilegiada devemos fazer algumas ressalvas.

Essa imagem da melindrosa era cultuada e divulgada como um ideal de beleza pelo corpo editorial da *P'ra Você*. Entretanto, ao apresentar este ícone, o recurso que normalmente era utilizado eram os desenhos criados por Lula. Ou seja, não havia fotografia de moças agindo de modo condizente com seu código de vestimenta, fumando, dirigindo carros ou retocando a maquiagem em publico.

Tema: Ruas – verificando a lista de compras – cidade – praia.

Naturalmente as moças eram fotografadas em seus passeios desacompanhadas das figuras masculinas, o que é extremamente simbólico, porém não devemos deixar de perceber como a moda dita moderna que foi importada, passou por um processo de resignificação pela cultura local, assim os signos conviveram justamente com os seus opostos, representados através de uma espécie de recato feminino.

Deste modo tornou-se perceptível que os ritmos de inovação e continuidade, assim como desenvolvimento e modernidade encontraram na moda apresentada na *P'ra Você* um viés identitário para uma parcela das mulheres recifenses, amalgamado por elementos locais e estrangeiros.

[40] CHATAIGNIER. 2010. PP. 112.
[41] BRAGA, 2007, p. 73.
[42] FOGG. 2013. PP. 239-240.

REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. *A câmera Clara: nota sobre a fotografia. Coleção 50 anos*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2015.

BARROS, José de Assunção. *Cidade e História*. Petrópolis: Editora Vozes, 2012.

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

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

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

BORGES, Maria Eliza Linhares. *História e fotografia*. Belo Horizonte: Editora Autentica, 2003.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade.* Tradução: Raul Fiker. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

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

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

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

LE GOFF, Jacques. *Por amor as cidades*. Tradução: Reginaldo Carmello. São Paulo: Editora UNESP, 1998.

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

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

MARTIN, Ana Luiza & LUCA, Tania Regina de. História da imprensa no Brasil. São Paulo: Editora Contexto, 2013.

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

MENEGUELLO, Cristina. *Poeira de estrelas: o cinema Hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50*. Campinas: Editora UNICAMP, 1996.

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

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

MOREIRA, Fernando Diniz. “A Construção de uma Cidade Moderna: Recife (1909-1930)”. In: ANAIS dos *Encontros Nacionais da Anpur*. **Disponível em:** http://www.anpur .org.br/revista/rbeur/index.php/anais/article/view/1643/1617. **Acesso em:** 17 de agosto de 2016.

MORIN, Edgar. *As Estrelas: mito e sedução no cinema*. Tradução: Luciano Trigo. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.
OLIVEIRA, Iranílson Buriti de. *A Construção de Conceitos de Família no Recife Moderno (décadas de 20 e 30)*. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, Tese de Doutorado em História, 2002.

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

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

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

REZENDE, Antônio Paulo. *Desencantos modernos: história da cidade do Recife na década de XX*. Recife: Editora FUNDARPE, 1997.

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

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

IDEM, Idem. *Historia da Beleza no Brasil*. São Paulo: Editora Contexto, 2014.

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

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

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

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