



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE EDUCAÇÃO- CEDUC II
CAMPUS CAMPINA GRANDE
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA
CURSO DE LICENCIATURA PLENA EM HISTÓRIA**

DANIELLE BRANDÃO ARAÚJO

**SENSIBILIDADES FEMININAS NAS ASTÚCIAS DA SEDUÇÃO DO CORPO: A
REPRESENTAÇÃO DA MODA EM CAMPINA GRANDE 1920-1930.**

**CAMPINA GRANDE – PB
2011**

DANIELLE BRANDÃO ARAÚJO

**SENSIBILIDADES FEMININAS NAS ASTÚCIAS DA SEDUÇÃO DO CORPO:
A REPRESENTAÇÃO DA MODA EM CAMPINA GRANDE 1920-1930.**

CAMPINA GRANDE-PB
2011

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL – UEPB

B817s Araújo, Danielle Brandão.
Sensibilidades femininas nas astúcias da sedução do corpo [manuscrito]: a representação da moda em Campina Grande 1920-1930 /Danielle Brandão Araújo. – 2011.
75 f.: il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em História) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Educação, 2011.

“Orientação: Profa. Dra. Patrícia Cristina de Aragão Araújo, Departamento de História”.

1. Moda 2. Mulher 3. Épocas - modismo I. Título.

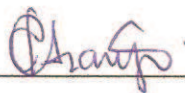
21. ed. CDD 391

DANIELLE BRANDÃO ARAÚJO

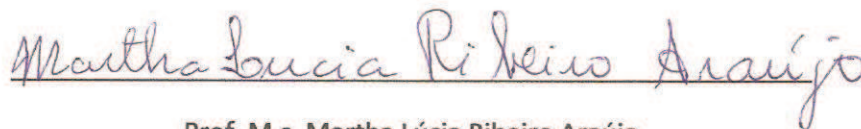
**SENSIBILIDADES FEMININAS NAS ASTÚCIAS DA SEDUÇÃO DO CORPO:
A REPRESENTAÇÃO DA MODA EM CAMPINA GRANDE 1920-1930.**

APROVADA EM 28 / 11 / 2011

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dra. Patrícia Cristina de Aragão Araújo
Orientadora



Prof. M.s. Martha Lúcia Ribeiro Araújo
Examinadora



Prof. Dra. Maria do Socorro Cipriano
Examinadora

DANIELLE BRANDÃO ARAÚJO

**SENSIBILIDADES FEMININAS NAS ASTÚCIAS DA SEDUÇÃO DO CORPO:
A REPRESENTAÇÃO DA MODA EM CAMPINA GRANDE 1920-1930.**

Monografia apresentada ao Departamento de História da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do título de graduada em Licenciatura em História, sob a orientação da Prof^a Dr^a Patrícia Cristina de Aragão Araújo

Orientadora: Prof^a Dr^a Patrícia Cristina de Aragão Araújo

CAMPINA GRANDE – PB
2011

DEDICATÓRIA

A minha mãe, Maria Gisélia Brandão Araújo, pela
dedicação, paciência e apoio, DEDICO.

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora **Prof^a Dr^a Patrícia Aragão**, pela motivação e confiança no meu trabalho, e as tantas leituras sugeridas nessa orientação.

À minha avó **Maria Zélia** pelos conselhos dados, o apoio, a paciência nos meus dias de intenso mau humor.

À minha **tia Cláudia** que me possibilitou as impressões rápidas e econômicas, de todos os resumos, não importava a hora ou o dia e por todo o apoio nas dúvidas do “mundo” dos computadores.

Ao meu pai, **Edilson Ismael** que, à sua maneira, às vezes um tanto confusa, me ajudou nos tantos congressos que participei, acreditou no meu potencial, e a todo momento esbanja orgulho pela minha conquista.

Ao meu irmão **Vinicius Brandão** que, tantas vezes, me ajudou emprestando seu quarto, seu computador para os tantos trabalhos e pesquisas nesses anos de curso, e agora no TCC.

Aos meus poucos e grandes amigos que sempre confiaram, incentivaram, acreditaram em mim, mas, em especial meu amigo **Jefferson Joyly**, que me ajudou nos momentos mais difíceis, tanto no curso, como na vida, me fez ter a certeza de que eu não tinha errado na escolha do curso, que História pode ser vista por uma perspectiva bem diferente, enriquecedora para a vida de qualquer pessoa.

E, em especial, não só dedico este trabalho, mas agradeço da forma mais ampla que possa existir, a minha mãe, **Maria Gisélia** que no decorrer desses quatro anos, acreditou que eu ia conseguir, que eu podia e posso alcançar meus objetivos, que sou merecedora de todas as vitórias alcançadas.

Eu não entendo como uma mulher pode sair de casa sem se arrumar um pouco - mesmo que por delicadeza. Depois, nunca se sabe, talvez seja o dia em que ela tem um encontro com o destino. E é melhor estar tão bonita quanto for possível para o destino.

Coco Chanel

RESUMO

O presente trabalho pretende contribuir com a historiografia local, referente aos estudos de do feminino em Campina Grande, tendo como foco as mulheres de elite, tendo em vista as articulações entre história e cultura, através da moda, em um recorte temporal de 1920 a 1930, buscando assim compreender os sentidos dado à roupa feminina pelas próprias mulheres e por cronistas de jornais que circulavam na cidade, como *“A Imprensa”* (1920), *“O Clarão”* (1922), *“Revista Campinense”* (1920), *“Revista Era Nova”* (1921), *“Revista Evolução”* (1930), *“O Século”* (1928). Nesse sentido, as reflexões se voltam para as relações entre a moda, as representações, a identidade e o consumo de elementos de moda. Revelam-se assim, a busca por mudanças dessas mulheres de elite, construídas a partir do corte de cabelo, do comprimento das saias, das representações, e das preocupações em disputar espaços além da ambiência ao privado, trabalhar com os sentidos e dizeres do corpo, traduzidos através da moda, sugerindo assim o questionamento do papel social das mulheres de elite campinense, em que a moda, por vezes, funcionava como discurso não verbal.

Palavras chave: Mulher. Moda. Campina Grande. Representação.

ABSTRACT

The present work intends to contribute with local, referring the historiografia to the studies of of the feminine one in Campina Grande, as focus the elite women, in view of the joints between history and culture, through the fashion, in a secular clipping of 1920 the 1930, thus searching to understand the directions given to the feminine clothes for the proper women and cronistas of periodicals that circulated in the city, as *“the Press”* (1920), *“the Flash”* (1922), *“Reviewed Campinense”* (1920), *“Magazine New Age”* (1921), *“Reviewed Evolution”* (1930), *“the Century”* (1928). In this direction, the reflections if come back toward the relations between the fashion, the representations, the identity and the consumption of fashion elements. They show thus, the search for changes of these women of the elite, constructed from the hair cut, of the length of skirts, of the representations, and the concerns in disputing spaces beyond the ambiência to the private one, working with the directions and to say of the body, translated through the fashion, thus suggesting the questioning of the social paper of the women of the campinense elite, where the fashion, for times, functioned as not verbal speech.

Words key: Woman. Fashion. Campina Grande. Representation.

SUMÁRIO

| | | |
|-----|---|----|
| 1.0 | Introdução..... | 14 |
| 2.0 | Moda, Identidade e Sociabilidades Femininas | 28 |
| 2.1 | A indumentária e a construção de uma identidade feminina no início da década de 20..... | 29 |
| 2.2 | As sociabilidades e as sensibilidades femininas na Campina Grande da década de 20..... | 36 |
| 2.3 | Influências da Moda em Campina Grande nos anos 20..... | 43 |
| 3.0 | Representações da moda e as astúcias da sedução do corpo na década de 20..... | 52 |
| 3.1 | O corpo e a moda nos anos 20..... | 54 |
| 3.2 | Materialidades da Moda Feminina..... | 64 |
| | Considerações Finais..... | 74 |
| | Referências Bibliográficas..... | 76 |

LISTA DE ILUSTRAÇÃO

| | | |
|----------|---|----|
| Foto. 01 | Mulher de Elite Campinense..... | 27 |
| Foto. 02 | Artigo da coluna “Sociales”..... | 30 |
| Foto. 03 | Ida das mulheres de elite campinense às compras na Rua Maciel Pinheiro em Campina Grande..... | 36 |
| Foto. 04 | As mulheres dos anos 20- Novidades na moda e adornos..... | 38 |
| Foto. 05 | Artigo “A Moral da Moda”..... | 39 |
| Foto. 06 | A modificação das indumentárias..... | 40 |
| Foto. 07 | Artigo “Perfil Feminino”..... | 42 |
| Foto. 08 | Propaganda Cinema..... | 43 |
| Foto. 09 | Propaganda da Casa de Modas “A Elite”..... | 44 |
| Foto. 10 | Anúncio Publicitário da “Casa Americana”..... | 44 |
| Foto. 11 | Anúncio Publicitário do “Armazém Triunfo”..... | 45 |
| Foto. 12 | Gabrielle Chanel..... | 46 |
| Foto. 13 | Hanna Brinkmann..... | 47 |
| Foto. 14 | A mulher dos anos 20- Vestidos curtos..... | 48 |
| Foto. 15 | A mulher dos anos 20- Dançarinas de Jazz..... | 48 |
| Foto. 16 | A mulher dos anos 20- Tipos de joias usadas..... | 49 |
| Foto. 17 | Reduto de encontros das mulheres de elite campinense..... | 50 |
| Foto. 18 | Mulher de Elite Campinense..... | 51 |
| Foto. 19 | Propaganda de produtos de higiene..... | 56 |
| Foto. 20 | A mulher dos anos 20- O cuidado com a pele..... | 57 |
| Foto. 21 | Artigo “A arte de Ser Bela”..... | 57 |
| Foto. 22 | A mulher dos anos 20- Meia-calça..... | 58 |
| Foto. 23 | Poema “Conselho Higiênico”..... | 59 |
| Foto. 24 | Mulheres de elite..... | 60 |
| Foto. 25 | Poema “Miss La Garçonne”..... | 60 |
| Foto. 26 | A mulher dos anos 20- As tendências do período..... | 61 |
| Foto. 27 | Propaganda da “Casa Iracema”..... | 61 |
| Foto. 28 | A mulher dos anos 20- Cuidados com a beleza..... | 62 |
| Foto. 29 | Nota sobre a “Elegancia”..... | 62 |
| Foto. 30 | A mulher dos anos 20- Maquiagem..... | 63 |

| | | |
|----------|---|----|
| Foto. 31 | Rua Maciel Pinheiro..... | 66 |
| Foto. 32 | Casa de chá Campinense..... | 67 |
| Foto. 33 | Propaganda da “Alfaiataria Borburema”..... | 68 |
| Foto. 34 | Vestuário de Senhorita da Elite..... | 69 |
| Foto. 35 | A mulher dos anos 20- Cores utilizadas nas indumentárias..... | 69 |
| Foto. 36 | A mulher dos anos 20- Sapatos..... | 70 |
| Foto. 37 | Mulher da elite campinense usando chapéu..... | 70 |
| Foto. 38 | A mulher dos anos 20- Chapéus..... | 71 |
| Foto. 39 | A mulher dos anos 20- Chapéu Cloche..... | 71 |

1.0 INTRODUÇÃO

a moda feminina, depois da Guerra, escandalizou o mundo. Grandes jornais de Paris, de Madrid, do Rio, atacaram-na de riso [...] a moda actual [...] é a arte aplicada em despir simuladamente a mulher para expô-la, ridícula e imbecil, às vistas do público... (A Imprensa, 1920, p.01).

Em março de 1920, o jornal **A Imprensa**, que circulava em Campina Grande, publicava o trecho acima. Chamou-nos a atenção que com o término da primeira Guerra Mundial a moda teve seu lugar ampliado, pois foi daí que o mercado se intensificou para a influência européia, que recebeu a partir deste momento, e com mais intensidade, a influência direta da França, de Londres, através de jornais, revistas e casas de comércio que, especializados em artigos de moda (como roupas femininas e masculinas, chapéus, sapatos e adereços) traziam para a capital do estado, e daí para Campina Grande o que de mais moderno havia no mercado para as moças e senhoras, sem falar de alguns homens que não deixavam, mesmo que em menor grau de intensidade, de comprar chapéus, sapatos e ternos na melhor alfaiataria da cidade.

Nosso objetivo neste trabalho é problematizar sobre a sociedade Campinense dos anos 20 e 30, como foco centrado no gênero feminino a partir da representação da moda na cidade. A mudança no comportamento feminino, que se deu também através das mudanças no vestuário, e foi alvo de muita preocupação e interesse na época. Criou-se, especialmente a partir do trabalho de cordelistas e fotógrafos da época, uma imagem da mulher moderna, uma mulher forte que acompanhava a moda e suas tendências, e por este motivo focamos nosso estudo nas mulheres da elite pois eram elas que tinham condições de estarem sempre mudando seu guarda roupa visto que, esta parcela da sociedade dispunha de recursos, e isso acabava também intensificando suas preocupações com vestuário, e com as ideias de elegância na sociedade. Essas mulheres se colocavam livres no seu gosto e maneira de ser, como consta no trecho a seguir.

Sim, senhores, um comício de mulheres [...] Mas não vão d'hai supor que sejam inglesas ou americanas, nem que discutam política, emancipação feminina direito de votos [...] Parece que a atmosfera pura do lar e da família se torna irrespirável a essas senhoras, que para não morrerem de asfíxia, vão à praça pública, declamar contra o heroísmo do homem e os vícios da moderna organização social. [...] Ella, a mulher moderna, continua, lá forma, a sua missão de reformuladora, disputando ao marido a direção e a responsabilidade dos negócios públicos (A IMPRENSA, 1924, p.01).

Neste período, entre 1920-1930, Campina Grande vivia as contradições de um processo de urbanização. Elias (1990, p. 250), destaca que

há intensa vigilância vivenciada pelos membros da classe superior a respeito da fala, dos gestos, das distrações e maneiras. Esses grupos observavam e poliam tudo o que os distinguia das pessoas de categoria mais baixa...

Estes aspectos levantados por Elias (op. cit.) ajudam a refletir sobre a compreensão dos caminhos da sociabilidade que nos vão sendo gestados no século XIX pelos grupos burgueses.

Deste modo Elias (op. cit.) enfatiza que a ascensão da burguesia no século XIX se expressará também na

ornamentação da casa, na etiqueta nas visitas, no ritual a mesa que passaram a ser instrumentalizados na esfera da vida privada e tornaram-se símbolos de conduta da elite. (ELIAS, 1990, p. 251)

Essas “ondas de expansão dos padrões de conduta civilizada” para a elite configuradas no século XIX,

fizeram-se acompanhar do aumento do poder social da mesma e da elevação do seu padrão de vida ao da que estava acima, ou pelo menos nessa direção (ELIAS, 1990, p. 252).

Essa classe alta, segundo Elias (op. cit.), passou a exigir um “padrão de vida alto e um grau bem elevado de segurança”. Seguindo este caminho reflexivo atentamos para a questão das variações culturais, ou melhor, as variações indumentárias e as normatizações da moda nas primeiras décadas

do século XX em que se cultivavam também as boas maneiras e etiquetas burguesas na sociedade Campinense.

Tomando como referências periódicos como jornais e revistas que circulavam em Campina Grande-PB na década de 20, temos como objetivos, compreender os lugares de produção da moda nesta cidade no período recortado para este estudo, bem como os perfis femininos praticantes dessa moda em setores da elite; pretendemos também, verificar como a moda influenciava as mulheres e suas maneiras de vestir, se comportar bem como suas sociabilidades e como percebiam tais questões na cidade, além das transformações ocorridas no campo cultural, artístico e social e a repercussão destes na representação da moda entre as mulheres.

Nesse contexto, a sociedade brasileira mais afortunada, e isto se dava em Campina Grande também, desfrutava das conquistas da modernidade, como o cinema, os espetáculos teatrais, o consumo de variados produtos e uma desejosa urbanidade. Segundo Berman (2007, p.15)

a modernidade não é nem um tempo, um evento ou uma teoria, projeto ou filosofia”, mas “um conjunto de experiências vividas por homens e mulheres como contradição e incerteza, sendo como tal, um desafio constante ser um sujeito moderno.

Tentamos entender, a partir de alguns interlocutores pontuais, que se viram envolvidos nesse processo, as transformações e os discursos da moda conectados com a sociabilidade em Campina Grande nas primeiras décadas do século XX.

Referindo-se às experiências de modernidade no Brasil e à introdução de novas tecnologias bem como novos modos de vida, gestados na cultura urbana, de maneira especial ao Rio de Janeiro, Sevcenko (1998, p. 522) aponta para,

o desenvolvimento dos novos meios de comunicação a exemplo da, telegrafia sem fio, e do telefone, dos meios de transportes movidos a derivados do petróleo como a aviação, e igualmente a imprensa ilustrada, a indústria fonográfica, o rádio e o cinema.

Chamamos a atenção para esse cenário de mudanças, que Priore (2006, p. 232) explica: “nunca, em período anterior, tantas pessoas foram envolvidas em tal processo de transformação de hábitos cotidianos”.

a vida de brasileiras e brasileiros era então fortemente influenciada pela industrialização, pela imigração de europeus não-ibéricos e alguns não-católicos e pela urbanização e com repercussões consideráveis sobre as principais partes do país (PRIORE, 2006, p. 232).

No Brasil, esse contexto de mudanças é também marcado pelo advento da República, tendo a repercussão destas questões e as mudanças ocasionadas no Brasil, perante ideário de progresso que marcará a reestruturação de muitas capitais, as quais passaram por reformas urbanísticas caracterizadas pela remodelação do espaço.

No contexto regional, Campina Grande passava por transformações de todas as naturezas, no que se refere, sobretudo, aos aspectos econômicos, sociais, administrativas e principalmente culturais. Pode-se dizer que a década de 20 na cidade, e no Brasil como um todo marcou uma época, na realidade foi um período que condicionou um estilo de vida. O semblante dessas transformações não era totalmente conhecido, pois, ainda se formava apoiado por um lado, na influência do modelo civilizador e modernizador da Belle Époque europeia, particularmente a francesa e, de outro, numa sólida herança cultural, advinda das nossas influências coloniais. (MELLO & SOUSA, 1996).

A cidade redefinia seu papel, começando assim a preocupar-se com a adesão do novo, tais como a construção de edifícios, destruição de becos e ruelas, abertura de novas avenidas, eletrificação de ruas e casas, construção de praças e ampliação do sistema de transporte e comunicação.

A moda, influenciada pelo cinema, pelos jornais e revistas, era um sinal de que começava a ser quebrada a rotina de uma vida de submissão, da vida feminina na cidade, de dependência ao pai, marido e filhos, quando os tinha, e até a sociedade que impunha códigos de comportamento, como se observa no código de postura (Lei n° ordem; 32) de dezembro de 1927, no artigo 273:

[...] serão punidos com multa de Cr\$ 10,00 e o dobro nas reincidências, os que [...] chegarem às janelas e portas de suas casas, ou andarem em público independentemente trajados. (Ato do Poder Legislativo de Campina Grande. 1927, p. 42).

Podemos verificar então, conforme ressalta o documento, a limitação que a sociedade campinense impunha aos indivíduos. Primeiro, pelo fato de ser este um código, que, como o próprio nome diz, codifica as posturas dos habitantes de uma cidade, delimita-as e com ameaças de punição faz com que, desta forma, seja moldada e fique legislada a maneira das pessoas, principalmente as mulheres, se vestirem e se comportarem.

Ao desconsiderar estes códigos, as mulheres vão ser alvos de críticas, pois estavam “extrapolando” os limites ditados por uma sociedade tradicional, ligada ainda ao rural, que tinham uma identidade considerada natural e que não deixava que seus membros problematizassem sobre os seus costumes. Nesse momento, começa a mulher a se transformar em problema para a sociedade, pois passa a se desvincular da família e ir de encontro aos preceitos impostos. Precisa ser vigiada através dos códigos e dos próprios familiares, para não transtornar o meio em que vive.

Partindo dessas compreensões como questões orientadoras, neste trabalho, organizamos as seguintes diretrizes: de que modo as tendências da moda eram representadas nas mulheres de Campina Grande entre os anos 20 e 30? Como a moda influenciou o comportamento feminino e as maneiras de se relacionar no contexto social, um sentido de mulher que foi visualizado na sociedade da época?

Abordando as pluralidades sociais vivenciadas em Campina Grande nas primeiras décadas do século XX a partir, sobretudo do vestuário e das relações desse processo com as sociabilidades femininas pertencentes aos grupos de elites. Assim, como evidencia Brescianni (1998, p. 237) “as cidades são antes de tudo uma experiência visual”, assim cabe ao historiador interpretar as multiplicidades desse espaço para além da realidade edificada em prédios e praças.

A cidade deve ser entendida como um espaço de constante sociabilidade e que ganha contornos visuais, estéticos, sonoros e culturais a partir das vivências dos que estão inseridos nela. Também se referindo às

ciudades Matos (2002, p. 37) enfatiza que “as transformações no espaço urbano vêm atraindo a atenção de vários historiadores”, porém lança uma advertência quando diz que,

algumas questões ainda não têm merecido a devida atenção (cabe destacar a falta de observação nas tensões entre os espaços privado e público) (MATOS, 2002, p. 37).

Tendo como referência a mulher, a moda, a representação, a sociabilidade, o cotidiano e a cultura, nossas inquirições visam a entender os significados e constituição da moda para mulheres nos estratos sociais das elites na cidade de Campina Grande, ligadas à sociabilidade, o cotidiano e às sensibilidades desse segmento social.

Diante disso, alguns autores me auxiliam nessa investigação, para uma percepção mais afinada sobre mulher e moda, recorro primeiramente aos preceitos de Bloch (1987) ao dizer que,

os fatos humanos são, por essência, fenômenos delicadíssimos, muitos dos quais escapam a medida matemática. Cumpre usar uma linguagem finíssima, uma cor adequada ao tom verbal, para traduzir bem os fatos humanos e, portanto para penetrá-los bem (BLOCH, 1987, p. 29).

Realçando tais ideias, Chartier (1990) enfatiza que,

as estruturas do mundo social não são um dado objetivo, tal como não são as categorias intelectuais e psicológicas: todas elas são historicamente produzidas pelas práticas articuladas (políticas, sociais, discursivas) que constroem as suas figuras (CHARTIER, 1990, p. 27).

De acordo com A Nova História Cultural, atualmente novas abordagens têm sido incorporados ao domínio da história. Isso, devido à emergência da história cultural francesa e da história social inglesa que enfatiza a multiplicidade de objetos da investigação histórica a exemplo das festas, mitos, doenças, sensibilidades, aspectos do cotidiano (PINSK, 2006). Um novo objeto se levanta para encarar os historiadores de frente: a moda.

Como alerta Certeau (2003, p. 190), “toda cultura é plural; toda cultura é heterogênea; múltipla”, contudo, a moda é multifacetada. Ela nos desafia

diariamente, nas bancas de revista, nos jornais, nas ruas, na internet, na televisão, no cinema, em nosso ambiente de trabalho, na sala de aula, em nossos armários e defronte ao espelho, tornamo-nos animais vestidos.

Tal constatação poderia ser aplicada a qualquer momento da história. Desde que existam cultura e sociedade, a indumentária se faz presente. A partir do Renascimento, contudo, esse hábito cultural passou a acompanhar os indivíduos na construção de identidades, na expressão estética e no convívio social. Hoje, a moda clama por uma análise profunda dos papéis que desempenha na sociedade.

Dai surgiu nossa inquietação de estudar sobre moda. Mas que moda? Ao visitarmos o Museu Histórico da Campina Grande juntamente com um professor da Academia, nós ficamos entusiasmados ao folhear periódicos que circulavam na década de 20 na cidade, e nossa curiosidade e desejo de estudar moda aguçou, quando observamos o quanto ela é “falada” e destacada nos mesmos.

Com isso, decidimos nos debruçar no trabalho de finalização do curso sobre a moda, de forma que contribuísse para a instituição acadêmica que estudamos, Universidade Estadual da Paraíba, no curso de Licenciatura em História, a partir de sua linha de pesquisa, “Cultura, sociedade e linguagem”, pois a moda é uma linguagem cultural, a roupa é uma linguagem que decide o masculino e o feminino. A sociedade da época pesquisada e principalmente nosso foco de estudo, as mulheres, falaram muito mais através dos corpos do que da fala (obliterada) elas queriam se expressar e essa era a maneira que as mesmas encontravam.

Optamos utilizar como *corpus* documental dois periódicos: jornais e revistas. “**A Imprensa**” (1920), “**O Clarão**” (1922), “**Revista Campinense**” (1920), “**Revista Era Nova**” (1921), “**O Século**” (1928), “**Revista Evolução**” (1930). Essa pesquisa qualitativa, parte do fundamento de que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito,

[...]onde este sujeito observador é parte integrante do processo de conhecimento e interpreta os fenômenos atribuindo-lhes um significado, enquanto objeto de estudo [...] cheio de significação que os sujeitos concretos criam em suas ações com ele (CHIZZOTTI, 1995, p. 79).

Utilizamos a pesquisa qualitativa, como Chizzotti (1995) afirma que,

Abordagem qualitativa parte do fundamento de que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito [...] onde este sujeito observador é parte integrante do processo de conhecimento e interpreta os fenômenos atribuindo-lhes um significado, enquanto objeto de estudo [...] cheio de significação que os sujeitos concretos criam em suas ações com ele (CHIZZOTTI, 1995, p. 79).

Para dar suporte teórico a nossa pesquisa utilizamos os jornais **“A Imprensa”** (1920), **“O Clarão”** (1922), **“O Século”** (1928) e as revistas **“Revista Campinense”** (1920), **“Revista Era Nova”** (1921), **“Revista Evolução”** (1930). Esses periódicos são fontes impressas que veiculam textos muito ricos com conteúdos sobre o foco da nossa pesquisa **“Sensibilidades femininas nas astúcias da sedução do corpo: A representação da moda em Campina Grande 1920-1930”**. Jornais e revistas que circulavam nesse período na cidade. Fizemos um recorte temporal sobre o passado procurando respeitar os códigos de uma dada época, mergulhando não apenas numa alteridade do outro no espaço, mas também no tempo.

Até meados do século XX, os estudos sobre moda eram esporádicos no campo das ciências humanas, mesmo com a alteração da importância do setor de moda desde o século XIX. Para auxílio na pesquisa utilizamos alguns estudos sobre o tema moda, a exemplo de Mello e Souza (1996). Tal pesquisa destaca-se, primeiramente por seu pioneirismo.

Trata-se de uma mulher que seguiu a carreira acadêmica e escreveu uma tese sobre moda na década de 1950. Diríamos que essas duas características são no mínimo inovadoras. Será que foi uma simples coincidência que, nessa época, o tema da moda pudesse causar tamanho interesse? A moda havia invadido o cotidiano das pessoas, pois fazia parte das preocupações dos novos habitantes do meio urbano. Porém, o período analisado por ela é o século XIX.

Mello e Souza (op. cit.) utiliza como fonte principalmente fotografias e algumas representações pictóricas. Inovadora também nisso, sua bibliografia inclui livros de ficção da época abordada. A autora demonstra uma grande erudição, e seu trabalho é obrigatoriamente citado em qualquer pesquisa de história da moda.

Há análises da moda enquanto instância simbólica construtora de sentidos e significações sociais. Este é o tema de semiólogos como Barthes (*apud* CRAINE, 2006, p. 16). Em “Sistema da Moda”, originalmente publicado em Paris no ano de 1967, o autor analisa a moda enquanto recurso que se transforma em linguagem, levando em consideração os critérios simbólicos, estabelecendo uma imbricada relação entre moda e cultura.

Obras posteriores, como a de Lipovetsky (1989), observa a moda como um fenômeno histórico, que não está relacionado apenas ao consumo, mas às transformações sociais que caracterizam a modernidade, como a individualização dos sujeitos através da aparência. Para o autor a moda atingiu uma espécie de “democratização do vestir” (p. 107). Os estilos eleitos podem ser agora reproduzidos industrialmente em grande escala, o que leva a uma maior sofisticação da produção em pequena escala, uma consolidação da alta costura, que agora passa a influenciar no gosto geral.

Uma visão bastante diferente aparece no texto de Bourdieu (2006), que vê significados através do desejo de consumo gerado pela moda, sendo que esta não escaparia de uma imposição de cima para baixo. Porém se a considerarmos como um símbolo da busca por uma individualização do gosto e da aparência, “colocá-la numa dicotomia classista seria reduzir o fenômeno” (LIPOVETSKY, 1989, *org.* p. 9-19). A moda está para além da classe e na ordem do dia da contemporaneidade, e mais do que um bordado sobre o pano da história, é uma das fibras que compõe o tecido social.

No Brasil, as produções historiográficas mais recentes, que atentam para o universo do cotidiano e de suas problemáticas sócio-históricas, vem se revigorando. Trabalhos acadêmicos que buscam trilhar os meandros da história social e cultural da moda, se sua produção e de suas significações sociais e culturais, se mostram como importantes referenciais e aporte para presente pesquisa. Diante disso, destacamos um trabalho publicado como livro em 2007. “Moda e Sociabilidade: mulheres e consumo na São Paulo dos anos 1920”, da

historiadora Maria Claudia Bonadio. O texto tem sua origem na academia, a USP do Estado de São Paulo, dado que nos revela a mudança de compreensão da moda nas universidades ultimamente. O trabalho aborda a São Paulo nas primeiras décadas do século XX e pensa a moda e seus desfechos como fenômenos sócio-históricos: história social da moda e do gênero.

Bonadio (2007), centra-se no estudo das mulheres de elite, enfatizando o quanto o emergente consumo de luxo contribuiu para que estas rompessem com os hábitos do século XIX, e iniciassem um tempo específico de participação na esfera pública.

A moda é também um fator que auxilia na construção de identidades. Ela tanto pode ser representativa de uma época, de um lugar, como de um grupo social específico e de uma nação. Ultrapassa a ideia da simples distinção da aparência para penetrar numa esfera simbólica que confere unidade aos sujeitos. Assim, através da nossa pesquisa, buscamos também na moda os indícios de uma identidade de gênero, de grupos sociais da elite Campinense.

Afinal, aparentemente copiaram-se modelos estrangeiros, das divas do cinema e revistas que circulavam no período,

a imitação não se daria de forma tão simples, através de uma doção em massa de um estilo de vestuário, mas através de uma seleção, tradução e adaptação, uma adoção cuidadosa e filtrada por gostos, identidades, valores próprios aos diferentes grupos (MACCRACKEN, 2003, p.20).

São esses fatores de filtragem e identificação através da moda que tratamos de mapear. Conforme se desenvolve a análise da fonte, vai-se desenhando a identidade do público leitor para o qual se dirigiam as matérias.

A fonte que escolhemos, jornais e revistas que circulavam do período de 1920 a 1930 em Campina Grande, não só apresentam textos jornalísticos, mas principalmente fotos e desenhos de modelos de roupa, algumas desgastadas pelo tempo, mas pesquisar moda sem se remeter às imagens seria um tanto falho. O objeto se expressa através de formas, cores e texturas, reproduzidas pela fotografia ou pela ilustração. O uso da imagem como fonte merece

atenção especial. A sua importância para a realização desse tipo de estudo é referido por Burke (2004):

Imagens constituem um guia para mudanças de ideias sobre doença e saúde e são mais importantes como evidências de padrões de beleza em mutação, ou da história da preocupação com aparência tanto de homens quanto de mulheres (BURKE, 2004, p.11).

Ora, e essas características não compõe a moda? As mudanças ocorridas com o gosto e com o parecer são mais bem apreendidas através das imagens que têm a dupla função de produzi-las e reproduzi-las.

A obra de Burke (op. cit.), publicada no idioma original em 1995, já profetizava:

Nos próximos anos, será interessante observar como os historiadores de uma geração exposta a computadores, á TV, praticamente desde o nascimento, e que sempre viveu num mundo saturado de imagens, vai enfocar a evidência visual em relação ao passado (BURKE, 2004, p. 11).

Acreditamos que ao nos inserirmos nessa geração, entre as imagens que nos bombardeiam desde cedo, as da moda chamaram nossa atenção, assim como o status que essas imagens atingiram em nossa época.

O uso de imagens por historiadores não pode e não deve ser limitado à evidência no sentido escrito do termo. Deve-se também deixar espaço para o “impacto da imagem na imaginação histórica” (BURKE, 2004, p. 16). Esse espaço permite a nós, historiadores, compartilhar posteriormente as experiências não verbais e o conhecimento das culturas do passado. Um exemplo pode ser a sensação de que as imagens de moda presentes em nossa fonte causaram na época em que foram produzidas: quando foram publicadas, a intenção não era atingir a posteridade, mas encher os olhos e conquistar a mente dos leitores, mulheres principalmente, no momento de sua realização.

As imagens podem ser utilizadas em diferentes períodos, como objetos de devoção ou meios de persuasão, como meios de transmitir informação, ou de oferecer prazer. Permitem testemunhar antigas formas de gosto. Tais

características aplicam-se às imagens contidas em nossa fonte, na medida em que servem como meio de persuasão das leitoras, ditando o que seria moda num dado momento: o que deveria ser usado, quais formas e modelos eram mais apropriados para cada ocasião. Além disso, essas imagens transmitem informação porque mostram os lançamentos de moda pelo mundo. (BURKE, 2004)

Um tema pungente no trabalho é, sem dúvida, a relação entre a moda e a mulher. Relegar a moda ao universo da mulher é uma construção do século XIX, da era burguesa, conforme Lipovetsky (1989). Antes, na era aristocrática, o homem era mais ornamentado que a mulher. Com a Revolução Francesa e a queda da aristocracia que se acentuaria nos séculos posteriores, a mulher centraria esse fenômeno da “futilidade” (PERROT, 1989, v.9, n.18, p. 09-18) e teria como função ostentar toda riqueza de seu esposo burguês, conforme escreve Perrot (op. cit.).

Em seu artigo sobre a *memória feminina*, Perrot (op. cit.) afirma que essa é uma memória do trajado, ou seja, a mulher acessa suas lembranças através das roupas que usou. Freyre (2009), acentua essa relação entre moda e o feminino, em sua obra *Modos de Homem, modas de mulher*, cujo título já deixa entrever-se uma dicotomia sexual do fenômeno. Assim sendo, decidimos privilegiar em nosso trabalho a moda feminina, porque ela é a privilegiada pela fonte, jornais e revistas que circulavam em Campina Grande, entre 1920-1930.

Este trabalho está estruturado em uma introdução e dois capítulos, ambos imbricados aos aspectos já indicados: analisar como nas primeiras décadas do século XX, as mulheres das elites de Campina Grande vão adentrando no espaço público e conquistando diversos espaços de sociabilidade, a moda e a individualidade do ser humano e de múltiplas identidades, as astúcias da sedução do corpo feminino, o novo padrão estético proporcionado pela moda e por práticas saudáveis ao corpo começou a valorizá-lo em si. Novos padrões de beleza e, por conseguinte, apresentações do corpo se construía. E por fim, a materialidade da moda, os sentidos dado às representações, tudo isto implicado nas práticas de compras, nos adornos que as mulheres de elite usavam no período de 1920 a 1930, levando em consideração os artigos e anúncios presentes nos jornais que circulavam no período.

Portanto, este trabalho se debruça sobre o universo das representações, mas adentra nas ideias sobre o corpo, a forma de vestir e a partir dos registros da imprensa, tais fontes históricas revelam vestígios importantes para a compreensão do vestuário das mulheres da elite e de sua sociabilidade em Campina Grande no início do século XX.



Foto. 01: Mulher de elite campinense
Fonte: Capa da Revista "Era Nova" (1922, nº21, p. 28)

"A moda não é algo presente apenas nas roupas. A moda está no céu, nas ruas. A moda tem a ver com ideias, a forma como vivemos, o que está acontecendo."

Coco Chanel

2.0 Moda, Identidade e Sociabilidades Femininas

Neste capítulo investigaremos alguns aspectos do vestuário feminino da elite de Campina Grande, relativos à sociabilidade, a partir dos artigos e matérias publicados nos periódicos que circulavam na cidade no início da década de 20, do século XX, tendo em vista a circulação das mesmas pelas ruas do comércio, as idas às sessões de cinema entre outros eventos sociais que as mulheres de elite participavam e eram exposto nos periódicos.

O tema latente no capítulo é a relação entre a moda e o feminino, e as alterações sociais e culturais que ocorrerão a partir dessa relação, percebendo assim que acompanhada de uma silhueta e de uma mulher com características particulares, formam a moda da época.

A partir disso, observamos que a moda é também um fator que auxilia na construção de identidades, assim mostraremos que a moda representaria a maneira como as pessoas se identificavam. Através dela as pessoas constroem uma imagem para si e para os outros. O estilo de vestir une grupos e contrapõe outros, mas, acima de tudo, marca a individualidade dos sujeitos.

2.1 A indumentária e a construção de uma identidade feminina no início da década de 20

A identidade preenche o espaço entre o público e o privado. Projetamos nas identidades culturais ao mesmo tempo em que internalizamos seus significados e valores, tornando-os parte de nós. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos e elas não se unificam em torno de um “eu” coerente. Portanto, a identidade é definida historicamente, e sua ideia de unidade é uma construção. Pensando a moda a partir dos pressupostos da identidade, valemo-nos de Souza (1996, p. 111), quando sugere que,

a moda é um dos instrumentos mais poderosos de integração e desempenha uma função niveladora importante, ao permitir que o indivíduo se confunda com o grupo e desapareça num todo maior, que lhe dá apoio e segurança.

Afinal, existiria uma via de mão dupla em que o vestuário participaria da construção das identidades, mas seria também por elas influenciado? Parece que sim. As colunas analisadas no jornal “**A Imprensa**” (1920), e na “**Revista Era Nova**” (1921) neste trabalho, supunham que os indivíduos tivessem uma posição pré-ordenada, como a de gênero, por exemplo, que garantisse diferenças fundamentais entre homens e mulheres.

Entretanto, essas funções tão definidas modificaram-se por conta das duas Grandes Guerras, ocorridas na primeira metade do século XX. Não era mais possível fingir que tudo estava em ordem e que cada sexo tinha seus papéis claramente definidos. O jornal “**A Imprensa**” (1920, s.p) nos permite depreender os papéis imaginados para a mulher no período em questão. Entre eles, os mais construídos estão o de esposa, de dona de casa e mãe.

Aos sujeitos pressupõem-se papéis, e estes, quando não mediados pela reflexão, são aceitos como naturais, ideais, justos e fixos. A época aqui trabalhada parece cristalizar dessa forma características naturalizadas, e mesmo idealizadas, para o papel desempenhado pela mulher. Entre elas estariam: a realização com o casamento, uma posição de submissão à figura

masculina, primeiro dos pais e depois dos maridos, e a manifestação do desejo de ser mãe. Na coluna analisada, na **“Revista Evolução”** (1930), um artigo chama a atenção para essa naturalização dos papéis, intitulado “Como ser boa menina”, relatava em detalhes o que a mulher deveria fazer para ser repetida na sua localidade.

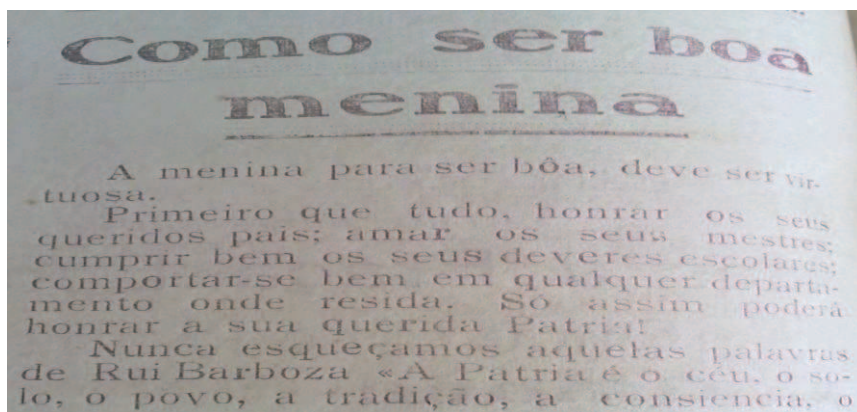


Foto.02: Artigo da coluna “Sociales”.
Fonte: Revista “Evolução” (1930, ano I, nº2, p. 18)

Se as exceções existiam, o que parece ser provável, pouco foram mencionadas pelos jornais do período, que parece assumir uma função na construção da identidade das mulheres de seu tempo.

O ideal feminino do período abordado na nossa pesquisa é corroborado pelos meios de comunicação, entre estes, estavam: **“A Imprensa”** (1920), **“O Clarão”** (1922), **“Revista Campinense”** (1920), **“Revista Era Nova”** (1921), **“Revista Evolução”** (1930), **“O Século”** (1928). Afinal, parece haver um interesse de que não haja transformação do ser humano, para que não haja mudanças na sociedade. Assim, a conquista do espaço público pelas mulheres apresentava um risco de alteração na estrutura social. Talvez por isso os trajés indicados para a mulher girem em torno de passeios, do lazer e do lar.

A moda pode também servir para fazer esse movimento de transgressão da identidade estabelecida de forma externa ao indivíduo. Haveria um paradoxo no fato de que, por um lado, a indumentária pode servir para a pessoa criar uma identidade e, de outro, a indumentária pode servir para a pessoa criar uma identidade e que possa compartilhá-la, de certa forma, massificando-se. (HALL, 2006).

A moda também exercita a alteridade dos sujeitos, quando ela se multiplica em formas e estilos, dando margem às escolhas que nunca são

casuais. As vestimentas fornecem uma forma de identidade visual imediata, como afirma Lurie (1997, p. 132):

quer gostemos ou não, as roupas e adereços proclamam o sexo, idade, classe social e ideias políticas, e, muitas vezes, fornecem informações importantes (ou falsas) a respeito de nossa ocupação, origem geográfica, personalidade, opiniões, gostos, desejos e estado de ânimo.

Parece que o fenômeno da moda abrange mais nossa identidade do que podemos imaginar. Além disso, as próprias tendências políticas, sociais e culturais não se expressam apenas no que se diz, mas também no que se veste. Assim sendo, mesmo que não acompanhem as notícias, podemos imaginar o que está acontecendo a nossa volta observando as roupas que por aí desfilam.

Laver *apud* Lurie, (1997, p. 19) afirma que “as roupas são inevitáveis. São nada menos que a mobília da mente tornada visível”. Quer dizer que através do que vestimos expressamos nossos pensamentos e desejos mais profundos, de uma forma inconsciente ou nem tanto. Lurie (op. cit.) nos diz que o vestir tem uma linguagem e é a fim de explicá-la que orienta seu livro. Assim, ela procura responder a pergunta: por que usamos roupa?

Segundo Lurie (op. cit.) existem três razões principais: a utilidade, o status e o sexo. Colocamos roupas pelas mesmas razões pelas quais nos comunicamos através da fala. Entre as motivações por detrás das roupas, estavam a de tornar a vida e o trabalho mais fáceis e mais confortáveis, esse seria um princípio de utilidade. Também nos vestimos para proclamar nossa identidade, esse seria o princípio hierárquico. Por fim, temos a intenção de atrair a atenção erótica, através de nossas roupas, esse é o princípio da sedução.

Hall (2006, p. 46) nos diz que “a identidade está relacionada ao conceito de representação. Assim sendo, a identidade pode ser compreendida como um imaginário formado por um conjunto de significados que fornecem ao sujeito uma ideia do que ele é”. A identidade torna-se, então, uma imagem, uma representação, que a moda pode ajudar a construir.

A relação entre a moda e a identidade dos sujeitos coloca-se também no panorama atual da propagada crise de identidade dos indivíduos pós-

modernos. Entretanto, a relação entre ambas já existe desde a época moderna. Nesse período as identidades traziam uma impressão de estabilidade ao mundo social, onde os sujeitos viam-se de forma unificada e estável. Hall (2006) nos aponta diferentes tipos de sujeito. O primeiro seria o sujeito do Iluminismo, para o qual o centro do “eu” era a identidade da pessoa, seguindo assim, uma concepção individualista. Já o sujeito sociológico acompanha a complexidade do mundo moderno: não é autônomo, e precisa da relação com os outros para mediar seus valores, sentidos e símbolos.

A identidade se forma na interação do eu com a sociedade. O sujeito apresenta um núcleo interior, formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais exteriores. Nesse espaço exterior, encontra-se a moda, como uma formadora de identidades.

À medida que os jornais e revistas da época são analisados em nosso trabalho são apresentadas visões acerca de um grupo de mulheres, através do modo como elas deveriam se vestir e mesmo comporta-se, estamos tratando de um elemento externo que ajuda a construir uma identidade da mulher de um determinado período. Além disso, os sujeitos individuais e suas interpretações particulares da moda estão permeados pela opinião de outros membros que avaliam a questão da aparência e do estilo.

A identidade é uma produção social, e é no interior das relações sociais que ela encontra subsídios para ser reproduzida ou questionada. Ela está sujeita a processos de disputa de poder. Portanto, se as roupas nos oferecem uma forma de linguagem como afirma Lurie (1997), a moda é construtora de identidade.

A diferença sexual é um marco de constituição da identidade dos sujeitos. A identidade de gênero está permeada por questões do masculino e do feminino, forjadas por práticas sociais feminilizantes e masculinizantes. Isso justifica a presença de regras comportamentais destinadas a cada sexo e, em especial, às meninas, cuja fiscalização parece ser mais incisiva. Particularmente no período da nossa pesquisa, como afirma Esteves (1989),

as moças jovens deviam tomar muito cuidado com sua reputação. A mesma estava relacionada a comportamentos expressos no trato com os rapazes e na forma escolhida para vestir-se (ESTEVES, 1989, p. 110).

A mulher nas primeiras décadas do século XX, vê sua vida de dona de casa facilitada por invenções modernas como os eletrodomésticos, a exemplo de geladeiras mais potentes, fogões dentre outros (MALUF, 1998). Mas como no Brasil eles possuem um custo elevado, só as mulheres da elite tinham acesso. Os meios de comunicação mais importantes, era a imprensa, o rádio e o cinema. Eles aumentaram o acesso e a circulação de informações e alteraram as opções de lazer e entretenimento, influenciando mudanças nos padrões de comportamento, a exemplo também dessas influências, é importante destacar que no período analisado corresponde, culturalmente, à época do desenvolvimento da arte contemporânea no exterior.

O Brasil estava ainda sob o impacto da Semana de Arte Moderna de 1922, é também a época de ouro do rádio, com destaque para o samba e figuras icônicas como Carmem Miranda, e o cinema como já falado influenciava as mulheres da época sobre os estereótipos de beleza e o campo da moda. Rezende (1993).

A identidade assim como a moda é multifacetada. A moda dissolve-se em nosso caldo de cultura e torna-se capaz de impregnar as personalidades e os corpos. Esta pode perfeitamente conformar as diversas faces de um mesmo indivíduo e auxiliar na composição de sua identidade.

A moda possui características que perpassam épocas específicas da história, mas em cada uma delas o fenômeno está intrinsecamente ligado à temporalidade que o produz. O problema é resolvido quando percebemos que a formação da moda acontece baseada numa noção estética idealizada no momento.

Baudelaire (2005) argumenta que no século XIX, aquele que observasse as modas francesas desde a sua origem não encontraria nada chocante ou surpreendente. Variam transições organizadas e gradativas sem lacunas. O mesmo não se aplica ao século XX, devido às rápidas transformações tanto tecnológicas como sócio-culturais observadas de uma década para outra. O comprimento das saias, os penteados e cortes de cabelo, as cores e os tecidos variam de uma forma surpreendente.

A famosa figura do *flâneur*¹, aquele que passeia incógnito pela cidade moderna e que tudo observa, serve também a moda. Entre seus objetos de observação, estão as mulheres onduladas e as belas crianças, felizes por estarem bem vestidas:

Se uma moda, um corte de vestuário foi levemente transformado, se os laços de fita e os cachos foram destronados pelas rosetas, se a mantilha se ampliou e o coque desceu um pouquinho na nuca, se a cintura foi erguida e a saia alargada, acreditem que a uma distância enorme seu de águia já adivinhou. (BAUDELAIRE, 2005, p. 22)

Este seria o olhar aguçado do observador moderno, que capta as transformações no vestir. Este observador,

busca algo, ao qual se permitirá chamar de Modernidade; pois não me ocorre melhor palavra para exprimir a idéia em questão. Trata-se, para ele, de tirar da moda o que esta pode conter de poético no histórico, de extrair o eterno do transitório". (BAUDELAIRE, 2005; p.25)

Sobre a efemeridade do fenômeno da moda Baudelaire (2005, p. 26) diz ainda: "Não temos o direito de desprezar ou de prescindir desse elemento transitório, fugidio, cujas metamorfoses são tão frequentes". Então, a moda torna-se cara à compreensão dos fenômenos ditos modernos. Apesar de seu ritmo acentuado de efemeridade, e talvez por isto mesmo, trata-se de um rico objeto de pesquisa.

Lipovetsky (1989, p. 29) lança um questionamento importante a respeito da moda: "como uma instituição essencialmente estruturada pelo efêmero e pela fantasia estética pôde tomar lugar na história humana?". A resposta de tal questão não é simples, mas considerando o papel da cultura para a formação histórica, os hábitos que a compõem devem ter seu papel garantido dentro das pesquisas na área. Justamente por estar relacionado com a subjetividade dos sujeitos históricos, esse fenômeno fugidio não poderia escapar da análise.

¹ É um observador que caminha tranquilamente pelas ruas, apreendendo cada detalhe, sem ser notado, sem se inserir na paisagem, que busca uma nova percepção da cidade. Disponível em: <http://puc-riodigital.com.puc-rio.br/media/2%20-%20o%20novo%20fl%C3%A2neur.pdf>. Acessado em: 20 de setembro de 2011.

Talvez tenha chegado o momento de tentar compreender as experiências estéticas localizadas em seu tempo e espaço, e analisar a relevância que apresentam dentro de determinadas culturas. Procuramos compreendê-las através da moda, precisamos abandonar a velha crítica gasta de que se trata de experiências burguesas que aprofundam diferenças sociais. Elas compõem identidades, memória e história. A moda designa um espaço do sujeito, sua posição temporal, de classe, de gênero, sua identidade e suas sensibilidades.

2.2 As sociabilidades e as sensibilidades femininas na Campina Grande da década de 20.

Investigando alguns aspectos do vestuário feminino das elites campinenses, articuladas à sociabilidade, a partir da circulação das mesmas pelas ruas do comércio, as idas às sessões de cinema, às festas e bailes e observando os artigos dos periódicos pesquisados, o jornal *“A Imprensa”* (1920), *“O Clarão”* (1922), *“O Século”* (1928), *“Revista Campinense”* (1920), *“Revista Era Nova”* (1920), *“Revista Evolução”* (1930) podemos afirmar de fato que, a ida das mulheres ao comércio era muito comum no início do século XX. Destacamos as mulheres de elite que circulavam pelas ruas de Campina Grande, não raro em busca de peças de tecidos e enfeites variados para compor o seu vestuário e o de sua família.



Foto. 03: Ida das mulheres às compras na rua Maciel Pinheiro em Campina Grande.
Fonte: Jornal *“A Imprensa”* (1922, sp.)

A moda era um dos mecanismos que a mulher procurava para expressar diferentemente sua presença na sociedade, para encontrar um modo de convivência mais harmônica e, aos poucos, ir burlando as estruturas tradicionais que ainda configuravam a cidade.

É a inconstância característica da moda e, no geral, do mundo moderno, é a efemeridade que assustava alguns críticos, como o cordelista João Martins de Athayde, ele afirmou nos jornais pesquisados que a moda corrompe as mulheres, as modifica e as deixam “mal vestidas”, às vezes despidas ou desprevenidas. (A IMPRENSA, 1923, sp.)

Isto é colocado pelo cordelista e verificado também nos críticos que escreviam nos jornais, como **“O Clarão”** (1922) de forma exagerada e metafórica, quando é designada a ação dos que presenciavam a mudança, o comportamento como sendo vergonhoso e impróprio: uma medição “exata” do tamanho das roupas, dos decotes, justaposição da blusa ousada sobre os seios voluptuosos das mulheres:

Conheço certa senhora
Que é esposa dum doutor
Quando ela sai a passeio
O povo treme de horror
Pois seu modo de trajar
Já tem dado o que falar
A quem não é falador.
Traz a cabeça pelada
Bem raspadinho o cangote
O vestido que ela usa
Tem três palmos de decote
Sendo de frente ou de banda
Vê-se bem quando ela anda
O seio dando pinote. (ATHAYDE, s/d, p.02)

Através da moda, os críticos enfatizam o seu descontentamento em relação às mudanças e aos desfrutadores dos bens modernos, como as mulheres, principalmente as mais jovens, que acompanhavam a modificação do mundo e que por isso estavam marginais na sociedade.

Mott e Maluf (1998), em seus estudos sobre os recônditos femininos indicam que com o avançar das primeiras décadas do século XX, as mulheres de elite rompiam com as normatizações habituais e se colocavam no espaço público, como reformadoras do seu próprio mundo social.

De acordo com as autoras, no final do século XIX, ainda se observava, na esfera da vida privada, uma divisão de funções estabelecidas entre homens e mulheres. A imagem da mãe-esposa e dona de casa era mantida, além de corresponder àquilo pregado pela Igreja, médicos e juristas. As mudanças do comportamento feminino, ocorridas ao longo das três primeiras décadas do século XX, segundo as autoras, foram influenciadas pelo desenvolvimento industrial e urbano, o acesso à educação escolar, o advento de uma imprensa feminina que “realçava a importância e o sentido da educação” Mott e Maluf (1998, p. 390).

O avanço do feminismo e as frequentes reivindicações das mulheres por oportunidades acabaram por abrir caminhos para profissões fora do lar, como também alterou aquele discurso de mulher frágil e subordinada. As mulheres de classe média e alta no Brasil nas primeiras décadas do século XX passavam a repensar a influência da Igreja, o sentido de família, o mundo do trabalho e o seu papel social. Os novos comportamentos dessas mulheres já se anunciavam no século XIX. Hahner (2003)

E em meio às críticas, ditas anteriormente, meias transparentes e sapatos com fivela se multiplicavam, as mulheres se adornavam cada vez mais, ligadas às mudanças, através do cinema, jornais, rádio e revistas, estavam mudando e, de certa forma, impressionando os homens.



Foto. 04: As mulheres dos anos 20- Novidades na moda e adornos
Fonte: Google Imagens. Disponível em: <http://www.googleimagens.com.br> Acessado em: 12/10/2011

Sobre esta nova mulher que surgiu recaiu a ira dos críticos da modernidade que demonstravam seu horror a esses sinais, utilizando o discurso religioso, que defende uma moral tradicional, um comportamento e um estilo de roupa que aos olhos da Igreja era considerado o mais correto, e condenando ao inferno quem se colocasse despudorado e desonesto, pois:

[...] à medida que as mangas e as saias sobrem, nelas sobrem, arrepiados, da cabeça [...] a mulher é, ao mesmo tempo, agente de satanás e anjo. É parceira do diabo incumbida de tentar o homem com mostração de perna, coxa, sovaco e seio (ALMEIDA e SOBRINHO, 1990, p. 362)

Há nas críticas de então uma insegurança, um apelo à manutenção dos costumes e um ataque à modernidade através dos exemplos proféticos, da visão apocalíptica sobre o “fim dos tempos”. É uma luta contra a nova maneira de ser da mulher, maneira esta que quebrava os padrões tradicionais e que foi substituída por outros que, embora efêmeros, eram desafiadores e atuais.

As mulheres de elite de Campina Grande eram vistas pelos mais conservadores como frágeis, que deviam cultivar as qualidades das boas “senhorinhas” (IMPrensa, 1924, s/p). Deveriam ser delicadas e se manterem alheias aos assuntos que não lhe diziam respeito, como política e economia. Porém, seus comportamentos ganhavam novos sentidos na sociedade Campinense soando como um grande alarme para os conservadores. Como no artigo observado na Revista “Era Nova” (1922, nº22, sp.), intitulado “A Moral da Moda”, onde o cronista não identificado mostra o mal que a moda pode trazer para a moral e os bons costumes da sociedade.

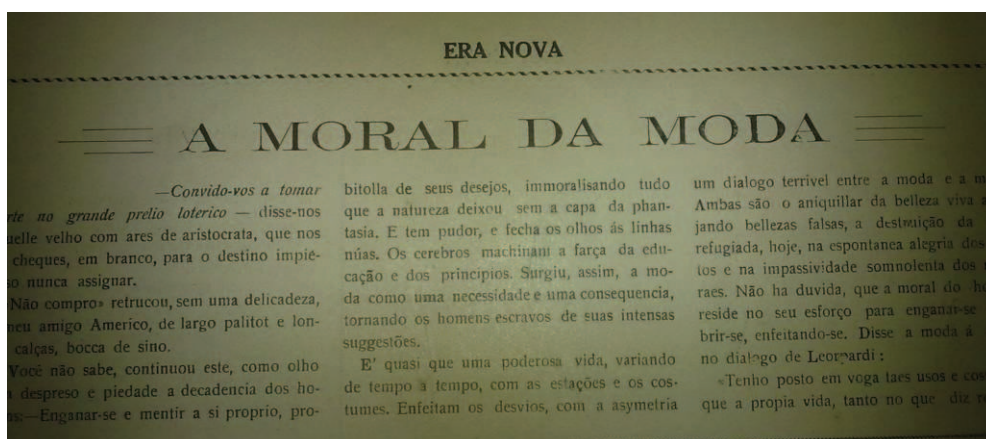


Foto. 05: Artigo “A Moral da Moda”
Fonte: Revista “Era Nova” (1922, nº22, sp.)

Além dos críticos diretos, temos os fotógrafos que, embora poucos na cidade, tinham uma certa importância na construção do moderno. Estes contribuíram para dar outra percepção às maneiras da mulher se vestir, de se colocar perante a sociedade através de sua câmara que recorta, delimita e fantasia o real, davam ênfase ao belo, ao sonho da mulher atual que é diferente da figura comum de mulher “esposa-dona-de-casa-mãe-de-família” (RAGO, 1987, p. 61).

Registravam desta forma o que chamava atenção, o que estava sendo demonstrado como importante naquele momento que era a moda, a roupa que

ia mudando aos poucos: ficando mais justas da cintura para cima, mais largas e leves da cintura para baixo, mais decotadas, mas curtas na altura do joelho e com mangas que mostravam cada vez mais os braços nus e elegantes das mulheres.



Foto.06: A modificação das indumentária.
Fonte: Revista "Era Nova" (1922, nº21, sp.)

Mello e Souza (1996), aborda as dinâmicas dos movimentos, costumes e gestos, traduzindo as funções artísticas, simbólicas e sociais da moda. Para a pesquisadora, no decorrer do século XIX, a moda passa a ter um papel fundamental no universo organizacional da sociedade. Segundo Mello e Souza (op. cit.),

moda é um todo harmonioso e mais ou menos indissolúvel. Serve a estrutura social, acentuando a divisão de classe, além de reconciliar "o conflito entre o impulso individualizador de cada um de nós, necessidade de afirmação como pessoa, e o socializador, necessidade de afirmação como membro do grupo (MELLO E SOUSA, 1996, p. 99).

Nesse sentido, a "moda tanto pode refletir as transformações sociais como opor-se a elas através de inúmeros subterfúgios". Mello e Souza (op. cit.) também anota que,

com efeito, a moda é um dos instrumentos mais poderosos de integração e desempenha uma

função niveladora importante, ao permitir que o indivíduo se confunda com o grupo e desapareça num todo maior que lhe proporcione maior aceitação (MELLO E SOUSA, 1996, op. cit., p.111).

Em Freyre (2009), também podemos compreender um pouco das críticas ditas anteriormente, pois diante de suas críticas e preconceitos em relação a uma possível volta de vestidos de senhoras, com cinturas em baixo do braço, que faziam com que o corpo feminino naquele momento com cinturas bem marcadas perdesse a sua beleza, pelo olhar do articulista.

Deste modo, Freyre (op. cit.) destacou as influências estrangeiras nas modas do Brasil, denominando-as como padrão de modernidade e civilidade. Podemos perceber que, a moda é variável no tempo e resultante de determinado gosto, ideia, capricho ou das influências do meio, regulando a forma do vestir, calçar, pentear.

Naqueles anos, 1920 a 1930, as mulheres de elite mostravam-se capazes de falar sobre cinema, moda, “fuxicar” sobre a vida alheia dos membros da sociedade. Ao ler alguns trechos na “**Revista Campinense**” (1922), e a “**Revista Era Nova**” (1920), esses nos revelam uma mulher urbana envolvida com as frenéticas novidades das primeiras décadas do século XX em Campina Grande.

Percebe-se também que alguns cronistas da época passaram a abordar temas como os *flirts*, moda e beleza. Estes representam as ideias em voga e buscavam registrar em suas crônicas os reflexos de um tempo com novos valores.

De fato, como sugere algumas crônicas dos jornais, “**Revista Era Nova**” (1920), **A Imprensa**” (1920), as mulheres de elite, podiam sair de casa para um simples passeio no centro da cidade, com direito à parada num salão de chá, indicando a constituição de uma cultura urbana, marcada por novas sociabilidades e novos padrões de consumo.

Como nesse artigo, intitulado “Perfil Feminino” da coluna Notas Elegantes, da Revista “Era Nova” (1924)

NOTAS ELEGANTES

Perfil feminino

Mlle. E. A.

No esplendente frescor da juventude
Entre raios de amor e de alegrias,
Pompeas, num crescendo de harmonias,
Na apotheca da força e da saúde!
Vivez num delírio em que se illde
O aureo esplendor dos teus formosos dias;
E és, no ~~extase~~ de brandes symphonias,
Um symbolo sereno de vida.
Tãoz e alavz efflora ao extase bendito
Do mundo interior que em nós perdura,
Num anseio de vós pelo infinito . . .
E vivez a gloria da vida serena
Essos contigos, além do firmamento,
O encanto e o seductivo de ser amante
acordo accordo

leiros verdes. O sol descendo para o serredor
do oceano, corria o firmamento com pin-
celadas côr — de rosa.
O céu era uma enorme taça de azulena
azul entornando sobre a terra o liquido pre-
cioso da luz crepuscular.
Uma silhueta, sequer, não apparecia . . .
Que tristeza . . . !
De repente, surge o grandioso perfil de mlle.
M. S. Seu passo melido resda dentro do silen-
cio rithmicamente. A sua belleza adolescente
empresta uma suavidade encantadora á praça
quasi deserta. O seu corpo tem a elegancia
heraldica de um lyrio de Florença e o seu ros-
tinho de princeza de bairrada ostenta o mais
captozente de todos os sorrisos.
Ella passeia de seus olhos alegres por to-
dos os cantos e da praça, como a procurar al-
guma. Talvez uma sua singuilar.
Subito, de seu olhar encontra-se com os
olhos de que todos os cantos. Quem está triste
é você meu amigo . . . A tristeza, lembre-se
dizo, é um corvo que só se agarrava dentro
das almas doentes. Alegria é saúde. Seja ale-
gre portanto.
— A alegria demasiada torça-se frivolidade.
— Muito mitigada para para que me torça.
— Ou, não . . . de não quer . . .
— Meu amigo, a vida é um pégo cujo fun-
do não deviamos esquecer. Não é que nós
deve saduzir é apenas o perfume, embora pas-
segiero, dos totos que lhe flocem e caper-
ficio.
— Isto é uma verdade que não cometa a
todos . . .
— Porque nem todos sabem viver . . .
É accidentale, apertadamente a não.
— Vozes flocem a vontade, não é morte,
nem de praça, e não que muitos amos, a fo-
licidade comete a frivolidade de um momen-
to que passa. Admito . . .
— Não se esqueça de alavos abundantemente,

Foto. 07: Artigo "Perfil Feminino".
Fonte: Revista "Era Nova" (1924, s/v, sp.)

2.3 Influências da Moda em Campina Grande nos anos 20

O cinema, também é importante destacar, ganhava status de espelho da modernidade para algumas mulheres da elite Campinense que o frequentavam. Nas salas de exibição elas podiam expor seus figurinos, acessórios, tudo muito de acordo com a ocasião. Na cidade de Campina Grande, por exemplo, o cine Apollo e o Fox foram pontos de encontro para os encantadores *flirts*, conforme sugere a documentação pesquisada.



Foto. 08: Propaganda Cinema
Fonte: Revista "Evolução" (1930, ano I, n°4, p. 12)

Os grandes pedidos de mercadorias realizados pelas lojas criavam novas lógicas de consumo e de estratégias de propaganda que foram se modificando nas primeiras décadas do século XX. As "ofertas" tornavam-se mais comuns nos anúncios de jornais e periódicos que circulavam em Campina Grande. Os anúncios publicitários utilizavam a moda através de imagens femininas vinculadas aos produtos destinados à mulher e também a muitos outros. ("**A IMPRENSA**", 1920)

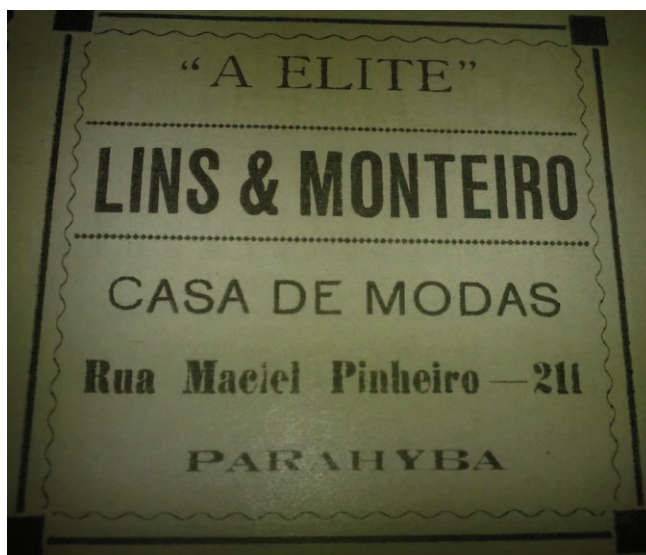


Foto. 09: Propaganda da Casa de Modas “A Elite”
Fonte: Jornal “A Imprensa” (1920, sp.)

Observando as revistas e jornais, notamos a quantidade de anúncios direcionados aos anseios femininos. Há de se levar em consideração a análise de Bonadio (2007), quando diz que a publicidade desconstruirá a mulher mãe-esposa, para criar a consumidora. Antes associada ao ócio do lar, ela naquele tempo ganhava uma imagem dinâmica, associada à cidade através do comércio.

É a mulher quem sai às compras e é ela que a publicidade se dirige. A indústria publicitária coloca a mulher mais perto da modernidade, anuncia os novos modelos de roupas, móveis e eletrodomésticos (como citados anteriormente) indispensáveis à mulher moderna, dinâmica e sociável.



Foto. 10: Anúncio Publicitário da “Casa Americana”
Fonte: Jornal “O Século” (1928, sp.)

Como a moda, a cidade moderna exige de seus moradores reformulações nos códigos de sensibilidade, ditados por antigas relações entre o homem e o espaço natural. Nesse território que obriga as famílias a estabelecerem uma relação de adequação com os novos códigos, muitos se embriagam no desejo de comprar, de acompanhar tendências do mundo. A mercadoria torna-se um fetiche para os consumidores, transformando o valor dos objetos, determinando uma visibilidade que ultrapassava o olhar natural. Albuquerque (2000)

Organizados sob o regime de signos, cada comercial procura celebrar a diferença, dando visibilidade a marcas de prestígio social. Essa visibilidade submete-se, como os demais sentidos, “a um regime de sensibilidade, a códigos sociais de sentir que se gestam historicamente” (ALBUQUERQUE, 2000, p. 21). Essas propagandas ultrapassam o simples registro de mais um produto publicitário: mostram a rendição das mulheres às solicitações de consumo modernas.

A maior parte destes anúncios publicitários mostravam o que demais estava se usando na moda em Paris, fazendo assim com que as mulheres de elite Campinense aguçassem seus desejos de possuir essa indumentária.

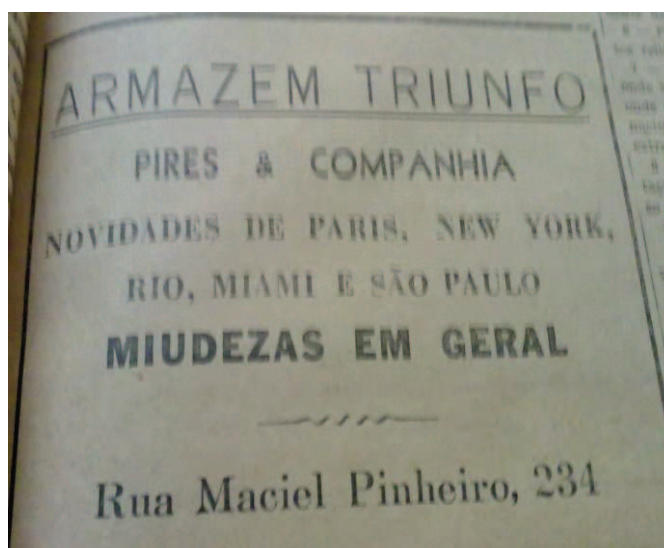


Foto.11: Anúncio Publicitário do “Armazém Triunfo”
Fonte: Jornal “O Século” (1928, sp.)

Falando nessa indumentária parisiense, não podíamos deixar de falar de uma grande mulher incentivadora dessa moda revolucionária das primeiras

décadas do XX, Gabrielle “Coco” Chanel que, com sua personalidade marcante, trouxe para as mulheres roupas elegantes e funcionais, mas sem perder a feminilidade.

Em 1926, criou o uniforme para as noites da nova mulher, que devia ser elegante e desportiva como um jovem, cortar os grandes caracóis e vestir saias com que pudessem saltar para um elétrico e dançar o charleston tratava-se de um vestido em crepe-da-china preto, que a edição americana da Vogue, por causa da sua funcionalidade democrática, definiu como o Ford da moda (KONEMANN, 1999, p. 103).

Para Konemann (1999), ela foi a figura feminina que não somente desenvolveu um estilo reconhecido até hoje, mas também influenciou o comportamento das mulheres durante várias décadas. Sua biografia mostra uma órfã criada num convento, que se transformou em cantora de cabaré para posteriormente ingressar no mundo da moda com uma loja de chapéus.

Chanel nasceu em Saumur, na França, em 19 de agosto de 1883. Perdeu a mãe aos 12 anos e foi mandada pelo pai, junto com suas irmãs, para um orfanato religioso onde aprendeu a costurar. Quando saiu do orfanato, Chanel trabalhou numa loja de tecidos durante o dia e, à noite, apresentava-se no Grand Café, cantando *Qui qu'a vu Coco?* O sucesso entre os jovens militares e aristocratas que frequentavam o café fez com que recebesse o apelido de Coco, embora afirmasse que o pai foi o primeiro a chamá-la assim.



Foto.12: Gabrielle Chanel.

Fonte: Google Imagens. Disponível em: <http://www.googleimagens.com.br> Acessado em: 20/10/2011

Chanel chamava a atenção por seus trajes despojados e calças de montaria, e sua simplicidade contrastava com o vestuário das senhoras

elegantes da época, ainda adeptas da silhueta em “S”. Chanel, tinha os cabelos curtos e era independente, mas fazia questão de manter sua feminilidade, pois acreditava que a equivalência era importante, mas a feminilidade, imperativa.

A maioria das atrizes de cinema se vestiam com roupas de Chanel, fazendo assim com que as campinenses quisessem aqueles modelos exatos, estando assim, modernas, chiques e “na moda”. A exemplo esta foto de uma estrela de cinema, Hanna Brinkmann, do período estudado, observado na Revista “Era Nova” (1922).



Foto.13: Hanna Brinkmann
Fonte: Revista “Era Nova” (1922, nº21, sp.)

Falando nessa influência e na indumentária que estava se usando no período pesquisado, segundo Dorfles (1988), os vestidos assemelhavam-se a sacos curtos, decotados e frequentemente sem mangas, já os chapéus encolheram, assumindo a forma de sinos apertados e as curvas desapareceram, pois passou-se a admirar “uma silhueta de menino”, (DORFLES, 1988, p. 39) achatada tanto na frente quanto atrás, com pernas longas e finas.



Foto. 14: A mulher dos anos 20- Vestidos curtos

Fonte: Google Imagens. Disponível em: <http://www.googleimagens.com.br> Acessado em: 28/10/2011

É relevante também destacar a influência do Jazz nos anos 20 na moda, contudo na sociabilidade das mulheres de elite Campinense, na moda, o funcionalismo, simplificação e utilidade eram palavras em voga à época. Os anos 1920 também ficaram conhecidos como a **“Era do Jazz”**, já que esse estilo musical foi muito importante para a moda do período.

Foi uma década de prosperidade e liberdade, animada pelo som das Jazz-Bands e pelo charme das melindrosas, as mulheres modernas da época, que frequentavam os salões e traduziam em seu comportamento e modo de vestir o espírito da época (DORFLES, 1988, p.85).

As mulheres deixavam o espartilho e passaram a usar curvas retas, os vestidos eram mais curtos, os braços ficaram à mostra, tornando-se mais livres. Nesse contexto, as mulheres tornaram-se independentes e consumidoras ativas, podendo ter livre escolha e também, a diversão obteve prioridade para a vida das pessoas, tornando a dança importante para a valorização da moda nesta época. Dorfles (1988)



Foto. 15: A mulher dos anos 20- Dançarinas de Jazz

Fonte: Google Imagens. Disponível em: <http://www.googleimagens.com.br> Acessado em: 28/10/2011

Os ritmos em evidência foram o *charleston*, o *foxtrot* e o *jazz*. Com isso, as roupas precisaram se adaptar à nova onda (DORFLES, 1988).

Os vestidos que as mulheres usavam na época eram mais curtos, leves e elegantes, com braços e costas à mostra para facilitar os movimentos. As meias eram em tons de bege, sugerindo pernas nuas e a atenção estava toda voltada aos tornozelos (DORFLES, 1988).

Historiadores da moda sugeriram várias explicações para o fenômeno dos anos 20. Alguns atribuíram à necessidade da espécie humana de manter seu número; para compensar a perda de população na Primeira Guerra Mundial. Segundo essa teoria, a moda feminina tinha de ser provocadora sexualmente para impulsionar o índice de natalidade (DORFLES, 1988, p. 87).

A silhueta curta e tubular da mulher tornou-se referência aos novos padrões artísticos em vigência na época, o movimento de Art Déco, privilegiando as formas geométricas. Aspectos esses influenciadores não somente no vestuário, mas também nas jóias, nessa época popularizaram-se o uso de materiais semipreciosos.

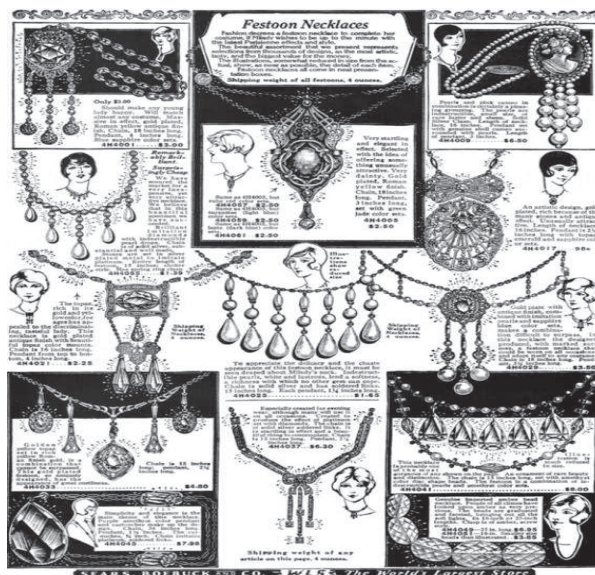


Foto. 16: A mulher dos anos 20- Tipos de jóias usadas
Fonte: Google Imagens. Disponível em: <http://www.googleimagens.com.br> Acessado em: 28/10/2011

Nos anos 1920, os vestidos encolheram e as mangas encurtaram, os tecidos tornaram-se mais leves, propiciando os movimentos das mulheres. E a mulher da elite Campinense se vestia dessa forma para ir aos seus passeios e assim se sociabilizar na cidade.



Foto. 17: Reduto de encontros das mulheres de elite campinense.
Fonte: Revista Campinense (1920, sp.)

Para além do lazer, o cinema era o espaço também de sociabilidade feminina, como falado anteriormente, escolhido por elas, dada a possibilidade de serem vistas e distinguidas, por vezes levando em consideração seus *trajos* e adornos. Porém não nos esqueçamos de como as atitudes, fossem nos flertes ou no fato de ir ao cinema na companhia das amigas, significava a emergência de um novo padrão de comportamento se anunciando.

Os observadores dessas *damas* enchiam as revistas e jornais com notas e crônicas sobre as modas nos cinemas, conforme vimos. De fato, vemos nessas crônicas que os modismos não dizem respeito apenas às roupas, mas também a formas de comportamento social, a exemplo dos olhares entre homens e mulheres que se davam nas salas de cinema.

A moda para nós torna-se tema da historiografia, logo, mais um princípio de leitura social e histórica. Percebemos na assiduidade de crônicas e passagens nos periódicos consultados atenção, não somente as roupas e os espaços prediletos para seus usos. Podemos também apreender dentre estas tantas, vestígios para se pensar a ideia de corpo, beleza, saúde, aparência, consumo e a própria materialidade.



Foto. 18: Mulher de elite campinense
Fonte: Capa da Revista "Era Nova" (1922, n°21, p. 32)

"A roupa deve ser, antes de tudo, cômoda e prática. É a roupa que deve adaptar-se ao corpo e não o corpo que deve deformar-se para adaptar-se à roupa."

Coco Chanel

3.0 Representações da moda e as astúcias da sedução do corpo na década de 20

Neste capítulo refletiremos sobre os sentidos do corpo e moda, o momento que as mulheres atravessam no início do século XX quanto à concepção de pensar o corpo, a ideia de aparência por meio das roupas eram tecidos os critérios da escolha de materiais e cores empregados nas vestimentas femininas da elite campinense.

Roche (2007) nos proporciona um estudo revelador de como o consumo e a cultura das representações desenham e conduzem uma sociedade e de como os códigos materiais, a exemplo das roupas, revelam e decodificam mudanças na economia e nos comportamentos. A indumentária é analisada por Roche (op. cit.) como um influente instrumento de acesso ao mundo social, fosse entre as elites e ou entre as camadas populares.

Essas mulheres de elite, utilizavam todos esses artigos e adornos, para mostrar o jogo de poder que elas tinham, elas mostravam quem eram, e a que lugar pertenciam através do que consumiam. Por meio das suas diferentes posturas os sujeitos valiam-se de um tipo de 'tática de consumo' (CERTEAU, 1994, p. 45).

As mulheres de elite consumiam os produtos expostos, então as lojas de tecidos, principalmente, cresciam na cidade, essas mulheres, consumidoras desses produtos, se apropriavam através dos acessórios a exemplo do chapéu, de um tipo de tecido, de um calçado, para assim mostrar sua identidade de lugar que pertence, para mostrar através do corpo, o poder que ela representava. A mulher de elite representava através do corpo, do penteado que adornava sua cabeça, nas relações de sociabilidade, o lugar a que pertencia.

Roche (2007) apresenta seus entendimentos que partem de ampla documentação sobre consumo e das coisas. Para Roche (op. cit.) a compra e a forma de utilização dos objetos espelham o funcionamento dos mecanismos sociais, alteram a economia e os comportamentos questionando normas religiosas e morais da sociedade. Do século XVII ao XVIII a vida pública girava em torno da burguesia em ascensão e de uma aristocracia em declínio, Roche (op. cit.) além de visibilizar confrontos de hierarquias indumentárias, bem como

as necessidades de imitação e na predileção dos mais abastados pela moda. Suas proposições nos ajuda a pensar no consumo e nos significados das representações e as astúcias do corpo no início do século XX em Campina Grande.

3.1 O corpo e a moda nos anos 20

O sociólogo, ELIAS (1990), não trata da moda propriamente dita, mas trabalha com a ideia dos modos civilizados do ser humano, com os costumes, passando por questões da representação. A pergunta que lança é inquietante: “como os homens se tornaram educados e passaram a tratar-se com boas maneiras?” (ELIAS, 1990, p. 9), a partir da leitura, observamos que os modos de conduta passaram por um adestramento sócio cultural e mesmo psíquico. Portanto, o processo que leva à civilização dos costumes seria uma prova de que não existe atitude natural do ser humano.

Assim, podemos afirmar que vestir-se não é uma atitude natural humana, mas um ato simbólico. Diversos manuais sobre a história da indumentária são unânimes em afirmar que desde os primórdios dos tempos o homem e a mulher não cobrem o corpo só por razões práticas, estes além da proteção contra as intempéries do clima acreditam que a indumentária tem a simbologia religiosa, além da demonstração de força e poder, para citarmos algumas.

Todavia Elias (1990) aponta sérias consequências do processo civilizador, entre elas a ideia de que a civilização dos costumes torna os homens e as mulheres mais responsáveis por seus atos. A cobrança excessiva quanto às suas atitudes levaria a infelicidade. Perguntamo-nos então se a moda teria lugar nesse processo. A resposta não é tão simples. É inegável que o traje tem um papel importante na contenção do corpo, do gestual, enfim do comportamento. Entretanto, ela não aparece familiarizada com a infelicidade ou a contenção: é nesse universo que vemos emergir o exagero, a passionalidade, a paixão.

A própria história da moda atesta em figuras ditas frívolas, mas que expressavam sua personalidade através da roupa: reis, rainhas, por exemplo. Surge assim uma questão: seria a moda incivilizada? Cremos que não, ela pode, contudo, servir como um escapismo nesse universo de civilidade, onde uma pulsão reprimida pode aflorar num detalhe extravagante. Contudo, a moda também é normatizada. Não se veste qualquer roupa em qualquer tempo e lugar.

O gosto tornou-se desde o século XVII a metáfora predileta de nossa cultura para designar o juízo estético. Segundo Elias (1990) o surgimento dessa noção se deve à adstração dos sentidos, que ocorreu dentro das sociedades de Corte do período. Nesse universo social, teria surgido a dicotomia entre o bom e o mau gosto, ambos determinados pela nobreza, atingindo nosso senso estético de plebeus até hoje, de certa forma.

Criaram-se normas rígidas de comportamento e surgiu uma verdadeira ciência do gosto, que vai desde a forma como se segura o talher até a escolha de cores e a adequação da indumentária. A regulamentação das condutas e a tentativa de segui-las o mais fiel possível seria resultado dos “medos sociogênicos” (ELIAS 1990, p. 16), o receio de estar fora dos padrões do gosto e, por isso, não ser aceito socialmente. Essa preocupação está também presente no universo da moda. Os manuais de etiqueta e as publicações sobre moda talvez fossem verdadeiros tratados sobre o gosto e formatavam um conceito do que deveria ser aceito.

Através dos tempos e em nome da moda, criam-se diferentes estilos. Um verdadeiro sistema que determina o que vestir, baseado nas noções de beleza e gosto circunscritos a cada período e local.

Para Bonadio (2007) o novo padrão estético proporcionado pela moda e por práticas saudáveis ao corpo começou a valorizá-lo em si,

de modo que o cultivo deste, e, em especial, de sua beleza, começa a deixar de ser um obstáculo para a salvação, para dar início a uma era em que o corpo seria cada vez mais valorizado pelas formas e pelo aspecto jovial (BONADIO, 2007, p.127).

De acordo com Mello e Souza (1996), a própria ideia de corpo havia sido transformada num processo gradual desde o século XIX. Segundo a autora, a mulher se propôs a descobrir sua individualidade, apresentando inquietação, insatisfação, redescobrimdo o próprio corpo. Algumas das mudanças em relação à forma de se pensar o corpo da mulher podem ser percebidas em anúncios divulgados pelos jornais pesquisados, como o “**Clarão**” (1922), “**Revista Era Nova**” (1920) em propagandas de sutiãs, de tônicos para tingir cabelos, pomadas para manchas de pele, produtos para higiene em geral.



Foto.19: Propaganda de produtos de higiene
 Fonte: Jornal "A Imprensa" (1923, sp.)

O corpo se colocava como símbolo de expressão e de discurso, não apenas diz como deseja ser visto, como também constrói em si uma autoimagem que significa para ele novos padrões de beleza e, por conseguinte, apresentações do corpo se construíam. Partindo dessas construções e padronizações de beleza, os cuidados com o corpo ganhavam espaços na imprensa que procurava difundir procedimentos para com a pele, práticas de esportes e de exercícios, além de preocupações com os dentes.

O corpo da mulher no século XX ganharia mais notoriedade em anúncios publicitários, jornais e capas de revistas. Ideias normatizadoras e restrições relativas ao corpo, especialmente o feminino eram reconsideradas, visto que a veiculação da imagem feminina se difundia, de forma acelerada. O corpo feminino não estava mais simplesmente reduzido ao silêncio. Segundo Perrot (2003),

a modernidade também se operou por novas práticas corporais. A higiene, a água, as abluções desnudaram o corpo, os quais o espelho e a luz elétrica permitiram que fossem mais bem vistos", e de maneira integral... o banheiro tornou-se um lugar de autoconhecimento para a maioria das mulheres e que lavar-se, estar limpas, cheirar bem, cuidar dos cabelos mais curtos passaram a ser anseios compartilhados no universo feminino (PERROT, 2003, p.15).



Foto. 20: A mulher dos anos 20- O cuidado com a pele
Fonte: Google Imagens. Disponível em: <http://www.googleimagens.com.br> Acessado em: 28/10/2011

No entanto, essa mulher que pertencia à elite e que, naquele momento, usava roupas ousadas, modas modernas e até assumindo certo grau de autonomia pelo corpo, ainda deveria continuar seguindo os pressupostos da boa senhora da sociedade. Exigia-lhe descrição para com o corpo e comedimento nos gestos, no olhar, nos passeios públicos, ou seja, mesmo sendo retratada e melhor visualizada no mundo social, não poderia deixar de apresentar traços serenos e contidos. Como visto no artigo intitulado “A arte de Ser Bela” Conselho Útil, que analisamos no jornal “O Clarão” (1928), onde o autor expõe que a mulher tem que ser feminina, cuidar do corpo, porém teria que continuar sendo feminina moralmente na sociedade.



Foto. 21: Artigo “A Arte de Ser Bela”
Fonte: Jornal “O Clarão” (1928, sp.)

O corpo feminino entrava desta forma em conformidade com a moda vigente. Pensamos aqui e como explica Santanna (2009):

A roupa desassociada de um corpo é apenas um ser inerte, destituída de vida, parcialmente neutralizada e esvaziada; aberta a qualquer apropriação (SANTANNA, 2009, p. 78).

As pernas e tornozelos que, durante muito tempo, representaram uma “obsessão erótica” (PERROT, 2003, p. 15) agora poderiam ser revelados graças à considerada e moderníssima fantasia da moda: a meia calça. Com o encurtamento das saias, as meias ganharam mais notoriedade, sendo também um acessório de elegância para as ricas senhoras de Campina Grande.



Foto. 22: A mulher dos anos 20 - Meia-calça

Fonte: Google Imagens. Disponível em: <http://www.googleimagens.com.br> Acessado em: 28/10/2011

Partes do corpo feminino começavam a serem cada vez mais reveladas pelas seguidoras da moda. Na virada do século XIX para XX, “a elegância feminina começou a rimar com saúde”. (PRIORE, 2006, p. 244) Sendo assim, surgia uma mulher atenta à moda, mas também inquietada com as questões do corpo e da saúde deste.

E os critérios de beleza para esse corpo saudável? Segundo Vigarello (2006),

apesar de lentas, as mudanças do domínio exercido sobre as mulheres, vale o exemplo, têm suas correspondências no universo estético: a exigência de uma beleza sempre pudica, virginal, vigiada, impôs-se durante muito tempo até que se afirmassem as alforrias decisivas repercutidas nas formas e nos perfis, movimentos mais aceitos, sorrisos mais expansivos, corpos mais desnudos. ...a história da beleza é aquela que aborda as formas, o porte, as expressões, os traços (VIGARELLO, 2006, p.11).

Podemos observar esses critérios de beleza, o cuidado com a saúde neste artigo, da revista “Evolução” (1930), onde o autor comenta sobre o que a mulher deveria fazer para manter a higiene.

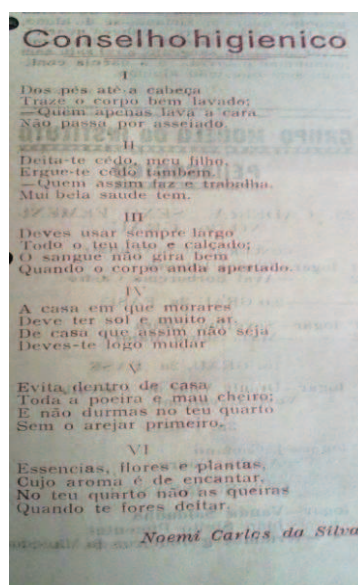


Foto. 23: Poema “Conselho Higiénico”.
Fonte: Revista “Evolução” (1930, ano I, nº2, p.19)

Uma gracilidade feminina se instala em Campina Grande, entre as mulheres da elite nos anos de 1920 e que não revela muita correspondência com aquela de 1890 ou 1900. Vamos explicar tratando daquilo que, segundo Perrot (2003), seria o signo supremo da feminilidade: os cabelos. Anteriormente “disciplinados, cobertos, enchapelados, por vezes cobertos com véu” (PERROT, 2003, p. 15) se mostrariam notáveis artimanhas da nova beleza feminina. O penteado cacheado, volumoso que perdurou até o início da década de 1920 foi abandonado a favor do corte curto e liso que evidenciava

as linhas da cabeça. Como podemos observar na revista “Evolução” (1930) na coluna: Sociedade Campinense, imagens de algumas mulheres da elite.



Foto. 24: Mulheres da Elite
Fonte: Revista “Evolução” (1930, ano I, nº3, p. 18-19)

Chanel, importante estilista francesa nos anos 20, como falamos no capítulo anterior introduziu o uso dos cabelos curtos, o que foi acrescido aos trajes de corte reto e da silhueta longilínea, tornaram-na a grande expressão da moda à *la garçonne*², que desconstruía a mãe-esposa, substituindo-a pela *garçonne*, uma mulher sociável, moderna e ativa e não necessariamente mãe-esposa. Como observamos em um artigo da revista “Evolução” (1930), onde o cronista critica essa *garçonne*, e o mal que ela pode trazer a sociedade.

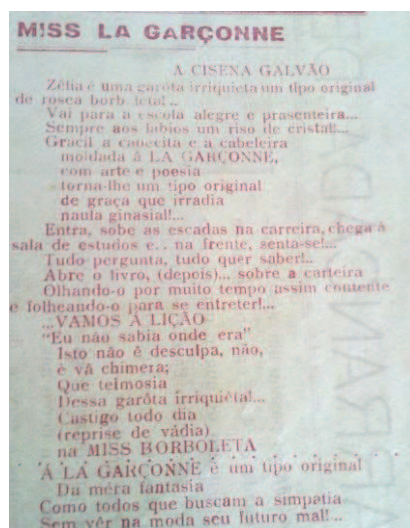


Foto. 25: Poema “Miss La Garçonne”
Fonte: Revista “Evolução” (1930, ano I, nº 2, sp.)

² Em francês, este termo significa “como um menino”. Disponível em: <http://loucaspormoda.blogspot.com/2011/06/la-garconne-feminino-sim-mas-com-pegada.html> Acessado em: 01/11/2011

A mulher da elite Campinense e o que elas representavam no contexto do período, estava preocupada com a moda, com a aparência, com a representação moderna. Queria acompanhar a moda em todas as suas transições e para isso era capaz inclusive de usar tranças postiças, posto que no período aqui referido era quase sempre a mulher que deveria visitar as lojas para tomar conhecimento dos novos modelos recém chegados de Paris e de frequentar salões de beleza para saber como usar o seu cabelo, como podemos observar na imagem a seguir:



Foto. 26: A mulher dos anos 20 - As tendências do período
Fonte: Google Imagens. Disponível em: <http://www.googleimagens.com.br> Acessado em: 01/11/2011

A cada semestre ela era chamada a conhecer as mudanças no traje, no corte, nos gestos. Era ela também que deveria ver as novidades em sedas, luvas e perfumaria. Os anúncios dedicados aos homens destacavam geralmente a qualidade. Para elas os critérios de beleza também rimavam com novidade, conforme percebemos na documentação



Foto. 27: Propaganda da "Casa Iracema".
Fonte: revista "Evolução" (1930, ano I, n°2, p.1)

A ideia de conforto e liberdade de movimentos do corpo se colocava em destaque por várias vozes. Assim, a diminuição de tecidos, o encurtamento de mangas e saias, além de proporcionaram mais agilidade a vida moderna, simbolizavam uma importante composição: moda e saúde. Nesse sentido, é possível associarmos estas preocupações que vão crescendo nas primeiras décadas do século XX às proposições de Lipovetsky (1989, p. 11) quando traz a baila a discussão da “individualidade narcisista moderna”.

Essa individualidade que Lipovetsky fala, o cuidado não só com a moda, mas com a saúde, os cabelos, as unhas, a pele, pode ser observado nessas imagens a seguir:



Foto. 28: A mulher dos anos 20- Cuidados com a beleza

Fonte: Google Imagens. Disponível em: <http://www.googleimagens.com.br> Acessado em: 01/11/2011

Lipovetsky (op. cit.) afirma que,

é simplista reduzir o individualismo contemporâneo ao egocentrismo, à bolha narcísica, à exclusiva busca dos gozos privados. O narcisismo, logo é a inclinação dominante das democracias, não é sua direção exclusiva (LIPOVETSKY, 1989, p. 278).

A maquiagem também é importante destacar nesse período, os anos 20, como uma preocupação das mulheres de elite campinense, destacamos no periódico “A Imprensa” (1920), a seguinte nota:

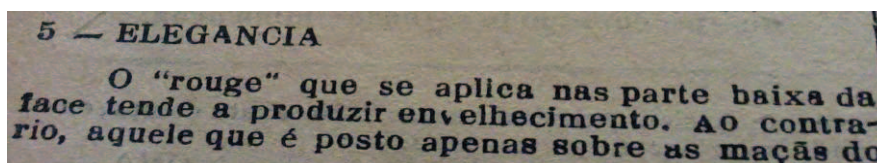


Foto. 29: Nota sobre a “Elegancia”
Fonte: Jornal “A Imprensa” (1920, sp.)

Observamos, que a nota é intitulada: “Elegancia”, e com uma riqueza de detalhes o cronista, explica como a mulher deve aplicar o “rouge”³ para assim tornar-se elegante na sociedade campinense. O batom, na cor vermelha, para chamar a atenção, nos anos 20, também era um importante complemento para mulher, os olhos bem marcados, e o “rouge”, pois não era apenas vestir-se, mas representar uma mulher moderna, atenta às novidades, bonita para os olhos, na maioria das vezes, de outras mulheres.



Foto. 30: A mulher dos anos 20- Maquiagem

Fonte: Google Imagens. Disponível em: <http://www.googleimagens.com.br> Acessado em: 01/11/2011

Portanto, as reflexões ora apresentadas demonstram que as mudanças históricas em todas as suas esferas não deixaram de modificar somente questões do corpo. O próprio sentido cultural de aparência sofreria transformações.

³ cosmético de tonalidade vermelha usado para colorir o rosto ou os lábios; pó avermelhado usado como pigmento ou polidor. Disponível em: <http://oque.dictionarist.com/rouge> Acessado em: 01/11/2011.

3.2 Materialidades da Moda Feminina

Como se vestiam as senhoras de Campina Grande nas três primeiras décadas do século XX? “Aconselhadas por modelos franceses” talvez fosse o que responderia Freyre (2006). Esta apropriação pela moda europeia particularmente francesa, era bem recepcionada pelas mulheres brasileiras.

Para Freyre (op. cit. p. 217), está reorientação “de gostos brasileiros no setor do traje”. Se verificou através do que o mesmo colocou como sendo processo de “reeuropeização” no século XIX, em que as famílias brasileiras se aproximaram ainda mais da cultura francesa, estendendo do setor de vestidos e de tecidos para o de adornos, o de perfumes e, posteriormente, o de doces ou bombons.

Essas “influências europeizantes” de que fala Freyre (op. cit.) atravessaram as fronteiras do século XIX ao XX, constituindo também um pouco da chamada *Belle-Époque* Campinense, deste modo percebemos a referência constante a Paris como um país que ditava um modelo de tendências de moda feminina a serem seguidas.

Os tecidos e seus usos também chamavam a atenção nos jornais pesquisados, devido às texturas, cores e os sentidos atribuídos para os objetos da moda, constitutivos do vestuário feminino nos primeiros decênios do século passado.

Essa materialidade pode ser explicada a partir de vários historiadores que passaram a tecer a história do passado a partir da ideia de cultura e signos materiais. Seja como for a definição, estes estudos ajudam o historiador a interpretar como os objetos, os utensílios, as roupas, para citar apenas alguns, artefatos, que constituem a cultura material, interferem e estabelecem interlocuções no campo do simbólico com seus *usuários*.

Trabalhar com o conceito de Cultura Material suscita preocupação com elementos comuns que estariam presentes em todas as manifestações sociais e materiais de um determinado período. Apoiando-se nessa perspectiva Meneses (1996) diz que a biografia dos objetos introduz novo problema: a biografia das pessoas nos objetos.

Para Pesez (2005),

materialidade supõe que, no momento em que a cultura se exprime de maneira abstrata, a cultura material não está mais em questão (PESEZ, 2005, p. 237).

Esta observação de Pesez (op. cit.) mostra que a manifestação da cultura material é proveniente das próprias estruturas socioeconômicas e das relações sociais. A discussão de cultura material deverá frequentar as ambiências do privado e do público, tentado interpretar como os objetos retirados do *guarda-roupa* revelam a história e implicam na própria dinâmica das famílias e da sociedade. Reiterando, como lembra Pesez (op. cit.)

fica entendido de antemão que é nas relações sociais que se deve buscar a significação dos fatos materiais (PESEZ, 2005, p. 238).

Pesez (op. cit.) observa que o vestuário é uma expressão da cultura material que se apresenta como um campo riquíssimo de informações, mas que merece atenção, também funciona como exemplo dos riscos que as interpretações acerca de cultura material podem trazer. Segundo o autor

o vestuário é o ponto de junção de influências extremamente variadas [...]. O perigo, aqui, é ir depressa demais no trabalho e designar, sem mais espera, um fator responsável pela evolução e pela mudança (PESEZ, 2005, p. 238).

Os usos de tecidos mais leves e com permissíveis transparências nos permitem delinear certo grau de abolição dos excessos de tecidos e uma popularização dos trajes de corte mais simples. Nesse sentido foi observado também por Bonadio (2007), que o evento da Primeira Guerra Mundial provocou importantes transformações na moda também no Brasil. Queremos considerar aqui de acordo com Bonadio (op. cit.), o impacto do conflito com a,

crise na produção e no comércio, além da já mencionada influência das mulheres européias, que tiveram que assumir diversas tarefas masculinas enquanto maridos, pais e filhos estavam no combate o que incentivava a abolição dos excessos de luxo e tecidos (BONADIO, 2007, p.81).

No campo da moda e do consumo, as mudanças nas primeiras décadas do século XX foram consideráveis em Campina Grande e as elites passaram a dispor de vários formatos de lazer, incluindo o de ir às compras que era mais um momento de entretenimento. As lojas de tecidos, de modas, de novidades domésticas se aglutinavam em importantes vias urbanas de Campina Grande e acenavam fortemente às consumidoras potenciais, como nos alerta Certeau (1994), ao narrar “práticas comuns”, as “artes de fazer” dos praticantes, as operações astuciosas e clandestinas. Diz ele:

[...] A uma produção racionalizada, expansionista além de centralizada, barulhenta e espetacular, corresponde outra produção, qualificada de ‘consumo’: esta é astuciosa, é dispersa, mas ao mesmo tempo ela se insinua ubiquamente, silenciosa e quase invisível, pois não se faz notar com produtos próprios, mas *nas maneiras de empregar* os produtos impostos por uma ordem econômica dominante. (CERTEAU, 1994, p. 39).

A exemplo desses entretenimentos, era a via urbana conhecida como Rua Maciel Pinheiro em Campina Grande, lugar de várias lojas comerciais, de modas e adornos em geral:

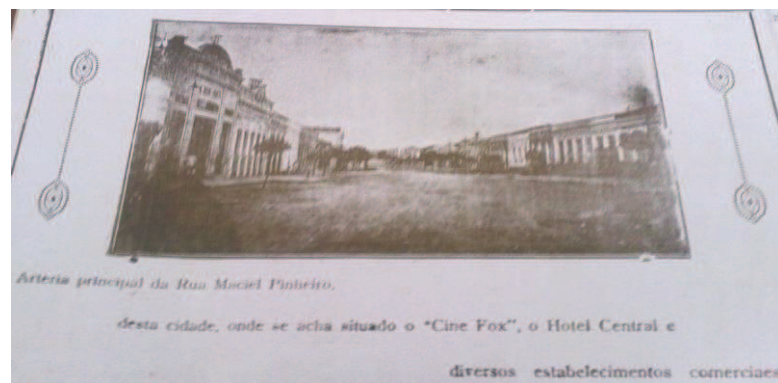


Foto. 31: Rua Maciel Pinheiro
Fonte: Revista “Evolução” (1930, ano I, nº2, p.3)

Outra forma de entretenimento, formas de lazer da elite campinense, era a ida as casas de chá, do período, lugar de sociabilidade, e momento essencial para as mulheres mostrarem suas indumentárias, adornos em geral, essas casas de chá na maioria das vezes copiava o que se utilizava nas casas de chá em Paris, a partir de leituras das revistas que tinham acesso, a exemplo, a imagem de uma festa em uma famosa casa de chá dos anos 20 em Campina

Grande, destacando a nota que se refere à: “Chá das 5”, hábito esse das sociedades londrinas e parisienses:



Foto. 32: Casa de Chá Campinense
Fonte: Revista “Evolução” (1930, ano I, s/n, p. 14-15)

Retomando as materialidades da moda, ao detalharmos os jornais pesquisados, como **“A Imprensa”** (1920) e a **“Revista Era Nova”** (1920) percebemos as possibilidades de melhor verificar os elementos constitutivos de um guarda-roupa ao longo do período proposto. As variações de peças, de tecidos, de objetos indumentários até mesmo das cores não nos passaram despercebidos. Sendo assim falemos um pouco sobre essas colorações nas modas femininas. Como observamos na coluna de propagandas:

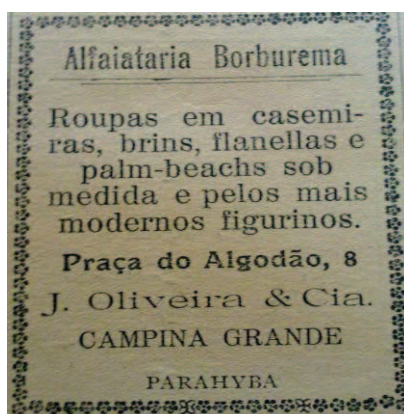


Foto. 33: Propaganda da “Alfaiataria Borburema”
Fonte: Jornal “A Imprensa” (1920, sp.)

Muitos documentos, como jornais e revistas, no início do século XX se apresentavam em tons monocromáticos, reflexos da própria evolução e da historicidade dos meios impressos no Brasil. No que se refere ao estudo esses limites cromáticos, presentes em grande parte da documentação levantada do

período, desfralda outra questão para pensarmos a materialidade da moda: Que cores compõe a moda feminina nas primeiras décadas do século XX em Campina Grande?

Ao observar algumas imagens dos periódicos pesquisados, o jornal “**A Imprensa**” (1924) observamos que as cores da moda são: cinzento aço, rosa pálido, verde, pérola branco, azul real, café com leite. É obvio o caráter precipitado se buscássemos precisar essas cores como aquelas da moda em 1916 ou que eram cores da estação em Paris. No entanto, chamou-nos a atenção a diversidade de cores, visto que a própria historicidade das cores revela que os tons nos trajes femininos apresentavam restrições cromáticas em tempos mais remotos ao século XX.

Supomos que a adoção de diversas cores no vestuário feminino que se consolidou no início do século XX, estava interligada ao mesmo processo de emancipação feminina, assim como de pretensa sociabilidade e sensibilidades. De uma maneira ou de outra, o fato de adoção das cores no vestuário feminino pode ser apreendido comumente em nossos testemunhos, a exemplo da Revista “**Era Nova**” (1923), em cuja capa mostrava a senhorita de elite do período e o seu vestuário:



Foto. 34: Vestuário de Senhorita da Elite
Fonte: Revista “Era Nova” (1923, n°46, sp.)

As cores eram geralmente sugeridas para a *toilette* feminina, atestando a apreciação a vários tons, como por exemplo: vestido cor de palha, vestido violeta, chapéu chantilly preto, tafetá malva-rosa, *tulle* negro, gaze branca, renda um pouco amarelada, entre outras. Percebendo esta gama de cores e

inovações nos vestuários femininos, parece-nos possível conjecturar que as mulheres de elite consumidoras em Campina Grande nos primeiros suspiros do século XX, tinham gostos por tecidos finos, por bordados temáticos, a partir de descrições em colunas dos jornais como “*A Imprensa*” (1924). Sem dúvida, as seguidoras destas modas as usavam no intuito de serem vistas e ganharem notoriedade.



Foto. 35: A mulher dos anos 20 - Cores utilizadas nas indumentárias
Fonte: Google Imagens. Disponível em: <http://www.googleimagens.com.br> Acessado em: 01/11/2011

A moda observada no vestuário feminino não se restringiu exclusivamente aos vestidos e saias, é necessário ressaltar que foram acrescentados outros elementos que compunham o conjunto indumentário. A moda dos calçados femininos, segundo *A Imprensa* (1923),

Que eles continuam a ser de uma extrema elegância quando da mesma cor do vestido, sugeria-se também que em vez de pedras brilhantes, os sapatos rasos levam pequenas fivelas recobertas do mesmo couro de que eles. (A IMPRENSA, 1923, sp)



Foto. 36: A mulher dos anos 20- Sapatos
Fonte: Google Imagens. Disponível em: <http://www.googleimagens.com.br> Acessado em: 01/11/2011

Outro adorno muito aludido neste jornal foi o chapéu, que eram conhecidos como:

chapéus a toque, chapéu de *abandeau*, *comparadis*, *croses*, bordados, *tenerifi* a Veneza, pontos de *montarcila*, valenciana *roçantes* tudo que a moda importa e fabrica. (A IMPRENSA, 1923, sp)



Foto. 37: Mulher da elite campinense usando chapéu
Fonte: Jornal "A Imprensa" (1923, sp.)

Observando a própria historicidade do chapéu feminino, reconhecemos que no florescer desse novo tipo de mulher que, segundo Laver (1989), procurava,

ter a aparência de rapazes tanto quanto possível os cabelos cacheados do início do século XX, dariam lugar a um corte mais curto que evidenciada as linhas da cabeça (LAVER, 1989, p. 232-233).



Foto. 38: A mulher dos anos 20-Chapéus

Fonte: Google Imagens. Disponível em: <http://www.googleimagens.com.br> Acessado em: 01/11/2011

Laver (op. cit.) acrescenta que até mesmo as,

mulheres mais velhas, se sentiram compelidas a aderir ao corte "*la garçonne*". Tudo isso por que para se usar tal chapéu "*cloche*", que se "ornara universal deveriam elas abolir as longas madeixas de outrora. (LAVER, 1989, p. 233)

Chapéu Cloche⁴, muito utilizados nos anos 20 no Brasil, e em Campina Grande, mas para usá-lo, os cabelos deveriam ser curtos:



Foto. 39: A mulher dos anos 20-Chapéu Cloche

Fonte: Google Imagens. Disponível em: <http://www.googleimagens.com.br> Acessado em: 01/11/2011

Artigos e Colunas dos jornais pesquisados, como **“A Imprensa”** (1920), **“O Clarão”** (1922), **“Revista Era Nova”** (1920) apresentavam figuras femininas usando diversos tipos de chapéus adornando o layout de anúncios. Também ressoavam aspectos direcionados às consumidoras, do tipo: **“Chic! Modernas! Elegantes”**. Esse ser *chic* que o anúncio alude foi pensado por Freyre (2006) como uma expressão de influência francesa,

No setor de vestidos e adornos femininos passando, segundo o autor, no brasileiro e brasileira, o gosto por uma sobriedade que deixava, senão *rarissimamente*, que as senhoras trajassem de amarelo ou de cores vivas. (FREYRE, 2006, p. 214)

A partir da reflexão de Freyre (op. cit.) sobre modas de mulher, parecemos razoável desconfiar assim do triunfo de uma moda refinada, o que não excluía grau de extravagância e mesmo originalidade, variedades de tecidos e adornos.

A moda no contexto dos anos 20 e 30 na cidade de Campina Grande, era utilizada pela elite, permitindo assim uma apropriação de uma representação social dessas mulheres, como nos alerta Certeau (1996, p.42),

⁴ O cloche é um chapéu justo, em forma de sino, que cobre a cabeça a partir da nuca, sendo puxado sobre a testa. Disponível em: <http://modaspot.abril.com.br/cultura-fashion/dicionario-da-moda/chapeu-cloche> Acessado em:01/11/2011

“existe uma relação de apropriação que o sujeito realiza através de suas andanças e investidas pelo espaço”, através das indumentárias que elas utilizavam. A moda foi um constituinte entre essas mulheres de elite, no sentido de mostrar nessas relações de poder, entre a elite e o povo, como é que a elite se portava, se comportava.

Também permitiu para que essas mesmas mulheres de elite, constituíssem um jogo de poder, a exemplo, de quem se vestia melhor, quem acompanhava as melhores tendências. Elas foram astuciosas e utilizavam táticas para se mostrar diante de um ambiente social, na qual elas eram inseridas através da moda. "A moda tem ligação com o prazer de ver, mas também com o prazer de ser visto, de exhibir-se ao olhar do outro". (LIPOVETSKY, 1989, p. 39)

A moda dizia o lugar social dessas mulheres e representava um espaço no qual elas constituíam e eram constituídas e se identificavam e eram identificadas. A moda representou para as mulheres dos anos 20 e 30, um meio de traduzir o que elas pensavam, o que elas queriam, era a sua linguagem, uma forma de “brincolagem” Certeau (1996), como elas não dispunham de linguagem própria, então elas colavam de alguma forma, a linguagem a que elas tinham acesso, a moda então seria essa linguagem.

As mulheres transgrediram aquela ideia de que a mulher de elite deve ficar só no espaço do privado, e a moda permitiu com que nos espaços de sociabilidade, nos espaços de compras, nas idas às casas de chá, elas vestissem conforme o status que elas pertenciam.

Então, a moda, foi uma representação do status social daquelas mulheres de elite dos anos 20 e 30 em Campina Grande, permitiu que através dela, as mulheres anunciassem os seus lugares a que pertenciam, mostrando que a moda pode ser reeditada, reinventada, através dos tempos, mas que ela adquire uma dimensão cultural e social, quando passa a representar determinados setores e no caso específico da pesquisa, os setores de elite, que foram representados através da moda, a partir do olhar feminino, como o feminino traduziu na corporeidade, para trazer o poder da elite campinense e a maneira como essa elite se identificava nesse contexto.

Considerações Finais

A moda emerge como um campo rico para análises quando ela é tida como um esboço comportamental das sociedades, quando é encarada como um ambiente onde os indivíduos manifestam valores, criam e recriam sentidos pela representação. A moda tem grande importância na elaboração de valores, como expressão e representação da cultura, ela transgride espaço/tempo. A moda se reedita, se repagina a partir dos lugares sociais de pertencimento das pessoas.

A moda também diz dos lugares de poder, de onde os sujeitos sociais se situam, no contexto das relações e dos estudos de gênero, em que o feminino se situa, trabalhar com a moda é trabalhar com os dizeres e sentidos do corpo, traduzidos através da moda.

Nos deparamos com a constante ideia da presença feminina nas ruas de Campina Grande, fossem em ocasiões de compras, idas ao cinema, a casas de chá, nos passeios em vias públicas da cidade sem a companhia antes exigida do pai (O CLARÃO, 1922). Tudo isso nos abriram caminhos para uma reflexão acerca dos usos, critérios e ocasiões para exibição das indumentárias modernas. Torna-se importante para a discussão a maneira pela qual a roupa moldou o comportamento da mulher, sua imagem naquele momento.

A moda constrói identidades, essas identidades são construídas e constituídas através dos espaços sociais de pertencimento dos sujeitos, a moda também reconstrói outras identidades, a partir do espaço em que ela se delimita. A partir da moda, é possível visualizar as relações de poder, os jogos de poder que se imbricam nessas relações.

Falar sobre moda neste trabalho, nos permitiu compreender a representação social da mulher de elite campinense no período constituído para o estudo, que foi dos anos 20 aos 30 em Campina Grande. Nosso propósito com este trabalho foi trazer luz para a Academia, aspectos das vivências e de sociabilidades femininas da elite campinense, que muitas vezes, não foram visualizados na história local e que nós nos propormos a trazer essa discussão, com base em periódicos, jornais e revistas de época que retrataram sobre essas mulheres e que nós gostaríamos, a exemplo do que diz PRIORE (2006) que suas vozes não fossem silenciadas.

A mulher tem ao longo da história um sentido, um papel social, um papel cultural, um significado e um significante, desse modo utilizamos a moda para mostrar como foi que essas mulheres de elite significaram os seus sentidos de ver e interpretar o mundo através do lugar social de pertencimento delas, traduzidos na moda.

Pretendemos contribuir para as discussões do objeto entre os historiadores e demais pesquisadores, preocupados com as transformações sócio-culturais, das quais a moda é um espelho inevitável, mas principalmente, esperamos que este trabalho, venha colaborar com novos estudos, sobre a mulher em Campina Grande e sobretudo essa articulação entre história e cultura, através da moda.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Munis de. **Nordestino: uma invenção do “falo”:** uma história de gênero masculino no Brasil. Mimeografado.

ALMEIDA, A. SOBRINHO, José Alves. **Dicionário Bio-Bibliográfico de Poetas Populares.** Campina Grande: UFPB- Campus II, 1990.

ATHAAYDE, João Martins de. **O Bataclan Moderno.** Juazeiro do Norte-CE. s/d

ATO DO PODER LEGISLATIVO DE CAMPINA GRANDE. **Lei nº 32.** Do Novo Código de Posturas ao Município de Campina Grande. Recife: Tipografia do Diário da Manhã. 1927.

BAUDELAIRE, Charles. **Sobre a modernidade: o pintor da vida moderna.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

BRESCIANNI, Maria Stella. **História e Historiografia das Cidades, Um Percorso.** In: FREITAS, Marcos Cezar de (Org.). *Historiografia Brasileira em Perspectiva.* 2 ed. São Paulo: Contexto, 1998.

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade.** São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

BLOCH, Marc. **Introdução a História.** Lisboa: Europa-América, 1987.

BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos.** Porto Alegre: Zouk, 2006.

BONADIO, Maria Claudia. **Moda e sociabilidade: mulheres e consumo na São Paulo dos anos 1920.** São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2007.

BURKE, Peter. **A Escola dos Annales (1929-1989): a Revolução Francesa da historiografia.** São Paulo: UNESP, 1997.

_____, Peter. **Testemunha ocular: história e imagem.** São Paulo: EDUSC, 2004.

CERTEAU, Michel de. **A Cultura no Plural.** 3. ed. Campinas: Papirus, 2003.

_____. **A Invenção do Cotidiano.** Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

CHARTIER, Roger. **A história cultural – entre práticas e representações.** Lisboa: Difel, 1990.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais.** São Paulo: Cortez, 1995

CIPRIANO, Socorro do Maria. **A Adúltera no território da infidelidade: Paraíba nas décadas de 20 e 30 do século XX**. Mestrado em História, Campinas, Unicamp, 2002.

CRAINE, Daiane. **A moda e seu papel social. Classe, Gênero e Identidade das roupas**. São Paulo: Senac, 2006.

DEL PRIORE, Mary (Org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 1999.

_____. **História do amor no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2006.

DORFLES, Gillo. **A moda da moda**. Lisboa: Edições 70, 1988.

ELIAS, Norbert. **O processo civilizador. Uma história dos costumes**. Rio de Janeiro: Zahar, 1990.

FREYRE, Gilberto. **Modos de Homens Modas de Mulher**. 2 ed. São Paulo: Global, 2009.

_____, Gilberto. *Volta ao assunto: a França e modas brasileiras de mulher*. Cit., p. 217. Revista *Ephemeris*. *O mês elegante: A moda*. Volume I, agosto de 1916, sp.

ESTEVES, Martha de Abreu. **Meninas perdidas: os populares e o cotidiano do amor no Rio de Janeiro da Belle Époque**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

HAHNER, June E. **Emancipação do sexo feminino: a luta pelos direitos da mulher no Brasil (1850-1940)**. Florianópolis: Ed. Mulheres; Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LAVER, James. **A roupa e a moda: uma história concisa**. 3.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: a Moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LURIE, Alison. **A linguagem das roupas**. São Paulo: Rocco, 1997.

MACCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MATOS, Maria Izilda Santos de & SOIHET, Raquel (Orgs.). **O corpo feminino em debate**. São Paulo: Editora UNESP, 2003.

MATOS, Maria Izilda Santos de. **Cotidiano e cultura: história, cidade e trabalho**. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

_____. **Por uma história da mulher.** Bauru, SP: EDSC, 2000.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. **Memória e cultura material: documentos pessoais no espaço público.** Disponível em: <http://www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/238.pdf> Acessado em: 07/10/2011

MOTT, Maria Lúcia & MALUF, Marina. **Recônditos do mundo feminino.** In: SEVECENKO, Nicolau (Org.). *História da vida privada no Brasil.* 3. ed. São Paulo: Cia. Das Letras, 1998.

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

_____, Michelle. **Minha história das mulheres.** São Paulo: Contexto, 2007.

_____, Michelle. **Os silêncios do corpo da mulher.** In: MATOS, Maria Izilda Santos. e SOIHET, Raquel (Orgs.). **O corpo feminino em debate.** São Paulo: Editora UNESP, 2003

PESEZ, Jean-Marie. **A história da Cultura Material.** In LE GOFF, Jacques.CHARTIER, Roger. REVEL, 288 Projeto História nº 40, junho de 2010. Jacques. *A Nova História.* Tradução Maria Helena Arinto e Rosa Esteves. Coimbra, Portugal, Almedina, s/d. (p. 110-143; p. 113). 2005.

PINSKY, Carla Bassanezi (org.). **Fontes Históricas.** São Paulo: Contexto, 2006. P. 111-153.

RAGO, Luzia Maragareth. **Do Cabaré ao Lar: a utopia da cidade disciplinar-1890-1930.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

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

SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo.** 2 ed. São Paulo: Edição das Letras e Cores, 2009.

SEVECENKO, Nicolau. **A capital irradiante: técnicas, ritmos e ritos do Rio.** In: *História da vida privada no Brasil.* 3. ed. SEVECENKO, Nicolau (Org.). São Paulo: Cia. das Letras, 1998.

_____, Nicolau. **Orfeu Extático na metrópole.** São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

SOUZA, Fábio Gutemberg Ramos Bezerra de. **Cartografias e Imagens da Cidade: Campina Grande- 1920-1945.** Doutorado em História, Campinas, Unicamp, 2001.

SOUZA, Gilda de Mello. **O espírito das roupas: a moda no século XIX.** São Paulo: Cia das Letras, 1996.

VIGARELLO, Georges. **História da beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias atuais.** Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.
Levantamento Documental:

1- Arquivos pesquisados:

- Biblioteca Àtila Almeida- Universidade Estadual da Paraíba
- Museu Histórico de Campina Grande

2- Fontes Impressas:

2.1- Jornais de Campina Grande

1- Jornal A Imprensa (1920-1924)

2-Jornal O Clarão (1922-1928)

3-Jornal O Século (1928)

2.2- Revistas que circulavam em Campina Grande

1- Revista Campinense (1920-1922)

2-Revista Era Nova (1921-1922)

3-Revista Evolução (1930)