

MODA E CULTURA VISUAL NA REVISTA DO BRASIL, 1906 - 1912

Henrique Sena dos Santos¹

Resumo: O início do século XX foi marcado pela urbanização de várias cidades brasileiras. Este processo, nada linear e homogêneo, envolveu intervenções materiais, como construção de praças e avenidas, além da adoção de costumes como os cinemas e o futebol. Nesta direção, a moda emerge como um importante fenômeno de fomento de uma cultura visual urbana, ensejando um novo modo de ser e estar na cidade. O espaço reformado exige uma nova visualidade da cidade e de si que encontra na imprensa o seu melhor suporte. É através do surgimento dos periódicos mundanos, notadamente as revistas ilustradas, que se transformavam ao adotar recentes técnicas de reprodução, impressão e circulação de conteúdo - que as imagens sobre a moda surgem nas páginas dos periódicos com lentes que buscavam estrategicamente evidenciar e enquadrar experiências do cotidiano que contribuía para uma maior articulação com o imaginário moderno. É nesse contexto que este trabalho se insere, ao refletir sobre a presença da moda na Revista do Brasil, periódico ilustrado que circulou entre 1906 e 1912. A intenção é pensar de que modo a revista veiculava um conteúdo sobre moda e de que forma aquele contribuiu para a formação de uma cultura visual na cidade em um momento em que as elites soteropolitanas, apesar de buscararem inserir a cidade em uma nova dinâmica moderna e civilizatória, encontravam dificuldades em empreender este projeto haja vista as dificuldades econômicas pelas quais a cidade passava.

Palavras-chave: primeira palavra-chave, segunda primeira palavra-chave, terceira palavra-chave.

Apresentação

Ainda que de modo heterogêneo e descontínuo, é possível observar entre o final do século XIX e as primeiras décadas do século XX o processo de modernização da imprensa nas principais capitais brasileiras (SODRÉ, 1999; MARTINS E DE LUCA, 2008). Paulatinamente abandonando um estilo de produção artesanal, manual e não especializado, os periódicos passam a ser concebidos dentro de uma lógica empresarial que envolvia a adesão das novas tecnologias de produção através do uso de máquinas modernas de rápido processamento, aumentos da tiragem, da qualidade e da quantidade de páginas dos periódicos. Acrescenta-se a isto o processo de divisão e especialização do trabalho através da desvinculação das funções, editor, redator, entre outras desempenhadas por um mesmo indivíduo.

Além disso, a imprensa gradativamente passava a transcender o caráter estritamente político de contestação, assimilação ou acomodação às ideologias e poderes

¹Professor da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, membro do grupo de pesquisa corpo e cultura da UFRB. E-mail: henrisena@hotmail.com

políticos instituídos e paulatinamente se entende e é vista enquanto um veículo responsável em manter os seus leitores informados, em contato com as transformações vigentes do início de século, bem como desenvolver em suas páginas novos hábitos comportamentais inspirados em valores modernos e civilizatórios. A ampliação do conteúdo e abordagem dos periódicos em alguma medida está relacionada ao fato da imprensa se articular de modo mais enfático com o mundo capitalista. Aquela se tornava um negócio lucrativo e as suas mudanças também correspondiam à expectativa de leitores ansiosos por notícias relacionadas à vida social, aos esportes o que consequentemente aumentava as rendas.

Com efeito, as transformações da imprensa foram significativamente potencializadas pela introdução no país de novas tecnologias que permitiram uma ampliação nos sistemas de transporte e comunicação. Na transição dos séculos, o Brasil viu a chegada do cabo submarino e as grandes cidades contaram com a presença do telégrafo, telefone, gramofone, cinematógrafo entre outras invenções que favoreceram a constituição de novas sensibilidades e sociabilidades rapidamente incorporadas pela imprensa. Paralelamente, os carros, os bondes elétricos eram assimilados ao cotidiano da cidade contribuindo para o encurtamento das distâncias bem como a difusão e acesso a novas informações de formas mais rápidas (SUSSEKIND, 1987; COSTA E SCHWARCZ, 2000).

A rápida incorporação das novas tecnologias possibilitou que a imprensa se tornasse um espaço privilegiado de intensos debates e um dos principais meios de difusão de novos ideais, valores e concepções de mundo. Nas páginas dos periódicos encontramos um desejo de vivenciar uma nova cultura urbana inspirada em ideais de civilidade e modernidade europeia, além de uma vontade de discutir as possíveis definições sobre a ideia de nação que se formava. (SEVCENKO, 1992)

Neste bojo, a emergência das revistas ilustradas foi um ponto chave na relação da imprensa e sua modernização na conjuntura de transformações socioculturais no contexto da Primeira República. Não tão efêmera como as notícias dos jornais e não muito densa quanto os livros, as revistas ilustradas incorporaram intensamente os novos recursos no campo da comunicação permitindo que suas páginas se tornassem um espaço decisivo para a difusão de novas sensibilidades e sociabilidades e discussão sobre a condição do país e das cidades na nova conjuntura republicana. É possível verificar em cidades como Rio de Janeiro, São Paulo e Salvador o surgimento de semanários e mensários ilustrados, científicos, literários, sobre esportes, cinema, variedades que discutiam a situação política

do país, debatiam questões de identidade nacional ou regional e se articulavam com as novas sociabilidades. (MARTINS, 2001; DE LUCA 2011; OLIVEIRA, VELLOSO, E LINS, 2010)

Ademais, as revistas ilustradas contribuíram para a formação de uma nova cultura visual, ensejando um novo modo de ser e estar na cidade. Especialmente as revistas de variedades, adotando as mais variadas técnicas de produção e reprodução de imagens, passaram a estampar em suas páginas uma quantidade impressionante de gravuras sobre o comércio, reformas urbanas, comportamento e estilo de vida, festas e demais sociabilidades que passaram a fomentar uma nova visualidade de si.

Nesta direção, a moda passa a ser um dos temas mais privilegiados da imprensa mundana que surge. Nas capitais brasileiras, não são poucas os impressos que passam a possuir um conteúdo específico sobre o assunto expresso em colunas, crônicas, editoriais, propagandas e, principalmente, imagens, na forma de charges, gravuras, clichês e fotorreportagens que procuram, sobretudo, orientar os leitores a vivenciar uma nova cultura visual e de si demandas por uma elite ansiosa em se civilizar. (CIDREIRA, 2011)

Tomando como ponto de partida as questões apresentadas acima, este texto procura discutir e refletir sobre a presença da moda na *Revista do Brasil*, periódico ilustrado que circulou entre 1906 e 1912. A intenção é pensar de que modo a revista veiculava um conteúdo sobre moda e de que forma aquela contribuiu para a formação de uma cultura visual na cidade e entre os leitores. Vale destacar que a nossa intenção no texto que se apresenta não é reproduzir acriticamente a ideia da moda como um agente catalisador da modernidade, a partir do suporte da imprensa. Nos preocupamos, sobretudo, em perceber essa dinâmica em um contexto histórico muito específico relacionado a cidade de Salvador e sua imprensa nas primeiras décadas do século passado. Diferente de cidades como Rio de Janeiro e São Paulo, a capital baiana enfrentava uma série de desafios no que tange a empreender um projeto civilizatório. Ao menos nos primeiros anos do século XX, dificuldades financeiras limitavam muito a capacidade dos gestores locais em reformar, construir avenidas praças e outros espaços mundano. Além disso, a adoção de novos comportamentos não deixavam de enfrentar resistências, seja por uma parte da elite tradicional, ainda não acostumadas a determinados hábitos, seja pelas camadas populares que constantemente tinham suas práticas culturais, como a capoeira e o candomblé reprimidas por representarem costumes atrasados de um passado e um presente negros que deveriam ser esquecidos, mas insistiam em permanecer.

Mais do que confirmar uma tese que reforce a moda como modernidade, buscamos perceber naquele fenômeno como esses discursos foram construídos e como podemos ver nele os limites em se pensar uma cultura visual histórica em uma cidade como Salvador no início do século XX.

A Revista do Brasil: ridentem dicere verum quid vetat?

A *Revista do Brasil* foi fundada em 1906, pelo bacharel José Alves Requião. Ainda não dispomos de muitas informações biográficas sobre o proprietário do impresso, mas, ao que tudo indica, ele era funcionário público do estado. Era proprietário da Imprensa Econômica, dona da revista e das oficinas e das redações utilizadas por ela. Portanto, Requião era o proprietário do periódico, porém a sua função nele envolvia também a direção e, regularmente, a colaboração com textos, colunas e editoriais. No espaço da revista destinado ao expediente, encontramos alguns dados informando que suas oficinas e escritórios funcionavam em uma região central de Salvador, na rua das Princezas. Tinha uma periodicidade quinzenal e, ao longo dos anos, a sua tiragem variou entre cinco mil e quinze mil exemplares, vendidos em assinaturas ou avulsos, o que revela que, gradativamente, a revista passou a ter um maior prestígio por parte dos leitores. O periódico parecia ter uma ampla circulação na cidade, no estado e no país, uma vez que contava com uma série de pontos de venda em Salvador, bem como representantes que distribuíam as suas edições em cidade como Ilhéus, Itabuna, Feira de Santana, Juazeiro, Rio de Janeiro, Manaus e Belo Horizonte.

As edições variavam entre 40 e 60 páginas e as de caráter especial passavam até das 100 páginas. Há uma quantidade significativa de rubricas abordando temas como literatura, política, ciências, comportamento, moda e esporte. Existem muitas propagandas em vários espaços da revista com uma concentração predominante nas últimas 10 páginas. A grande presença de anúncios pode confirmar a nossa suspeita de que o periódico tinha uma ampla circulação, o que poderia ser um chamativo para empresas e prestadores de serviço anunciarem. Além disso, pode revelar que a *Revista do Brasil* também tirava o seu lucro da venda de anúncios e dos seus exemplares.

No editorial da primeira edição da *Revista do Brasil*, Requião tece as seguintes palavras:

Ela empreende colaborar na obra do adiantamento pátrio com as influências do conselho, do ensino e da crítica, vulgarizando, nos variados departamentos da

conquista mental de todos os povos, o que nos convenha e aproveite. Sem objetivo especial, ela será, arte, letras e indústria, de comércio como de política, e em todos estes caminhos estranha às dependências de escola ou sistema, austera quando o deve ser, risonha se assim convier, ligeira ou profunda, segundo o escrito ou escritor, e sempre, sempre criteriosa e justa na propaganda de suas ideias e na luta de seus preferidos pensamentos.

REVISTA, que tanto instrua como recreia, contentando o espírito de seus leitores: uma espécie de amplo cenário para o debate e para o riso, admitindo, na variedade de suas letras as mais opostas pejeas, com a só condição de não descerem ao mal, pervertendo: campo de estudo, ou diversório, nunca, entretanto, circo ou pântano.²

Pela leitura do editorial, podemos supor que o perfil temático da *Revista do Brasil* estava mais voltado para ser um impresso de variedades, o que, pela leitura preliminar das seções e colunas do periódico, não deixa de ser verdade. Porém, nos encontramos em um estágio de pesquisa em que nos permite afirmar, com alguma segurança, que a revista teve diversas tendências que conviviam juntas. Acreditamos que, em todos os anos, com mais ênfase nos primeiros, o seu principal mote era a vida política da Bahia e do Brasil, a partir de uma perspectiva da sátira e do humorismo. Não são poucas as charges, caricaturas e desenhos ironizando políticos, temas e situações do mundo legislativo e executivo. Nos anos posteriores, a pauta política passou a conviver com temáticas mais mundanas, preservando, por outro lado, a perspectiva humorística e ilustrada. Já da metade para o final dos anos de circulação do periódico, há uma presença constante de clichês e fotografias de Salvador e sobre as cidades do país.

Enfim, podemos caracterizar o quinzenário como uma revista ilustrada, político-humorística com uma parte do seu conteúdo voltado para o universo mundano. Acreditamos que o lado satírico na revista era muito forte, haja vista a própria frase em latim utilizada pelos responsáveis para caracterizar o impresso: *ridentem dicere verum quid vetat?*, que, em tradução livre, significa: o que impede de quem ri, diga a verdade? Em outras palavras, com essa frase, Requião parecia querer fazer da sua revista um espaço da crítica e da polêmica revestida de humor, uma estratégia poderia ser mobilizada para evitar censuras ou perseguições de naturezas diversas. Enfim, podemos situar a revista em um contexto maior de consolidação de uma imprensa ilustrada, humorística e satírica. Desde os meados do século XIX, este ramo esteve em processo de formação com o surgimento das revistas *Semana Ilustrada* (1860) por Henrique Fleiuss e a *Revista Ilustrada* (1876) por Angelo Agostini. Na Bahia, destaque para a revista *O Faísca* (1885). Já no início do século passado, o principal expoente desta imprensa foi a revista carioca

² *Revista do Brasil*, nº 1, 6 de maio de 1906. p. 6.

O Malho (1902), publicação que influenciou, inclusive, o surgimento da *Revista do Brasil* e do, também baiano, *O Papão* (1904), de Enertso Simões Filho, periodico que antecede o empreendimento de Requião e que também o influenciou

Ainda não foi possível identificar a maioria dos envolvidos na produção e redação da revista. No entanto, podemos destacar a figura de Raymundo Oliveira, o diretor artístico do periódico e autor dos desenhos e charges. O estágio atual da leitura do impresso indica que ele contou com a colaboração de intelectuais baianos como Manoel Querino, Sílio Boccanera Júnior, além de personagens importante do mundo da caricatura no Brasil, a exemplo de Raul Pederneiras, indicando, desta forma, a capacidade de a revista aglutinar importantes personagens do mundo artístico e literário baiano e nacional.

Em relação ao conteúdo não propriamente relacionado ao principal mote da revista, os seus editores reservavam um espaço considerável para comentar as reformas urbanas, construção de prédios e instituições públicas e melhoramentos nos diversos serviços da cidade. Não raramente, os editoriais e textos de opinião elogiavam iniciativas que contribuíram para a aproximação de Salvador do ideário moderno. Nas primeiras edições são comuns textos da seguinte natureza:

Há em toda a cidade, como se despertássemos da incúria, ou do medo, dos nossos velhos hábitos de indolência, uma notável inquietação progressista. E, ao mesmo tempo, tudo se promove e se adianta no salutar cuidado das reformas e dos melhoramentos: as obras do poro e a luz, os novos serviços de água e os esgotos, a viação urbana e o uso industrial das cachoeiras, isso, e muito mais, é a atividade criadora que se agita, e, vencendo as resistências do passado, imensos benefícios promete.

Que belíssimo futuro! O carro elegante, veloz e cheio de conforto substituindo, na cidade, inteira, o antigo bonde ronceiro, carregado nas ladeiras, e sob a disciplina cruel da taca, por burros estafados, dois e três, e quatro, segundo os declives, e já sozinho, nas descidas, em perigosos arrancos de ginastica. A luz, levantando-se do taciturno gás de novas velas, para as claridades alegres da lâmpada incandescente, ou de arco.³

Entretanto, a despeito do esforço em construir um discurso que apresentasse ao leitor uma ideia de Bahia moderna, em franco progresso, em outros espaços é possível identificar nas entrelinhas que a cidade ou o estado já não eram vistos pelos próprios personagens locais ou por políticos de fora como importante no cenário nacional, estando muito aquém do desenvolvimento e prestígio de cidades do sul brasileiro. Em uma

³ *Revista do Brasil*, nº 2, 21 de maio de 1906, p. 6.

conversa fictícia entre dois personagens que acompanhavam a visita do então presidente, Afonso Pena, encontramos o seguinte diálogo:

- Você ouviu o que disse o Penna ao Falcão em palácio com relação a Bahia?
- Ouvi, distintamente, dizer ao Falcão que a nossa Bahia era muito formosa.
- E nada mais?
- Ainda ouvir o Penna dizer, em presença de muitos cidadãos que lá estavam, que era muito respeitador das tradições, pelo que amava a Bahia pelo seu passado glorioso.
- Sim, mas é necessário que ele saiba que a Bahia de hoje, infelizmente, não é mais a heroína de seios titânicos.
- Isso é verdade.⁴

Observem que, mesmo a conversa indicando que o presidente reconhecia o valor da Bahia, as próprias pessoas locais apontavam para o descrédito atual do estado.

A crítica ou elogio da situação de Salvador, nas primeiras décadas do século XX, estavam inseridas em um processo maior de formação de uma cultura visual que buscava ratificar as opiniões sobre a relação entre a cidade e a mentalidade moderna. Em se tratando de uma revista ilustrada que produzida e que tinha circulação em um contexto histórico no qual o letramento e a alfabetização eram privilégios para poucos, o farto uso das imagens, em virtude da emergência de tecnologias de produção e reprodução, era um recurso poderoso para fomentar uma cultura visual que coadunasse com os princípios editoriais da revista. Neste sentido, os editores do impresso mobilizaram inúmeras estratégias para construir um sentido para as imagens que estampavam. Ao longo dos anos, o seu acervo era bastante variado, partindo de desenhos e charges até os clichês. Todos os tipos de imagem tinham uma presença marcante no periódico e a sua reprodução nas suas páginas obedecia diversas estratégias visuais. Em outras palavras, a diagramação a presença ou ausência de texto, vinhetas, legendas, tamanho e disposição nas páginas, entre outros aspectos pareciam atuar fortemente na construção de sentidos voltados para a ideia de modernização de Salvador ou crítica no que tange aos seus limites.

Up to date! Up to date?

Se a defesa das reformas das urbanas e elogios aos melhoramentos empreendidos, além das críticas e insatisfações quanto as obras e serviços que foram ou que deveriam ser executados, eram assuntos frequentes nas páginas da *Revista do Brasil*, o mesmo se pode dizer sobre a presença de um material que procurava criar uma cultura visual no

⁴ *Revista do Brasil*, nº 2º, 21 de maio de 1906, p. 11.

leitor que o orientasse a viver em um espaço reformado. É aqui, portanto, que entra a moda. Até o momento, as fontes indicam que esta temática era uma pauta importante na *Revista do Brasil*, mais presente, é verdade, nos anos finais de sua circulação. A sua aparição ocorria das mais diversas formas possíveis, dos pequenos textos, notas e anedotas a editoriais, clichês, charges e caricaturas.

É possível interpretar que a presença da moda no periódico também se dava em função da necessidade de criar novas formas de sociabilidades e sensibilidades adequadas ao novo espaço reformado. Em outras palavras, não adiantava novas avenidas e praças reformadas sem um público educado para ocupar estes espaços. Finalmente, essa educação não envolvia apenas saber se portar nestes ambientes, mas, principalmente, estar revestido de uma nova visualidade. Enfim, para os editores e colaboradores, a moda parecia cumprir um papel fundamental na ideia de formação de uma cultura visual a reboque da emergência de novas formas de aparência. Em uns dos textos encontrados até agora, destacamos a seguinte passagem:

Não pense o leitor que eu lhe venha explicar o que seja a moda. Antes uma boa morte do que entrar nesse novo labirinto de Creta onde ninguém sabe por onde entre e muito menos por onde deva sair. Mas, em suma como temos de andar de acordo com os tempos e os tempos são elegantes, que querem? Aqui estamos e nós na brecha.

Mas seja como for, a moda é uma necessidade. O que se reprova são os exageros extremos que a degeneram. A moda tem uma função mercantil de grande importância e pouco tempo darei para que ela entre no estudo da Economia Política como um dos fatores mais importantes para a produção e circulação de riquezas.⁵

A importância que os periodistas atribuíam a moda também pode ser expressada nas estratégias elaboradas para manter o leitor informado sobre as tendências mais recentes. Os editores estavam em constante contato com impressos de outras cidades do Brasil e do mundo, revelando uma capacidade de articulação do quinzenário com o mundo da imprensa nacional e mundial. Era comum, por exemplo, notícias replicadas de outros periódicos ou mesmo notas sobre o andamento da moda em Paris:

A elegância de Paris decretou para a presente estação as seguintes cores: Azul, em todos os seus tons, desde o azul perola até o azul marinho e o azul ferrente, cinzento róla, cinzento claro, verde Nilo, verde água, verde rebendo, (tom das folhas ao rebentar das árvores) violeta, heliotropo claro, beije radium, coral, tijolo e castalho dourado.

Que a notícia aproveite à gente up to date.⁶

⁵ *Revista do Brasil*, nº 9, 30 de novembro de 1910, p. 43.

⁶ *Revista do Brasil*, nº 15, 30 de abril de 1908, p. 40.

Observem que a notícia finaliza com uma passagem indicando que a mesma seja aproveitada pelos leitores que buscam no periódico informações e atualizações sobre a moda. Acreditamos que tal conclusão aponta que a produção de notícias vinculadas a moda não só partia de uma vontade dos editores em inserir o leitor em uma dinâmica civilizatória, mas também de uma demanda destes últimos. Dito de outro modo, a pauta sobre moda também partia da vontade dos leitores em consumir esta temática e como um empreendimento comercial visando o lucro, o Requião e seus parceiros também buscavam contemplar os interesses dos seus leitores.

Em outros momentos, os colaboradores da *Revista do Brasil* estabeleciam parcerias com outros jornais do país que tinham correspondentes na Europa e que mantinham a imprensa nacional em dia com o que acontecia no cenário social e cultural internacional:

Mme. W... correspondente, em Paris, de um apreciado jornal carioca, assim escreve sobre o espírito da moda atual.

“Nunca, deste o Consulado e o Império, a moda procurou origens tão artísticas como agora. Todas as criações dos grandes ‘coturiers’ não são mais que variações em torno da clamyde elegantíssima, daquelas que foram rainhas de graça e formosura. Como que a gloriosa Atenas ressuscita, implantando de novo o culto olímpico da beleza da forma, com que a mulher mais uma vez

O maillots, diz ela, além de mais higiênico, é muito mais elegante. Como tolerar, na sai que se cola e desenha o corpo, o vestígio dos infinitos babados imprescindíveis para que uma calça seja elegante? O seu volume forçosamente desvirtua a pureza da forma, formando rugas na saia e engrossando desuniformemente o corpo. O maillots, sobreposto, à pele, como uma outra pele, não só não tem nenhum daqueles inconvenientes, como nos preserva das infecções a que estão expostas todas as senhoras que andam a pé nas ruas.⁷

Poderíamos apresentar outras fontes que reforcem a importância da moda para a revista e os seus leitores. Porém, por questões de espaço e de perspectiva, desejamos avançar agora na discussão sobre a relação da cultura visual com a *Revista do Brasil*. Aqui estamos entendendo o conceito de cultura, como defende Peter Burke (1989), enquanto uma série de práticas e saberes que, em diálogo com as imagens, procura problematizar como estas são construídas no que tange sua materialidade, intencionalidades, disposições, evidências e silenciamentos. Além disso, estamos pensando a cultura visual não como imagens naturalizadas que apenas ilustram os textos, mas enfatizando a forma como sujeitos se relacionam e interagem com elas,

⁷ *Revista do Brasil*, nº 6, 30 de setembro de 1910, p. 11

dialogicamente e conflituosamente, seja na produção ou no consumo das imagens. Enfim, “Trata-se de abandonar a centralidade da categoria de visão e admitir a especificidade cultural da visualidade para caracterizar transformações históricas da visualidade e contextualizar a visão” (Knauss, 2006, p. 107)

A partir desta perspectiva, podemos apresentar agora como os editores dialogaram com as imagens estampadas na revista de modo a constituir uma visualidade sobre a moda que a revestisse de uma importância e centralidade para os leitores. Em se tratando de um periódico ilustrado que privilegiava charges e caricaturas, foi relativamente fácil encontrar alguns desenhos que retratavam vestidos, roupas ou, nos termos da época, toilettes. Vale destacar que, geralmente, estas figuras tinham um destaque nas páginas, ocupando a maior parte ou quase a totalidade delas, além de estarem acompanhadas de legendas curtas que ratificavam a importância da moda. Por exemplo, as duas gravuras que seguem abaixo, e que ocupavam metade de uma página, cada uma, respectivamente, são acompanhadas de legendas do tipo: “uma gentil entraveé das que enchem de pernas a rua Chile e a Praça Castro Alves” e “A quintessência da moda na Bahia. ” Ambas as legendas, quando associadas às gravuras representando mulheres de traços e gestos delicados, procuram fazer da moda uma pauta primordial na política editorial da revista, reforçando tanto o interesse dos editores em contribuir para uma modernização de uma visualidade de si e da cidade, como também correspondendo a demanda dos leitores em querer fazer parte desta nova cultura visual:



Figura 1: Revista do Brasil, nº 1, 18 de maio de 1911, p. 31.



Figura 2: Revista do Brasil, nº 13, 20 de janeiro de 1911, p. 13.

Apesar da existência de uma atenção positiva e de uma atribuição de sentido moderno e civilizatório ao universo da moda, também encontramos algumas inquietações e críticas no que se refere a relação de setores da sociedade e dos leitores com a moda. Assim como as intervenções urbanas, ou falta delas, em Salvador eram criticadas, a temática da moda não passou pela revista de forma harmônica, tampouco unânime no que se refere as opiniões e sentidos que eram construídos sobre ela. Várias referências apontam para um desgosto e desaprovação no modo como os leitores se comportavam em relação a determinadas tendências da moda e ao seu universo mundano.

Umas das primeiras críticas envolve a efemeridade da moda e a sua tendência, naquele período, em produzir um estilo cada vez mais considerado indecente para as mulheres por deixar muitas partes do seu corpo descobertas. Em uma coluna, o autor de nome Snob se indigna:

É pena que a moda varie tão infinitamente, o que ainda lhe torna mais dificultoso o estudo. Enquanto diabo esfrega um olho a mulher inventa dez modas muito diferentes e cada qual mais cômica.

Os maridos e pais veem-se em palpos de aranha, porque um vestido feito para este mês, absolutamente não presta para o outro, cai da moda...

Ainda tenho bem vivas na memória as anquinhas que vinte anos atrás estavam na ponta. Era o chic em matéria de elegância. E quem não estufasse o traseiro com sambambaia ou pano velho, santo Deus! Como era sem gosto.

Hoje a coisa é muito outra. A moda tomou outro e pouco a pouco vai despindo a mulher. E falamos desse modo porque, na nossa opinião, de sansdessous ao resto pouco falta.

Além do mais, as meias são de renda, as golas transparentes, as mangas curtas, as sapatinhas rasas e tudo o mais assim... pela metade... E os chapéus que até pouco tempo eram uma barreira poderosa contra essa tendência, os chapéus que encobriam o rosto das senhoras com um zelo extraordinário, os próprios chapéus já estão cedendo e agora os turbantes em voga são menores do que as cabeças.

As mulheres, cumpre aceitarem-na com reserva e com raciocínio, afim de que não estejamos todos os dias a lamentar excessos tão deploráveis. Cinjam-se à moda, mas não seja escravizadas por ela. Usem-na com sobriedade e inteligência, como complemento a beleza feminina, mas não como um princípio de que a mulher seja mero acessório e pelo qual seja ela inteiramente absorvida.⁸

Não passa despercebido um sentimento nostálgico do autor em relação a um período que em que a moda parecia mais conservadora e, portanto, correta para ele. A sua queixa nos fornece um indício que nos ajuda a pensar que as críticas de alguns colaboradores não ocorriam apenas pelo fato de eles acreditarem que a Bahia não

⁸ *Revista do Brasil*, nº 9 e 10, 30 de novembro de 1910, p. 43.

conseguia avançar na ambiência de um espaço moderno. Claramente, podemos perceber que a crítica também ocorria em razão da Bahia estar acompanhando determinados progressos e/ou avanços que deveriam ser evitados.

Uma outra tendência das sociabilidades que gravitavam em torno do universo da moda e constantemente criticada por determinados colunistas eram os relacionamentos baseados em interesses materiais e na aparência. Na charge a esquerda, o senhor não entende porque não é desejado pela senhorita sendo ele um homem chic, cheiroso e elegante. Prontamente, ela responde que “neste mundo só uma coisa me fascina: é ouro para a minha bolsa e... um agradinho ligeiro.”⁹ Já na gravura à direita, depois de um passeio, no qual o cavalheiro fascina-se pelo encontro agradável, a senhorita lembra-o que não pode mais demorar, pois “a modista aguarda a minha chegada, para experimentar aquele vestido chic que compraste.”¹⁰



Figura 3: Revista do Brasil, nº 4, 30 de junho de 1912, p. 27.



Figura 4: Revista do Brasil, nº 5, 18 de julho de 1912, p. 49.

Até o momento, no entanto, no que diz respeito a ferocidade e acidez, as críticas aos interesses materiais e aos corpos desnudos das mulheres não se igualam à celeuma causada pela introdução da moda dos *Jupes-Culottes*. O nome, em tradução livre, pode ser entendido como saia-calção e, literalmente, tratava-se de uma peça do vestuário

⁹ Revista do Brasil, nº 4, 30 de junho de 1912, p. 27.

¹⁰ Revista do Brasil, nº 5, 18 de julho de 1912, p. 49.

feminino que mais parecia com uma calça masculina, com um corte que mais se aproximava mais da saia longa.

Os periodistas não pouparam a tendência de críticas, publicando uma série de charges sobre a vestimenta. Em uma delas, é possível ver a insatisfação do pai de família em ver mulher e filha aderirem à moda:

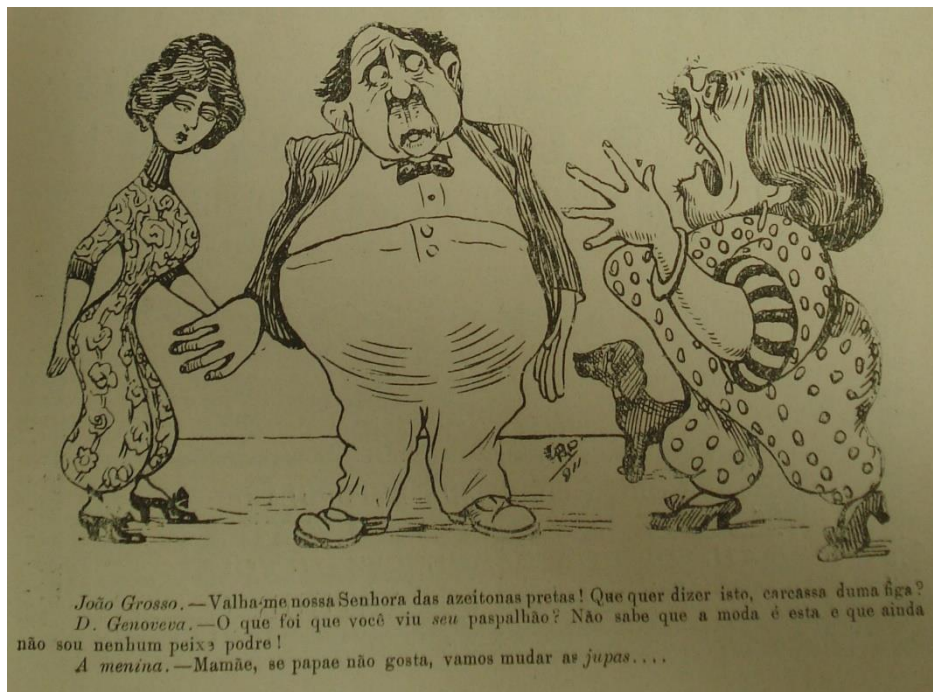


Figura 5: Revista do Brasil - nº 2, 31 de maio de 1911, p. 29.

Ao nos debruçarmos mais sobre a charge podemos especular que outra forma de atribuir um valor de reprovação a moda foi a utilização de traços satíricos para representar as personagens da cena. Notamos principalmente a mãe que foi desenhada de uma forma que parece ter buscado a ratificar a ideia da *jupe-colette* enquanto esteticamente feia. O diálogo também ajuda quando o marido, diga-se de passagem, de aparência muito assustada, recorre aos santos para questionar a vestimenta do seu cônjuge.

Em outras charges encontramos críticas que vão desde ao caráter masculinizado que a vestimenta imprimia às mulheres que as usavam, além de cenas irônicas que apresentavam senhoras consideradas feias, mas que se entendiam como belas por estarem na vanguarda da moda:



Figura 6: *Revista do Brasil*, nº 2, 31 de maio de 1911, p. 45.



Figura 7: *Revista do Brasil*, nº 10, 30 de setembro de 1911, p. 31.

Considerações parciais

Ainda em caráter inicial, a leitura da *Revista do Brasil* indica que a moda teve uma importância fundamental para a imprensa local, ao ponto que ser uma pauta recorrente em uma revista cujo perfil estava mais voltado para a sátira política. Acreditamos que, diante de uma cidade que enfrentava dificuldades sem ser modernizar, e que eram expostas ironicamente nas páginas da *Revista do Brasil*, a moda constituiu enquanto um lugar privilegiado de tentativa de aproximação de Salvador ao contexto moderno e mundano. Parece existir no periódico uma esperança na moda enquanto possibilidade de construir, na cidade, uma nova forma visual de ser e estar nas ruas, praças, restaurantes e festas, ainda que estes lugares, em uma ótica civilizatória, as estejam aquém do desejado.

Por outro lado, esta preocupação não deixa de estar articulada à tentativa dos editores e colaboradores da *Revista do Brasil* em regular, limitar, em uma palavra, pedagogizar o leitor, especialmente a leitora, na forma de consumir e se relacionar com a moda. De uma forma ou de outra, o recurso das imagens parece ter sido fundamental na construção de pedagogias da visualidade.

Referências:

BURKE, Peter. *Cultura popular na idade moderna*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

CIDREIRA, Renata Pitombo. *A Sagração da aparência: o jornalismo de moda na Bahia*. Salvador: Edufba, 2011.

COSTA, Ângela Marques da; SCHWARCZ, Lilia Moritz. *1890-1914: no tempo das certezas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

DE LUCA, Tania Regina. *Leituras, projetos (Re)vista(s) do Brasil (1916 – 1944)*. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

FERREIRA, Jorge & DELGADO, Lucilia de Almeida Neves (org.). *O Brasil Republicano, Vol. 1: o tempo do liberalismo excludente: da Proclamação a República à Revolução de 1930*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2003.

KNAUSS, P. O desafio de fazer história com imagens: Arte e cultura visual. *ArtCultura*, Uberlândia, v. 8, n. 12, p. 97-115, jan-jun, 2006.

MARTINS, Ana Luiza e DE LUCA, Tânia Regina. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Contexto, 2008.

MARTINS, Ana Luiza. *Revistas em revista. Imprensa e Práticas Culturais em Tempos de República, São Paulo (1890 – 1922)*. São Paulo: Edusp, 2001.

OLIVEIRA, Cláudia de, VELLOSO, Monica Pimenta e LINS, Vera. *O moderno em revistas: representações do Rio de Janeiro de 1890 a 1930*. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

SEVCENKO, Nicolau. *Orfeu extático na metrópole: São Paulo: sociedade e cultura nos frementesanos 20*. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SUSSEKIND, Flora. *Cinematógrafo de letras. literatura, técnica e modernização no Brasil*. São Paulo: Companhias das Letras, 1987.