

RETRATOS-FALADOS: O LUGAR DO *BELLO SEXO* NA REVISTA ERA NOVA

Doutoranda Mayrinne Meira Wanderley (PPGS-UFPB)

O desejo de personificar-se, inscrever-se, interligado à atitude do registro. Junto à atitude de *dar o corpo em exposição* ao olhar do outro, um campo cerrado de forças, nas palavras de Roland Barthes¹. Segundo ele, quatro imaginários aí se cruzam e se deformam. Diante da câmera, o indivíduo é, ao mesmo tempo, aquele que se julga; aquele que ele gostaria que os outros o julgassem; aquele que o fotógrafo julga; e aquele de quem ele se serve para exibir sua arte.

Nas fotografias, todo um aparato artificioso é construído para a sedução de si e do observador. Um competente aparelho produtor de imagem ideal individual e coletiva. Convivem aí estruturas simbólicas de auto-afirmação e afirmação de grupo que se unem e se completam na correlação de forças em trânsito no substrato social.

Peter Burke² nos adverte sobre os perigos de se trabalhar com imagem. Ele afirma que são, ao mesmo tempo, essenciais e traiçoeiras. Dois aspectos primordiais aí se entrelaçam: o negativo é que a arte de representar é quase sempre menos realista do que parece, distorcendo a realidade mais do que refletindo. É preciso que o pesquisador esteja, então, ciente disso para evitar equívocos. O aspecto positivo é que essas distorções revelam evidências sobre a “imagem” mental ou metafórica do eu ou dos outros de um momento social.

Segundo o autor, a partir da camuflagem da realidade, os fotógrafos ofereciam a seus clientes o que Julia Hirsch denominou de “imunidade temporária em relação à realidade”³. Na esteira dessas observações, me proponho a realizar não somente a leitura do que está ali, imediatamente diante dos meus olhos ávidos. O desafio está em direcionar sentidos aos *pontos cegos* e aos *brancos*, que são diferentes tipos de ausências. Para Burke, os *pontos cegos* equivalem aos silêncios do discurso oral, ou seja, são os elementos excluídos, afastados da composição da cena. Os *brancos* são deixados conscientemente pelo produtor da imagem, provocando o espectador a preenchê-la individualmente.

1 BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Rio de Janeiro: Martins Fontes. 1984.

2 BURKE, Peter. **Testemunha ocular: história e imagem**. São Paulo: Edusc, 2004.

3 Apud BURKE, op. cit., p.124.

Trabalharei com ênfase nessas narrativas visuais. Isso não inibe a utilização também de escritos da *Era Nova*⁴ como reforço argumentativo, especialmente no que tange aos conceitos, exaltação e críticas à beleza e as opiniões sobre o lugar da mulher num momento social marcado por instabilidades. Essas imagens serão analisadas enquanto sistemas discursivos e, como tal, construídos de acordo com um determinado leque de convenções convenientes aos seus produtores.

Decidi trabalhar com as imagens pela abundância e a relevância de sua presença na configuração da revista. *Era Nova* é amplamente ilustrada por charges e, sobretudo, por fotos. Eis o seu grande diferencial com relação aos demais periódicos. Em suas páginas, pude observar retratos de estrelas de cinema, de atletas famosos, da *urbs* que nascia e de componentes da sociedade local.

Ao contrário dos textos escritos que compõe a revista, a grande maioria das fotos é de figuras femininas. Se compararmos os números, a quantidade de imagens masculinas publicadas é inexpressiva. Isso nos aponta nitidamente a distribuição de papéis. Aos homens, o cultivo intelectual; às mulheres, restava a ostentação da beleza. Textos escritos e imagéticos se cruzavam e revelavam a ordenação dos lugares sociais.

A pesquisa limita-se à análise das capas. Fiz essa seleção porque tive por enfoque os retratos destinados à espetacularização da beleza das moças da elite. As fotos que ilustram o interior das publicações exaltam muito mais a beleza da cidade, a movimentação das novas ruas, noivos, políticos ilustres, mocinhas recém-formadas na escola normal ou no curso de datilografia e artistas de modo geral, principalmente de cinema. As capas das revistas são verdadeiras sagrações à beleza dominante, com uma forte influência romântica.

Antes mesmo de analisarmos as imagens, discutirei a questão do *dever de beleza* imputado às mulheres. Um dever que acabou por lhes garantir o direito de pronunciarem-se no âmbito público. Dever sublinhado pelos concursos de beleza que se propagavam pelo mundo. Junto com eles, a reavaliação, por parte dos colunistas e colaboradores da revista, dos conceitos de beleza e as discussões sobre sua importância social.

A uma mulher muito feia
Correrei mundos e mundos
E lá dos mundos no fim,
Saltarei fora dos mundos

⁴ A revista *Era Nova* foi publicada entre os anos de 1921 e 1926. Inicialmente, era editada na cidade de Bananeiras, mas logo passou a ser produzida na *Parahyba* do Norte.

Se te vir atrás de mim
 Se chegando ao fim dos mundos,
 Tu olhares para lá,
 Direi ao auctor dos mundos:
 Mais mundos! Que ella cá está....⁵

O poema anônimo demonstra com nitidez o lugar reservado às mulheres na Era Nova: o da beleza. Bombardeada pela epidemia do novo que tanto atraía quanto amedrontava, parte da sociedade *parahybana* agarrava-se sofregamente a alguns códigos e convenções já sedimentados. Se isso não bastava para deixá-la segura por completo, pelo menos produzia a sensação momentânea de que se podia resistir ao caos.

Um fator de destaque nessas estratégias de sobrevivência à iminência do futuro incerto foi o alargamento da valorização da beleza feminina na imprensa. É comum encontramos na revista aconselhamentos que visavam o cultivo da beleza, crônicas, artigos e críticas ferrenhas às vítimas do espelho – caso da *melindrosa* – e, paradoxalmente, às desprovidas de beleza. Parecia não haver perdão para o pecado natural destas últimas:

(...) Novamente olhou-se no espelho...
 Mulher feia, mulher para sempre feia. Então vieram-lhe quentes lágrimas aos olhos de gaivota e chorou com as mãos em concha, cobrindo a face decorada. Velha e feia! Chorou, e mais por sentir que o seu corpo não era um corpo de beleza, – e mais por não haver despertado a devoradora curiosidade do Homem. Do Homem que não veio nunca, do Homem que não apareceu jamais: aquelle homem a quem não pudera entregar-se, voltar-lhe todos os seus anseios soffregos de mulher fallhada na existencia.⁶

O texto de Vidal é categórico. O Homem, de letra inicial sempre maiúscula, rejeitou, ou melhor, ignorou a mulher com a letra inaugural minúscula porque ela não era dotada de beleza. Essa foi a causa da sua solidão. Incompetência natural. Mulher “fallhada na existencia” e, por isso mesmo, culpada única pelo seu infortúnio ou por aquilo que sequer chegou a vivenciar.

Notemos que a mulher descrita por Vidal tem “a face decorada”. Isso nos mostra que, apesar de não corresponder ao padrão de beleza corrente, essa mulher utiliza-se de artifícios para tentar se corrigir. Eles tornaram-se progressivamente utilizados pelas

5A **uma mulher muito feia**. Era Nova, 15/07/1924

6 ADHEMAR VIDAL, Era Nova, 15/07/1924.

mulheres de elite e, de modo geral, condenados pela opinião masculina. Numa sociedade que tentava adulterar as desestabilidades com a ilusão do equilíbrio, qualquer tipo de excesso era combatido, especialmente os femininos.

Lembremos que os artifícios aprofundaram-se. Penetraram roupa adentro. O que até o início do século XX se restringia aos acolchoados e compressores das roupas e acessórios, na década de 1920, embrenharam-se na epiderme, na nova forma de pensar e conduzir a vida. A beleza natural aliava-se aos avanços científicos, que lançaram ao mercado cosméticos e remédios, e atrelava-se aos novos artifícios e novas formas de incorporá-los.

Qual seria esse padrão de beleza em voga? Em cartas de mulher, Viôleta afirmava: “o conceito de beleza é relativo e contingente, pezar do criterio geometrico que pretende definil-a scientificamente”⁷. Posteriormente, explicita os limites dessa relatividade: “A gordura é a negação desse idéal de movimento e força, é sempre um sinal de decadencia phisica, que é a morte da belleza e do amor”.⁸

O corpo rijo e saudável simbolizando elevação da auto-estima. Teve origem aí, de forma mais consistente, a *psicologização do corpo*. Segundo George Vigarello⁹, isso se resume a “bem-estar e ventre liso”. Assim ditava a norma coletiva, “de quem as fórmulas individualizadoras são apenas um dos aspectos”.

Para nos referirmos à sociedade *parahybana*, é preciso considerar os entraves. Essa moda não obteve o mesmo sucesso conquistado nas metrópoles européias. Além da herança genética ser diferente, a metáfora do corpo magro representar a liberdade da mulher não chegou a atingir um raio de distância tão considerável. Essa era uma bandeira cara demais para ser levantada abruptamente. O processo se instituiu de forma mais lenta. Aqui os litígios entre tradição e novidade eram menos profundos. O casamento, a maternidade, as condutas balizadas pela premissa conservadora possuíam o seu alto valor na estrutura social.

Todas as críticas que se fazia à vaidade ostensiva das moças de elite pareciam desaguar na opção por um dos dois caminhos sociais: ou a mulher semeava a beleza de forma equilibrada ou tornava-se vítima de sua própria vaidade. Para este último caso, as conseqüências chegavam a ser drásticas para a época, ou seja, a moça poderia não conseguir casar. Como disse Adhemar Vidal:

⁷ Votos que te sagraram a mais bella, Era Nova, 15/06/1922.

⁸ Cartas de mulher, Era Nova, 15/08/1922.

⁹ VIGARELLO, op. cit., p.142.

O que o esposo quer (attentem bem isto!) não é uma bacchante núa; elle quer é um ser modesto, decente, contido, é uma jovem bem educada, reservada, com cultura, que pense, que tenha espírito aberto aos interesses superiores, que seja laboriosa, seria, capaz de abnegação e que inspire confiança. Nem a toilette, nem o tango, nem o fox-trost, garantem essas qualidades (...). Teriam mais exitos matrimoniais as jovens se abaixasses mais os decotes, dansassem menos o tango, meneassem menos os quadris (...). “Comem a isca e, depois, fogem da armadilha”.¹⁰

Os códigos sociais não admitiam exceções. As mulheres que cediam irrestritamente às oscilações da moda eram apontadas impiedosamente nas ruas, entre a família e na imprensa. A vaidade exacerbada era recebida como fraqueza, desvio de caráter ou patologia. Mas à mulher cabia a responsabilidade de representar o belo.

A promoção dos concursos de beleza confirma o nosso argumento. Segundo informações insistentemente divulgadas pela Era Nova, os periódicos *A noite* e *Revista da Semana* promoveriam um concurso em nível nacional, cujo resultado seria proclamado na comemoração do centenário da independência nacional.

Segundo José Américo de Almeida¹¹, “esse empreendimento, que talvez se afigure futil á austeridade dos que tem olhos mas não vêem, representa, além do interesse da beleza, em sua expressão mais sugestiva e palpitante, a preocupação de revelar excellencias plasticas da nossa raça”. Notemos nesse instante a preocupação em mostrar que a *Parahyba do Norte* possui habilitação para figurar no mesmo espaço da beleza de outras nações, mergulhadas nos princípios eugenistas imperantes.

Seu discurso continuava na indicação do lugar atribuído à mulher no sistema social: “A belleza é a aspiração suprema da mulher! E’ o ornamento do sexo e um elemento de sugestão que realça as virtudes para as conquistas mais puras. E’ o próprio idéal artistico da virgem”. O autor reforça suas palavras, afirmando: “A igreja exalta, nos seus canticos, a lindeza de Maria, como um dom da santidade”.

Na continuação do artigo, Almeida foge à conceituação da beleza, que é “vario e multiforme. Cada tempo, cada raça, cada ambiente tem um ideal”. Reporta-se, a partir daí, aos ideais de beleza da antiguidade, do medievo e do renascimento e da fase romântica. Encerra a sua defesa, dizendo: “E, assim, a literatura se contradiz na

¹⁰ Caçadoras de maridos, Era Nova, 15/02/1922.

¹¹ A mais bella, Era Nova, 01/11/1921.

idealização do typo feminino, representando ora em sylphides e virgens mysticas, ora num sacco de ossos, ora em carnaduras exuberantes”.

É interessante observar que, no mesmo artigo, Almeida informando que uma beleza exemplar *parahybana* atrairia noivos tanto para as belas como para as feias. Novas oportunidades para o mercado matrimonial que não poderiam ser desconsideradas, dada a imperativa necessidade, vigente e contingente de realização dos sonhos das moças pertencentes a “melhor sociedade”.¹²

Causou burburinho esse concurso. As famílias se organizavam em torno de suas mocinhas para incentivá-las à disputa da beleza. A revista publicava em todos os seus números textos alusivos à importância do pleito e até cupons para os votantes contribuírem com sua opinião.

Finalmente, após grande movimentação dentro da elite, a vencedora do concurso foi Stela Caçador Stahel, com cinco mil, seiscentos e setenta e um votos ao seu favor¹³. A moça, conhecida nas rodas da elite social, disputaria, por fim, com uma representante de cada estado do Brasil. Festas em sua homenagem foram promovidas e aclamações divulgadas na revista. Era Nova publicou, ainda, uma foto da vencedora em uma de suas capas, consideradas lugar de exposição das filhas do grupo dominante.

Em *close* e em plano americano, as jovens da elite faziam-se presentes. Oriundos de acervos pessoais, os retratos tornaram-se progressivamente mais elaborados, com a composição detalhada da cena, os jogos de luz e sombra, o vestuário e acessórios condizentes com a mensagem ideológica que se queria transmitir, e o corpo centralizado no cenário. Tudo isso revelando a supervalorização da estética corporal, que norteou a década de 1920.

Essas mensagens ideológicas chamam a atenção porque demarcam, por meio de discursos imagéticos, a complexidade desse período de transição, permeadas por contradições que também são construídas nas colunas sociais e de opinião do periódico. A coexistência dos elementos tradicionais e modernos é uma constante. Havia Em algumas edições, fotos mais ousadas, com roupas e olhares tocando a “modernidade”¹⁴. Quem dominava, contudo, era o caráter tradicional.

Às mulheres a beleza, mas uma beleza controlada e higienizada pelo olhar masculino. Beleza ressaltada pela moda, relevante na diferenciação grupal, mas não

12 *Notas sociales*, Era Nova, 01/05/1921.

13 Informação retirada de Era Nova, 01/06/1922.

14 O sentido aqui atribuído refere-se ao novo, às novidades, de acordo com o significado que a palavra tem na revista.

vitimizada por ela. Moças de elite teriam que unir nas suas imagens às belezas aparente e interna. Esta última, expressada na forma de prender os cabelos, na pose, na seleção das roupas, na forma de olhar, na boca cerrada ou semicerrada. Sinais de virtudes sublinhados por Joaquim Inojosa:

A verdadeira beleza é a harmonia existente entre o espírito e a matéria (...). A carne sem o espírito é a estatua sem expressão: porque a significação expressiva dos monumentos não é mais do que o reflexo da inteligência do auctor (...) Tal a mulher de corpo escultural, formas seduzentes, olhares divinaes, mas de espírito atrasado, revelando no falar imperdoável ignorância.¹⁵

A primeira capa exalta, na fotografia da senhorinha Maria do Céu Silva, a chegada dos novos tempos, expondo os símbolos da modernidade: automóvel, indústria e a presença feminina no espaço público. Da segunda capa em diante, o que se vê são fotos de moças vestidas predominantemente de branco, com os olhares perdidos, que não ousam fitar o leitor da imagem. Os cabelos são longos, presos por laços de fita ou combinados a uma flor, com profusas franjas, fiel ao estilo romântico imperante nos novecentos e que auxiliou da ressignificação da mulher.

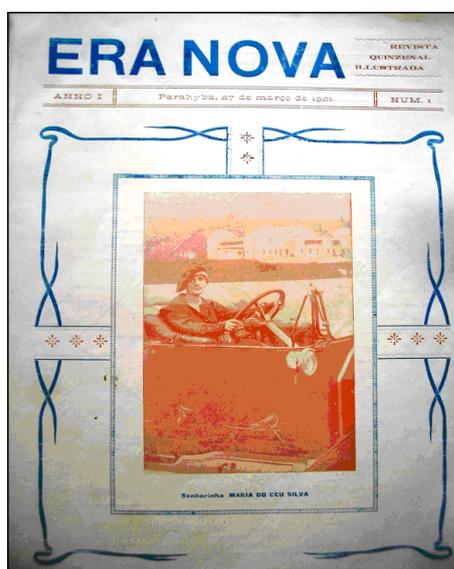


Figura 1: Primeira capa da revista Era Nova. Mulher no âmbito público, fábricas e carro: os símbolos da modernidade. (Revista Era Nova, 27/03/1921).

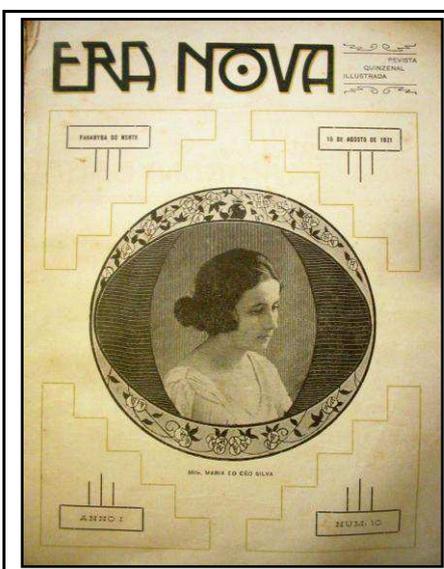


Ilustração 2: Senhorinha Maria do Céu Silva, que ilustrou a primeira edição de Era Nova aclamando os novos tempos, na décima edição, aparece em trajes visivelmente conservadores (Fonte: Era Nova, 15/08/1921).

¹⁵ Retalhos, Era Nova, 01/03/1922.

Segundo Peter Burke¹⁶, os acessórios representados junto a quem posa geralmente servem como reforços de mensagens que se deseja transmitir. Esses acessórios podem ser considerados como propriedades no sentido teatral do termo. Podem, também, referir-se a papéis sociais específicos. Colunas clássicas representam as glórias da Roma antiga, ao passo que cadeiras semelhantes a tronos conferem aos modelos uma aparência de realeza.

A própria senhorinha que ilustra o primeiro número da revista apareceu na capa da décima edição de vestido claro, ombros caídos e olhar tímido e suave, fugindo à indiscrição da câmera. Sua foto aparece posicionada dentro de um gráfico que parece representar um olho, cuja pupila, é a recatada senhorinha. Ou, pelo menos, aparentemente recatada, como determinava os códigos sociais da época.

Tais discursos um ideal: relegar à mulher a posição inexpressiva que sempre ocupou nessa sociedade de origem ruralista e falocrática. Em meio a tantas transformações no espaço externo, o interior das casas e os costumes nelas operantes deveriam ser poupados, protegidos a todo custo. Parecia pré-requisito de sobrevivência fazer resistir alguns costumes em meio a de tantos conflitos.

No elogio à beleza, havia o desejo velado de encaixar as mulheres numa atmosfera de conformidade. Ao *sexo frágil* restava a supremacia da beleza física e de caráter. Lugar de mulher não era nos pleitos eleitorais ou no mercado de trabalho. Não era a ondular desfilando a última moda pelas ruas semi-inauguradas ou em vias de inauguração. O cultivo à beleza, especialmente para as damas da *boa sociedade*, era promovido dentro de casa.

Referências

BARTHES, Roland. **A câmara clara**. Rio de Janeiro: Martins Fontes, 1984.

BOTTOMORE, T. B. **As elites e a sociedade**. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 1965.

BURKE, Peter. **Testemunha ocular: história e imagem**. São Paulo: Edusc, 2004.

COSTA, Jurandir Freire. **Ordem médica e norma familiar**. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

¹⁶ BURKE, op. cit..

DE LORENZO, Helena; COSTA, Wilma Peres (org.). **A década de 1920 e as origens do Brasil moderno**. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997.

LAHUERTA, Milton. Os intelectuais e os anos 20: moderno, modernista, modernização. In: DE LORENZO, Helena Carvalho; COSTA, Wilma Perez da (Orgs.). **A década de 1920 e as origens do Brasil moderno**. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1997.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

NOVAIS, Fernando A. (Coord.); SEVCENKO, Nicolau (Org.). **História da vida privada no Brasil**. vol. 2. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

_____. **História da vida privada no Brasil**. vol. 3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências**. São Paulo: Ed. Senac, 2007.

SCHPUN, M. R. **Beleza em jogo: cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20**. São Paulo: Ed. Senac / Boitempo editorial, 1999.

SILVA, Alômia Abrantes de. **As escritas femininas e os femininos inscritos: imagens de mulheres na imprensa parahybana dos anos 20**. Dissertação de Mestrado em Sociologia/UFPE. Recife, 2000.

VIGARELLO, Georges. **História da Beleza**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

Periódico:

Revista **Era Nova**, Parahyba do Norte, de 1921 a 1925, circulação quinzenal.