



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

Marcela Lamour Wanderley

CIDADE-MULHER: Análise das representações do feminino no ambiente urbano em ilustrações veiculadas nas capas da Revista da Cidade nos anos de 1927 e 1928

RECIFE
2018

Marcela Lamour Wanderley

CIDADE-MULHER: Análise das representações do feminino no ambiente urbano em ilustrações veiculadas nas capas da Revista da Cidade nos anos de 1927 e 1928

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Design.

Área de concentração: Planejamento e Contextualização de Artefatos.

Orientadora: Professora Dr.^a Kátia Medeiros de Araújo.

RECIFE

2018

Catálogo na fonte
Bibliotecária Jéssica Pereira de Oliveira, CRB-4/2223

W245c Wanderley, Marcela Lamour
Cidade-mulher: análise das representações do feminino no ambiente urbano em ilustrações veiculadas nas capas da Revista da Cidade nos anos de 1927 e 1928 / Marcela Lamour Wanderley. – Recife, 2018. 127f.: il.

Orientadora: Kátia Medeiros de Araújo.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Design, 2018.

Inclui referências e anexos.

1. Capas de Revista. 2. Gênero. 3. Semiologia. 4. Análise da Imagem. 5. Início do Século XX. I. Araújo, Kátia Medeiros de (Orientadora). II. Título.

745.2 CDD (22. ed.)

UFPE (CAC 2020-123)

Marcela Lamour Wanderley

CIDADE-MULHER: Análise das representações do feminino no ambiente urbano em ilustrações veiculadas nas capas da Revista da Cidade nos anos de 1927 e 1928

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Design.

Aprovada em: 07/12/2018.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Kátia Medeiros de Araújo (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Guilherme Ranoya Seixas Lins (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^a. Dr^a. Inocência da Silva Galvão Neta (Examinadora Externa)
Faculdades Integradas da Vitória de Santo Antão

Prof^a. Dr^a. Gisela da Costa Lima Carneiro Leão (Examinadora Externa)
Universidade Federal de Pernambuco

Dedico este trabalho às pessoas queridas que estiveram sempre ao meu lado durante essa jornada, Rogério, Margarida, Gabriel, Olga e Hugo, com quem partilho esse meu desejo de investigar as coisas do mundo e, a partir disso, contribuir, um pouco que seja, para uma realidade social com menos desigualdades.

Amar e mudar as coisas, sempre.

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Kátia Medeiros de Araújo, por me guiar pelos caminhos tortuosos da pesquisa acadêmica, obrigada pela paciência e disponibilidade; à Universidade Federal de Pernambuco e aos professores do Programa de Pós-graduação em Design, pela expansão que essa empreitada me proporcionou.

Aos coletivos com os quais tive a oportunidade de trabalhar, SOS Corpo, Grupo Curumim, Casa da Mulher do Nordeste, entre outros, que me trouxeram os questionamentos sobre a representação visual das mulheres na minha prática como designer, e me fizeram refletir sobre toda uma estrutura social manifesta através da produção das visualidades, e que nós que trabalhamos na área muitas vezes replicamos de forma acrítica.

Às professoras Cibele Barbosa, Virgínia Cavalcante, Maria Alice Vasconcelos, Gisela Leão e Inocência Galvão Neta, pelas contribuições valiosíssimas e, em vários momentos, salvadoras.

Por fim, agradeço mais uma vez às professoras Gisela Leão e Inocência Galvão, e também ao professor Guilherme Ranoya, por aceitarem participar da banca, que constitui mais um momento de enriquecimento e aprendizado.

RESUMO

Esta pesquisa em design, mais especificamente na área do design gráfico, tem por objetivo analisar as representações do feminino na cidade, veiculadas nas ilustrações das capas da Revista da Cidade nos anos de 1927 e 1928. A partir da perspectiva de Teresa de Lauretis de que as representações de gênero participam da construção de feminino e masculino como categorias sociais inseridas em uma estrutura de poder, levando para o campo dos estudos de gênero a noção barthesiana de que os discursos, linguísticos ou imagéticos, são contaminados por ideologias dominantes, Lauretis afirma que todo o aparato semiótico relacionado à construção gênero é o conjunto das representações de uma relação entre classes sociais, a das mulheres e a dos homens. A partir dessa noção, a análise das representações do presente estudo tem uma importância inegável para o design gráfico como participante desse processo de construção não só de um feminino urbano, mas também de um cenário urbano feminino, valorando comportamentos, posições e características da “mulher moderna” e da própria urbanidade como forma de organização social, em um período histórico onde a expansão dos valores burgueses ameaçavam estruturas vigentes do ruralismo patriarcal. A pesquisa foi realizada por meio do estudo das teorias sobre imagem e gênero, áreas onde estão inseridas as representações estudadas, da investigação do contexto de produção dessas representações, e da aplicação de um modelo de análise, que forneceram subsídios para uma leitura semiológica do corpus analítico. As conclusões sinalizam que nessas representações do feminino, a mulher e a cidade são apropriadas, ou seja, tomadas como propriedade, em uma série de discursos em que à mulher “da rua”, como bem público, são associados os “encargos sexuais”, o prazer masculino, o erotismo, a exibição, enquanto a cidade é colocada como local de lazer, de consumo, de satisfação dos desejos, um ambiente onde as desigualdades sociais são invisibilizadas e as ideologias das elites são impostas de forma hegemônica, naturalizando uma dominação que é historicamente construída.

Palavras-chave: Capas de Revista. Gênero. Semiologia. Análise da Imagem. Início do Século XX.

ABSTRACT

This design research, more specifically in graphic's design area, aims to analyze the representations of the feminine in the urban area, conveyed on the illustrations of Revista da Cidade's cover in both 1927 and 1928's. From the perspective of Teresa de Lauretis, genders representation's participate in the construction of feminine and masculine as social categories inserted in a structure of power, taking to the field of gender studies the Barthesian notion that speeches, linguistic or imaginary, are contaminated by dominant ideologies, Lauretis affirms that the whole semiotic apparatus related to the construction of gender is the set of representations of a relation between social classes, of women and of men. From this notion, the representations' analysis of the present study has an undeniable importance for the graphic design as a participant in this process of building not only an urban feminine, but also a female urban cenario, valuing behaviors, positions and characteristics of the "Modern woman" and urbanity itself as a form of social organization in a historical period where the expansion of bourgeois values threatened existing structures of patriarchal ruralism. The research was carried out through the study of image and gender theories, areas where the representations studied are inserted, the investigation of the context of production of these representations, and the application of a model of analysis, which provided subsidies for a semiological reading of the analytical corpus. The conclusions indicate that in these representations of the feminine, the woman and the city are appropriated, that is, taken as property, in a series of discourses in which womans "of the street", as public good, are associated the "sexual charges", the male pleasure, the eroticism, the exhibition, while the city is placed as a place of leisure, consumption, satisfaction of desires, an environment where social inequalities are turned invisible and the ideologies of the elites are imposed in an hegemonic form, naturalizing a domination that is historically constructed.

Keywords: Magazine Covers. Genre. Semiology. Image Analysis. Beginning of the 20th Century.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – O signo em Saussure (linguístico) e Peirce (semiótico).....	19
Figura 2 – Classificação da imagem segundo Peirce	20
Figura 3 – Diagrama do processo de conotação	25
Figura 4 – Capa da Revista da Cidade, número 99, 1928	42
Figura 5 – Anúncio da Empresa Graphico-Editora, proprietária da Revista da Cidade	43
Figura 6 – Prática do footing e das atividades filantrópicas na Revista da Cidade	48
Figura 7 – Prática do footing na Revista da Cidade	49
Figura 8 – A melindrosa e o almofadinha. Capas da Revista da Cidade, ano de 1927, números 54 e 74	51
Figura 9 – “O sorvete do homem”, Revista da Cidade, ano de 1926, número 12	52
Figura 10 – Revista da Cidade, nº 163, 1929, e nº 58, 1927	53
Figura 11 – Revista da Cidade, nº 154, 1929, e nº 94, 1928	54
Figura 12 – Anúncio de vinho de jurubeba veiculado em diversos números da Revista da Cidade	55
Figura 13 – Ficha de análise (Martine Joly)	66
Figura 14 – Homogeneidade e simplificação das características expressivas nas representações de mulheres em comparação às representações de figuras masculinas	108

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Domínios da retórica clássica	23
Tabela 2 – Corpus analítico	62
Tabela 3 – Mensagem Plástica – elementos que compõem o conjunto dos signos plásticos	64
Tabela 4 – Mensagem Icônica – elementos que compõem o conjunto dos signos icônicos	65

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	IMAGEM E GÊNERO – DEFINIÇÕES	16
2.1	IMAGEM	16
2.1.1	Imagem, signo, representação	16
2.1.2	Representação e poder	25
2.2	GÊNERO E REPRESENTAÇÃO	28
3	A VIDA ILUSTRADA	31
3.1	NOVO MUNDO DAS IMAGENS.....	32
3.2	REVISTA: UMA INVENÇÃO BURGUESA	33
3.3	RETRATOS DA “FORMOSA URBS MAURÍCIA”	37
3.4	A REVISTA DA CIDADE.....	40
4	CIDADE-MULHER.....	45
4.1	ELA, A REPÚBLICA	57
5	METODOLOGIA	61
5.1	DEFINIÇÃO DO <i>CORPUS</i> ANALÍTICO	62
5.2	INSTRUMENTOS DE ANÁLISE	63
5.2.1	O modelo de Joly.....	63
5.2.2	O Mito de Barthes	67
6	ANÁLISE.....	68
7	CONCLUSÕES	105
	REFERÊNCIAS	110
	ANEXO A – CAPAS DA REVISTA DA CIDADE	114
	ANEXO B – VITRINE ART DÉCO (1920)	124
	ANEXO C – ANÚNCIO DO FILME <i>A DIVORCIADA</i>	125
	ANEXO D – NOTAS SOBRE O FEMININO NA REVISTA DA CIDADE	126

1 INTRODUÇÃO

O campo do design, sobretudo o do design gráfico, ainda carece de estudos sobre as representações de gênero, apesar da sua importância para uma prática profissional crítica e socialmente responsável. Safar e Almeida (2014, p. 83) ressaltam esse papel social do profissional de design, destacando que ele atua “como agente de reprodução de valores intangíveis na sociedade por meio da linguagem visual apresentada nos artefatos produzidos e consumidos pelos indivíduos”. Mesmo com as conquistas obtidas através do movimento feminista, sobretudo a partir da década de 1960, as visualidades produzidas acerca do feminino ainda reproduzem discursos que limitam os espaços, práticas e experiências das mulheres no cenário social.

É desconcertante que a ampliação dos espaços de atuação das mulheres nas últimas décadas não tenha resultado na quebra de certos conceitos associados a elas, como a domesticidade e a fragilidade, por exemplo. Decerto que houve uma ampliação do que é tido como feminino a partir das reivindicações e lutas por direitos, porém a resposta foi muito mais mercadológica do que estrutural: ao modelo da mulher “do lar” foi acrescentado o da mulher fortemente sexualizada que busca o prazer a qualquer custo e a mulher fria, agressiva e combativa que “derrota” oponentes masculinos no mercado de trabalho (SAFAR; DIAS, 2016, p. 112-113).

A ideia da presente pesquisa nasceu precisamente dessa preocupação com uma atuação mais crítica no campo visual, de forma a contribuir mais com o aumento da liberdade das mulheres de que com a limitação das suas experiências. Os questionamentos acerca das representações do feminino na prática profissional da autora, não somente as representações do corpo, mas também das formas, cores, texturas associadas às mulheres, nasceram dos projetos realizados com grupos feministas do Recife e Região Metropolitana, como o SOS Corpo, Grupo Curumim, Casa da Mulher do Nordeste, Centro das Mulheres do Cabo, entre outros, projetos comprometidos com o questionamento e a desconstrução desses modelos de feminino.

As revistas, ao longo da sua história, aparecem como importante veículo disseminador de discursos sobre o feminino e masculino, sendo responsáveis, assim como outros veículos

de comunicação de massa, pela partilha social desses discursos. Por estarem consolidadas culturalmente como fontes de informação, pelo alcance amplo do público, não apenas em termos de tiragem, mas também em facilidade de leitura através da utilização de recursos de imagem e ilustração, elas se tornaram suporte eficiente na veiculação das representações de gênero, principalmente as revistas femininas. Sobre isso nos diz Tânia Navarro Swain:

O feminino aparece reduzido à sua expressão mais simples e simplória: consumidoras, fazendo funcionar poderosos setores industriais ligados às suas características “naturais”: domesticidade (eletrodomésticos, produtos de limpeza, móveis), sedução (moda, cosméticos, o mercado do sexo, do romance, do amor) e reprodução (produtos para maternidade/crianças em todos os registros, da vestimenta/alimentação aos brinquedos). (2001, p. 19)

No início do século XX, as revistas ilustradas tiveram um crescimento excepcional, não apenas em São Paulo e no Rio de Janeiro, mas também aqui no Recife, onde circulavam dezenas de títulos das mais variadas categorias. Entre essas publicações estava a Revista da Cidade, lançada em 1926 e que desde o primeiro ano de circulação veiculou em suas capas primordialmente ilustrações de mulheres em situações de aparente liberdade, autonomia e ampliação de espaços.

Mulheres nos moldes da “melindrosa”, cabelos “à *garçonne*¹”, olhos lânguidos, boca vermelha, corpos esguios, trajando peças que expunham mais do que o aceitável à época, que apareciam deslocadas da domesticidade, quase sempre representadas em eventos sociais, clubes ou pelas ruas da cidade, geralmente sozinhas, à primeira vista parecem gozar de uma liberdade e de uma autonomia estranhas aos padrões da época e muitos estudos as descrevem como donas dos próprios corpos, autônomas financeiramente e livres para ir e vir nas ruas da cidade:

A melindrosa era consumidora por excelência, e costumava passear pelas ruas da cidade, fato esse, em Recife, evidenciado pelas revistas de variedades. Entre algumas aparições das personagens, podemos encontrar melindrosas praticando o footing, a ver cinemas, ou ainda frequentando as confeitarias, lojas de produ-

¹ Termo francês, amplamente difundido no Brasil nos anos 1920, utilizado para designar mulheres cuja expressão destoava dos modelos de feminino vigentes à época, assumindo características ditas masculinas, como os cabelos curtos. O corte de cabelo “à *garçonne*” tinha como características o comprimento na altura das orelhas e a nuca raspada. (NASCIMENTO e MELO, 2014, p. 16-17)

tos variados, sentadas em praças, em jogos de futebol, dançando, etc. (NASCI-
MENTO e MELO, 2014, p. 18)

É a esse “novo feminino” do início do século XX, precisamente o retratado nas capas da Revista da Cidade, o feminino que parece o oposto dos moldes tradicionais, que se dedica esse trabalho, objetivando identificar, através da análise das imagens selecionadas, que aspectos “naturais”, manifestos nos elementos visuais que compõem as representações, caracterizam esse feminino e esse espaço que a mulher ocupa na cidade, e ainda sobre que ideologias se constroem os discursos acerca da relação da mulher com o espaço urbano.

Foram selecionadas as capas dos anos de 1927 e 1928, período de maior circulação da publicação, onde as mulheres aparecem claramente localizadas em ambiente externo ao doméstico, dividindo o espaço com elementos urbanos, como ruas, clubes, praças e cinemas. As publicações fazem parte do acervo da Fundação Joaquim Nabuco e foram selecionadas em visita à instituição, momento em que a autora teve a oportunidade de manusear alguns números da revista. A delicadeza do material, fragilizado pela ação do tempo e passível de danos ao manuseio, motivou a autora a utilizar o acervo digitalizado em cores, sem prejuízo ao andamento da pesquisa. A amostra é composta por 12 capas, com formato original 18 X 27 (largura X altura, em centímetros), sendo cinco exemplares do ano de 1927 e sete do ano de 1928.

Por se tratar de um estudo que busca analisar de que maneira as imagens a evocam sentidos, ou seja, a partir da significação, a semiótica se apresenta como abordagem teórica capaz de dar conta de toda a complexidade evocada pelo termo imagem. O segundo capítulo traz os estudos sobre análise da imagem, de Martine Joly (2012), e a noção de Mito de Roland Barthes (2001) como as principais fontes para análise da amostra selecionada. Ainda no segundo capítulo, é abordada a conexão entre gênero e semiótica, através dos escritos de Teresa de Lauretis (1994), que direciona a análise incluindo a noção de que a representação é o próprio gênero, que o processo de atribuição de feminino e masculino a homens e mulheres é feito através de um aparato semiótico, que as cientistas sociais feministas denominaram como *o sistema de sexo-gênero*.

O terceiro capítulo apresenta, a partir dos estudos de Nelson Werneck Sodré (1999) e Ana Luiza Martins (2008), uma introdução à história das revistas ilustradas, seu surgimento e desenvolvimento, elencando os interesses e valores dos seus produtores, desde sua atuação no processo de instauração da república até a sua conversão em espaço de “mundanidades”², quando assume plenamente a sua característica mercantil e burguesa, época em que se localizam as revistas da amostra. Traz ainda uma ampla contextualização do período, levantando os aspectos que constituíram todo um ideário acerca da modernidade e do desenvolvimento da vida nas *urbs*. Esse processo de produção de discursos sobre um cenário agitado pelas mudanças ocorridas no início do século XX, no Recife, é marcado por especificidades graças à influência do movimento regionalista, liderado por Gilberto Freyre, como resistência a um processo de modernização que era visto como ameaça à tradição patriarcal nordestina, segundo leituras de Durval Muniz de Albuquerque Júnior (2013).

O quarto capítulo é dedicado à investigação da relação das mulheres com o espaço urbano no início do século XX, sobre os aspectos e discursos que circundam essa presença feminina nas ruas das cidades brasileiras e também no contexto recifense, segundo pesquisas de Vânia Carneiro de Carvalho (2008), Sylvia Costa Couceiro (2003) e Inocência Galvão Neta (2013), além do conteúdo presente na própria Revista da Cidade. A questão do feminino associado ao ambiente urbano também é abordada, já que a figura da mulher moderna, nos discursos presentes na Revista, aparece diversas vezes como metáfora da própria cidade. A contextualização é de importância capital para a análise, pois é a partir dela que se constitui um sistema de referências que ampliam o horizonte de expectativas a partir do domínio da história dessas representações.

O quinto capítulo traz o detalhamento sobre a seleção da amostra, a metodologia de análise e descrição dos instrumentos utilizados, além da sua aplicação nas peças do corpus analítico, apresentando os resultados obtidos em cada uma das capas analisadas.

O sexto capítulo traz as conclusões obtidas a partir do cruzamento dos resultados da análise com o contexto, confirmando e consolidando a relação indissociável das representa-

² Práticas sociais ligadas ao lazer, ao consumo, à prática de esportes e etc.

ções analisadas com a criação e domínio de um feminino (mulher e cidade) adequado aos valores burgueses, do capital e do consumo, sem que as estruturas tradicionais sofressem grandes alterações, colocando a mulher-cidade e a cidade-mulher como locais de degeneração dos virtuosos valores do feminino doméstico e do rural como modelo de brasilidade.

2 IMAGEM E GÊNERO – DEFINIÇÕES

2.1 IMAGEM

O termo imagem tem sido utilizado ao longo da história em uma infinidade de contextos, meios, e nas mais variadas áreas de conhecimento. Com o desenvolvimento e expansão dos meios de comunicação, dos *media*, o trabalho de definição do que é imagem se tornou mais e mais complexo. Segundo Martine Joly,

aprendemos a associar ao termo “imagem” noções complexas e contraditórias, que vão da sabedoria à diversão, da imobilidade ao movimento, da religião à distração, da ilustração à semelhança, da linguagem à sombra. (2012, p. 17)

Na televisão, no computador, na matemática, na medicina, na filosofia, na arte, em cada área com suas especificidades, o trabalho de conceituação do termo imagem é na verdade uma investigação em busca do núcleo comum a todos esses usos, e para isso é necessária uma teoria da imagem. Porém, assim como são diversas as formas de emprego da imagem, assim também são as teorias que a abordam:

teoria da imagem nas matemática, em informática, em estética, em psicologia, em psicanálise, em sociologia, em retórica etc. E aqui estamos tão perplexos quanto antes. (JOLY, 2012, p. 28)

É necessária, então, uma teoria cuja abordagem ultrapasse as categorias funcionais da imagem: a semiótica. Na semiótica, a imagem é analisada a partir da significação, ou do modo de produção de sentido, ou seja, da capacidade de suscitar em um receptor uma reação interpretativa.

2.1.1 Imagem, signo, representação

Os termos semiologia e semiótica têm suas raízes na antiguidade. O médico grego Galeno de Pérgamo, referiu-se à atividade diagnóstica como sendo a parte semiótica da medicina. A Semiologia já era uma disciplina médica dedicada à interpretação de sintomas, disciplina que permanece essencial à clínica médica até os dias atuais. Apesar de em sua etimologia ambos os termos derivarem da palavra grega *semeion* (signo), semiótica e semi-

ologia não são exatamente sinônimos nas disciplinas que se dedicam ao estudo da linguagem. Segundo Joly,

o primeiro, de origem americana, é o termo canônico que designa a semiótica como filosofia das linguagens. O uso do segundo, de origem europeia, é mais bem compreendido como o estudo de linguagens particulares (imagem, gestos, teatro etc.). (2012, p. 30)

O conceito de signo é bastante antigo, e desde a sua gênese se presta a designar um elemento percebido e ao qual é atribuída uma significação. Um signo tem como particularidade essencial estar presente para designar outra coisa, algo que está ausente, logo, tudo pode ser signo, desde que se possa atribuir sentido às coisas do mundo, sejam naturais ou artificiais, aprendizado que se inicia desde cedo com a socialização dos indivíduos. A própria linguagem, na antiguidade, era já considerada um conjunto de signos utilizados para comunicação entre indivíduos.

A ideia da criação de uma ciência dos signos, que pudesse estudá-los, organizá-los, descobrir as leis de funcionamento de suas diferentes categorias é bastante recente, do início do século XX, com o Curso de Linguística Geral, de 1916, obra que deu início aos estudos científicos da linguagem, proporcionando aos estudiosos tanto a definição do objeto, quanto do método. O Curso é uma compilação feita pelos alunos de Ferdinand de Saussure, falecido em 1914, de toda a produção do curso homônimo ministrado por ele em três ocasiões.

O signo é o elemento básico de toda a teoria linguística, segundo Saussure, “o signo linguístico une não uma coisa e uma palavra, mas um conceito e uma imagem acústica” (2006, p. 80). Tendo como objeto o estudo a língua, porém com a consciência de que ela não era o único sistema de signos, Saussure pensou a semiologia como uma ciência geral dos signos. Ao isolar as unidades constitutivas da língua, chegou aos monemas, que são as unidades mínimas de significação, os signos linguísticos, e descreveu o seu funcionamento como um processo psíquico de ligação de um significante (os sons) a um significado (o conceito):

o conjunto de sons “árvore” é vinculado não à árvore real que pode estar diante de mim, mas ao conceito de árvore, ferramenta intelectual que construí com minha experiência. (JOLY, 2012, p. 31)

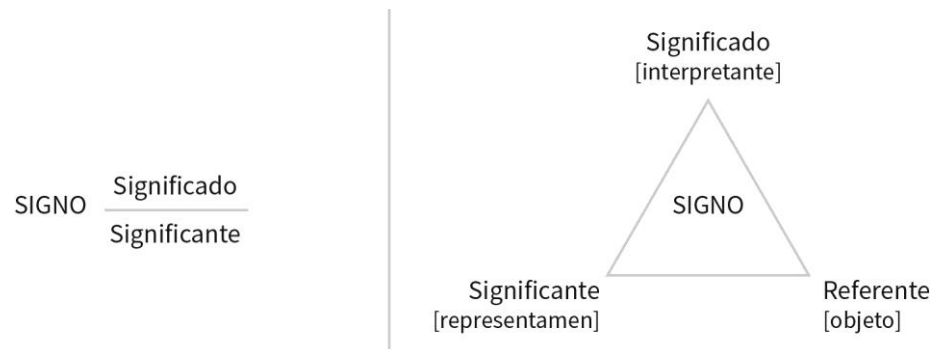
Essa relação, representada por Saussure no conhecido diagrama que será apresentado na próxima página, na figura 1, foi declarada arbitrária, ou seja, determinada a partir de uma convenção, já que o significante não apresenta conexões “naturais”, analogia ou contiguidade com o referente.

Os estudos de Saussure abrangeram desde a morfologia dos signos linguísticos até as grandes regras de funcionamento da linguagem, estabelecendo princípios metodológicos que inauguraram uma abordagem completamente nova do mais complexo sistema de expressão, a língua, o que, segundo Joly (2012), colocou a linguística como modelo geral da semiologia, o que mais tarde se chamou a supremacia do modelo linguístico, que levou quase um século para ser superada.

No desenvolvimento de uma teoria geral dos signos (*semiotics*), Charles Sanders Peirce apresenta uma perspectiva mais vasta do signo, incluindo, além do significante e do significado, o *referente* na dinâmica, que passa a ser constituída por três elementos. Essa representação do processo semiótico explicita que a significação depende tanto do contexto como da expectativa do receptor. Em Peirce o signo é um processo dinâmico, onde os elementos estão sempre se transformando.

O mérito dessa definição é mostrar que um signo mantém uma relação solidária entre pelo menos três polos (e não apenas dois como em Saussure): a face perceptível do signo, “representamen”, ou significante; aquilo que representa, “objeto” ou referente; e o que significa, “interpretante” ou significado. (JOLY, 2012, p. 33)

Figura 1 – O signo em Sausurre (linguístico) e Peirce (semiótico).



Fonte: Joly (2012), adaptado pela autora.

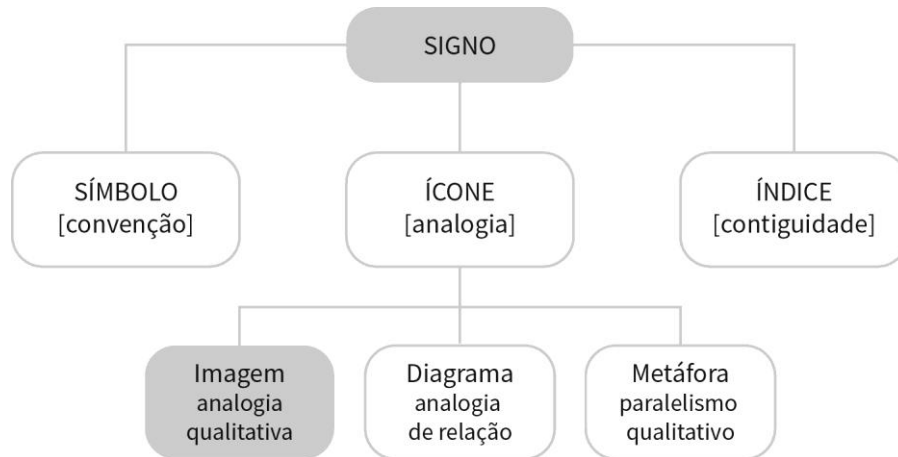
Apesar de possuírem um funcionamento em comum, os signos não são idênticos. Uma palavra não é igual a uma placa de trânsito, ou a uma nuvem, por exemplo. Para dar conta dos vários tipos de signos e suas especificidades, Peirce propôs uma classificação que os organiza em três categorias, de acordo com a relação do significante com o referente: *ícone*, *índice* e *símbolo*.

O *ícone* corresponde ao grupo dos signos onde o significante mantém uma relação de *analogia* com o referente (um desenho figurativo ou uma fotografia, por exemplo). O *índice* corresponde ao grupo dos signos que mantém uma relação causal de *contiguidade* física com o referente (a fumaça que indica fogo, por exemplo). O *símbolo* corresponde ao grupo de signos que mantém com o seu referente uma relação de *convenção* (a pomba da paz, por exemplo). Essas categorias não são isoladas e um signo pode se localizar em mais de uma delas. Não existe signo puro, mas sim gradações e características dominantes.

No que se refere à imagem, ela é classificada por Peirce como uma subcategoria do ícone, pois possui uma relação de analogia com o seu referente. A percepção de que há diferentes tipos de analogia resultou na caracterização de diferentes tipos de ícone: a própria *imagem*, o *diagrama* e a *metáfora*. A categoria *imagem* reúne ícones que mantêm uma relação de analogia qualitativa entre o significante e o referente, retomando qualidades formais que permitem o seu reconhecimento (desenho, fotografia). A categoria *diagrama*

utiliza uma analogia de relação, interior ao objeto (organogramas, esquemas de um motor). A categoria *metáfora* reúne ícones cujo significante mantém com o referente uma relação de paralelismo qualitativo.

Figura 2 – Classificação da imagem segundo Peirce.



Fonte: Joly (2012), adaptado pela autora.

Assim, se recapitularmos a definição teórica da imagem segundo Peirce, constatamos que ela não corresponde a todos os tipos de ícone, que ela não é apenas visual, mas que corresponde de fato à imagem visual que vai ser debatida pelos teóricos quando falarem de *signo icônico*. (JOLY, 2012, p. 37)

Embora a classificação de Peirce da imagem como *signo icônico* (analogico) nos sirva para compreender o princípio comum a todos os empregos do termo (imagem visual/mental/virtual), que é o princípio da semelhança, esta classificação não deve ser considerada como o encerramento da imagem em uma regra de construção. Da mesma maneira que um signo pode acumular as qualidades de ícone, símbolo e índice em diferentes proporções, a imagem (signo icônico), quanto aos níveis de semelhança, também transita entre *imitação*, *traço* e *convenção*.

Segundo Joly (2012), “é possível constatar que o problema da imagem é, de fato, o da semelhança, tanto que os temores que suscita provêm precisamente de suas variações” (2012, p. 39). A autora propõe uma distinção principal entre os tipos de imagens, as imagens fabricadas, onde a semelhança se dá por imitação, exaltando o caráter de *ícone*, e as

imagens gravadas, feitas a partir do registro de ondas emitidas pelo próprio objeto. A principal diferença entre imagens fabricadas e gravadas é que as gravadas são *índices*, ou seja, uma imagem gravada, como a imagem fotográfica, por exemplo, pela relação de contiguidade com o que representa, pode adquirir a força da própria coisa, provocando o esquecimento do seu caráter representativo. Já o aspecto de *símbolo* se manifesta no instante em que outros indivíduos, além do gerador das representações, conseguem compreendê-las, pois para tanto é necessária a presença de alguma convenção sociocultural (2012, p. 40).

Ainda que não se refira apenas às manifestações visuais, em um dado momento da história dos estudos sobre visualidades o termo imagem foi empregado como sinônimo de mensagem visual. Nos seus escritos dos anos 1960, sobre a *semiologia da imagem*, era a esse tipo de representação que Roland Barthes se referia em seus questionamentos sobre como os sentidos são atribuídos às imagens. Joly (2012) ressalta que a redução não implicou em simplificação. Mesmo que apenas em manifestação visual, a imagem conserva toda a sua complexidade e heterogeneidade, reunindo e articulando em seu espaço *signos icônicos, plásticos* e também *linguísticos* (linguagem verbal):

[...] mesmo uma imagem fixa e única – que podia constituir uma mensagem mínima com relação à imagem sequencial, fixa e sobretudo animada (toda a complexidade que a semiologia do cinema vai mostrar) – constituía uma mensagem muito complexa (2012, p. 38).

Os primeiros objetos de estudo no campo da semiologia da imagem foram as imagens publicitárias, segundo Barthes:

Porque, em publicidade, a significação da imagem é, certamente, intencional: são certos atributos do produto que formam *a priori* os significados da mensagem publicitária, e estes significados devem ser transmitidos tão claramente quanto possível [...] a mensagem publicitária é *franca*, ou pelo menos, enfática (1990, p. 28).

Em seu artigo *A retórica da imagem*, publicado na revista *Communications*, em 1964, Roland Barthes analisa um anúncio de massa *Panzani*. Segundo Barthes, toda imagem guar-

da em sua estrutura a relação entre três mensagens: a *mensagem linguística*, a *mensagem literal* (denotada) e a *mensagem simbólica* (conotada).

A *mensagem linguística* (texto) é frequentemente associada à *mensagem visual* (signos icônicos e plásticos) e tem a dupla função de ancoragem ou *fixação*, e revezamento ou *relais*. Na primeira função, está destinada a fixar “a cadeia flutuante de sentidos” oriunda do caráter polissêmico de toda imagem. No nível denotação, é uma resposta mais ou menos direta à pergunta: “o que é?”. No nível da conotação, direciona a interpretação, com o objetivo de evitar desvios de sentido, barrando leituras muito individuais (projeção) ou que atribuam valores indesejados. Na fixação, todo texto tem função elucidativa, mas por se tratar de uma elucidação seletiva, é também um controle:

[...] a fixação é um controle, detém uma responsabilidade sobre o uso da mensagem, frente ao poder de projeção das ilustrações; o texto tem um valor repressivo em relação à liberdade dos significados da imagem; compreende-se que seja ao nível do texto que se dê o investimento da moral e da ideologia de uma sociedade (BARTHES, 1990, p. 33).

A função de fixação é a mais utilizada. Na segunda função, a de *relais*, a *mensagem linguística* complementa a *mensagem visual*, sendo mais aplicada em nível ficcional (diegese). É muito utilizada no cinema, pois dá continuidade à ação. Nesta função o texto requer o conhecimento prévio da língua (código) o que pode dificultar a interpretação da imagem.

A *mensagem literal* (denotada) não pode ser caracterizada isoladamente, pois a sua natureza não é substancial, mas sim relacional. A uma imagem denotada sempre está associada uma imagem conotada, já que um indivíduo pertencente a uma sociedade qualquer sempre detém um saber que o habilita a fazer uma leitura simbólica da imagem: a mensagem perceptiva e a cultural são recebidas ao mesmo tempo pelo espectador. Paradoxalmente, segundo Barthes (1990), a imagem fotográfica, por não se utilizar de um código em sua construção, parece ser o único tipo de mensagem visual capaz de transmitir a sua literalidade. Seu caráter de analogia perfeita, de registro, reforça o “natural” fotográfico em oposição ao cultural de um desenho (pintura, gravura etc.).

A *mensagem simbólica* (conotada) é atribuída à mensagem visual pelo leitor a partir de signos extraídos de um código cultural. É um segundo sistema de significação que utiliza como suporte a mensagem literal, convertendo um signo pleno em significante. É o processo através do qual é possível verificar que uma imagem sempre quer dizer algo diferente do que parece no nível da denotação. A conotação é o local de ação da ideologia de uma determinada sociedade e momento histórico, o que faz com que seja possível encontrar os mesmos significados em significantes de diferentes substâncias (desenho, texto, comportamento, gestos etc.), como a “italianidade”, por exemplo, que pode ser expressa tanto através de uma fotografia de um conjunto específico de ingredientes (tomates, queijo e massa), quanto através de uma determinada combinação de cores (verde, branco e vermelho).

Para compreensão do funcionamento da imagem na visão barthesiana, é indispensável explorar os domínios da retórica clássica, a retórica como “arte” (“técnica”) de falar bem, no sentido de eficácia e não de moral, cujo objetivo principal é convencer, persuadir, e está mais ligado ao verossímil do que ao verdadeiro.

Tabela 1 – Domínios da retórica clássica.

<i>inventio</i>	busca de temas, argumentos, lugares e técnicas de ampliação e de persuasão.
<i>dispositio</i>	estabelecimento das partes do discurso, hierarquização dessas partes dependendo do gênero literário.
<i>elocutio</i>	se refere à utilização de <i>figuras de estilo</i> : 1) <i>figuras de palavras</i> , se referem à escolha das palavras a partir de uma relação [metáfora – paralelismo qualitativo; e metonímia – contiguidade] entre o escolhido e o não escolhido – <i>paradigma</i> ; 2) <i>figuras de frase</i> , se referem à manipulação, organização [repetição, antítese, exclamação etc.] – <i>sintagma</i> ;
<i>memoria</i>	arte da memória.
<i>actio</i>	técnica de dicção e gestos.

Fonte: Joly (2012)

A retórica clássica é então a retórica das figuras, usada até como sinônimo de figuras de retórica. É limitada à expressão e comunicação verbal, falada ou escrita.

O Formalismo russo trouxe uma transformação no modo de pensar a retórica, rompendo o caráter “divino” da produção artística e exaltando a importância do procedimento e da teoria no processo criativo. A retórica passou a ser considerada como fundamento na literatura e na arte em geral. Além da crítica literária, a forma de pensar a retórica, nos anos 1960, também teve contribuições de diversas outras áreas, como da própria linguística e da psicanálise. O linguista Roman Jakobson, estudando a afasia (disfunção caracterizada pela perda da capacidade de compreender e articular a linguagem), verificou que havia problemas de linguagem tanto no aspecto paradigmático (seleção e substituição) quanto no sintagmático (combinação e contexto). Além disso, a partir dos estudos de Freud sobre o funcionamento dos sonhos, Jakobson verificou que o próprio inconsciente funcionava segundo algumas leis da retórica.

Todas essas contribuições ao campo da retórica fizeram com que Barthes pensasse o funcionamento da imagem a partir dos domínios da retórica, segundo Joly:

O postulado ainda é tímido, mas Barthes entende o termo retórica, a propósito da imagem, em duas acepções: por um lado, como modo de persuasão e argumentação (como *inventio*), por outro, em termos de figuras (estilo ou *elocutio*) (2012, p. 82).

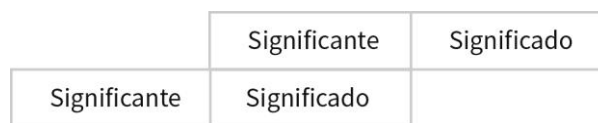
Os significados de conotação apontam para uma essência. A abundância no anúncio das massas Panzani, por exemplo, remete a todas as abundâncias possíveis. Sistemas de conotação tem significantes típicos conforme as substâncias utilizadas, porém os significados são os mesmos em todos os suportes, pois os significados da conotação são do domínio da ideologia, que é única para cada sociedade e história.

Os termos da conotação (*conotadores*) são descontínuos, erráticos. Os conotadores não preenchem toda a lexia, não é possível esgotar a sua leitura. Barthes (1990) esclarece que restam sempre no conjunto da mensagem (que aqui ele chama de discurso) elementos de denotação, ou não seria possível que houvesse discurso. Os termos erráticos da conota-

ção (paradigma) são presos ao sintagma da denotação. É o sintagma da mensagem denotada que “naturaliza” a mensagem conotada.

Todas as obras de comunicação de massa reúnem, por meio de dialéticas diversas e diversamente performantes, a fascinação de uma natureza, que é a natureza da narrativa, da diegese, do sintagma, e a inteligibilidade de uma cultura, refugiada em alguns símbolos descontínuos, que os homens “declinam” sob a proteção da palavra viva (BARTHES, 1990, p. 42).

Figura 3 – Diagrama do processo de conotação.



Fonte: Joly (2012)

2.1.2 Representação e poder

O conceito de natureza, segundo Marilena Chauí, está ligado à existência de uma essência, de algo imutável no interior dos seres que faz com que cada um seja da maneira que é. Natureza é, então, uma disposição inata, algo que não pode ser alterado pela ação humana, em oposição ao que é adquirido através das relações exteriores. Nesse sentido, a natureza é o oposto de cultura, de artifício, de tecnologia (2012, p. 307).

A ideia inicial de natureza atribuída aos grupos sociais, segundo a autora Colette Guillaumin (2014), pode ser denominada “aristotélica” e possui uma concepção finalista, ou seja, a natureza de algo é determinante da sua finalidade, da sua função no mundo, função que parte de uma decisão que se localiza além do mundo físico: “o escravo é feito para fazer o que faz, a mulher é feita para obedecer e ser submissa etc.” (2014, p. 71). A natureza como finalidade é também natureza dos objetos, dos instrumentos. Já a ideia moderna de natureza, segundo a autora, se formou a partir do século XVIII com o desenvolvimento das ciências, que substituíram a determinação “mágica” anterior pela determinação fisiológica.

“O discurso da Natureza” pretendia mostrar como o fato de ser tratada materialmente como coisa faz com que você seja também, no domínio mental, considerada como uma coisa. Além disso, uma visão muito utilitarista (uma visão que

considera você, o instrumento) é associada à apropriação: um objeto está sempre em seu lugar e ele sempre servirá à finalidade a que se destina. É a sua “natureza”. Esse tipo de finalidade acompanha as relações de poder das sociedades humanas (GUILLAUMIN, 2014, p. 65).

Roland Barthes, em *Mitologias* (2001), explicita o mascaramento da ideologia pelos códigos das mídias, a maneira como a indústria cultural mascara a realidade, dando por natural aquilo que é historicamente construído.

O ponto de partida dessa reflexão era, o mais das vezes, um sentimento de impaciência frente ao “natural” com que a imprensa, a arte, o senso comum mascararam continuamente uma realidade que, pelo fato de ser aquela em que vivemos não deixa de ser por isso perfeitamente histórica (BARTHES, 2001, p. 7).

Segundo Barthes, o mito é “um sistema de comunicação, uma mensagem [...] uma forma de significação, que se define pela maneira como se fala” (2001, p. 131). Uma árvore é uma árvore, mas uma árvore falada por Minou Drouot “já não é exatamente uma árvore, é uma árvore decorada, adaptada a um certo consumo, investida de complacência literária, de revoltas, de imagens, em suma, de uso social que se acrescenta à pura matéria” (BARTHES, 2001, p. 131-132). O conceito barthesiano de mito está relacionado ao de conotação do linguista Louis Hjelmslev, para quem a conotação seria um acréscimo de significado ao signo.

A denotação refere-se ao sentido usual ou literal que é dado a uma determinada palavra ou significante, enquanto a conotação é a capacidade que o signo linguístico tem de receber novos significados que acoplam ao seu sentido original em decorrência do seu uso pelos falantes da língua, como se fossem notas, anotações. Daí o termo co-notar, notar duas vezes (FONTANARI, 2016, p. 147).

O local de ação do mito é a conotação, um sistema de significação de “segunda ordem”, construído no interior de um sistema já existente (ou de “primeira ordem”): a linguagem. O conceito de conotação indica que é por meio do uso empregado à linguagem que o mito é definido conceitualmente.

[...] um deles deslocado em relação ao outro: um sistema linguístico, a língua (ou os modos de representação que lhe são assimilados), que eu chamaria linguagem objeto, porque é a linguagem de que o mito se apodera para construir seu próprio sistema; e o mito propriamente dito, que eu chamaria metalinguagem, porque é uma segunda língua, na qual se fala a primeira (BARTHES, 2001, p. 137).

Barthes (2001) sugere que a relação entre um significante denotativo e um significante conotativo só pode ser explicada em referência a um amplo campo social, um campo social estruturado em termos de interesses e valores de classe. Para ele, a ideologia ou o mito consiste na implantação de significantes com o objetivo de expressar e justificar subrepticamente os valores dominantes de um determinado grupo ou período histórico.

Ele cita como exemplo as fotografias de culinária ornamental que ocupam uma página inteira na revista francesa *Elle*. Essas fotografias oferecem uma falsificação de alimentos - aves e peixes - que foram minuciosamente lustradas e revestidas, feitas para parecer completamente outra coisa ou reconstituídas como imitação de suas condições originais. Elas evocam não apenas o conceito de "comida", mas os de "riqueza", "arte" e "inacessibilidade". Essas fotografias afirmam descaradamente que cortes de carne caros não passam de um sonho para a maioria dos leitores de *Elle*. Ao mesmo tempo elas articulam esse sonho para a classe trabalhadora, promovendo o desejo de produtos burgueses. (SILVERMAN, 1984, p. 27-28).

Segundo Kaja Silverman (1984), diferente da concepção de Saussure, que em sua construção coloca a cultura como uma coletividade que mantém uma série de convenções linguísticas neutras e arbitrárias - convenções de sintaxe, gramática e significado, a noção de cultura de Barthes não é genuinamente coletiva, mas frustrada por contradições. Essas contradições são cobertas e suavizadas pela ideologia ou mito, que cria o mundo à imagem da classe dominante. Um dos principais dispositivos para transformar a heterogeneidade real em aparente homogeneidade é a conotação, que reduz todos os materiais textuais, todos os artefatos culturais, todas as formações significantes a um grupo circunscrito de significados privilegiados. Uma vez que a ideologia motiva a relação entre esses materiais, artefatos e formações, por um lado, e um grupo circunscrito de significados privilegiados do outro, essa relação não pode mais ser percebida como neutra ou arbitrária. (1984, p. 29-30).

2.2 GÊNERO E REPRESENTAÇÃO

O pensamento sobre feminino e masculino como construções que ultrapassam a diferença sexual³, segundo Teresa de Lauretis (1994), já era emergente nos escritos feministas da década de 1980. Desenvolvida a partir da teoria de Foucault, segundo a qual a sexualidade é uma “tecnologia sexual”, essa visão propõe que também o gênero, como constituição dos sujeitos femininos e masculinos, é também produto e processo “de diferentes tecnologias sociais, como o cinema, por exemplo, e de discursos, epistemologias e práticas críticas institucionalizadas, bem como das práticas da vida cotidiana” (1994, p. 208).

Lauretis (1994) parte da visão foucaultiana, ao entender o gênero não como uma propriedade dos corpos, mas sim como efeito da linguagem sobre eles, mas também faz uma crítica ao androcentrismo das teorias que, buscando combater a tecnologia que produz a sexualidade, não levam em consideração as relações sociais que constituem e validam a opressão sexual das mulheres, permanecendo dentro de uma ideologia que beneficia os sujeitos masculinos (1994, p. 223).

Para a autora, a relação entre homens e mulheres é também uma relação de classes. Masculino e feminino são as representações não dos indivíduos, mas sim de uma relação social, e é aí que se encontra, para a autora, o conceito de gênero.

Gênero é a representação de uma relação, ou, se me permitirem adiantar-me para a segunda proposição, o gênero constrói uma relação entre uma entidade e outras entidades previamente constituídas como uma classe, uma relação de pertencer; assim, o gênero atribui a uma entidade, digamos a uma pessoa, certa posição dentro de uma classe, e portanto uma posição vis-à-vis outras classes pré-constituídas (LAURETIS, 1994, p. 211).

O sexo, então, determina a classe à qual pertence o indivíduo, enquanto o gênero prepara esse indivíduo para que ele assuma a posição determinada; ou seja, masculino e feminino são, nesse sentido, definidos culturalmente a partir da oposição de dois sexos biológicos, o que é denominado como “sistema de sexo-gênero”.

³ Diferenças biológicas entre corpos de homens e mulheres.

O sistema sexo-gênero apresenta especificidades de uma cultura para outra, os conteúdos culturais atribuídos a homens e mulheres são variáveis, embora a ideia de masculino e feminino como categorias complementares, mas que se excluem mutuamente caracterize todos os sistemas de construção do sexo em gênero. Essa construção está intimamente ligada, em cada sociedade, a fatores políticos e econômicos.

O sistema de sexo-gênero, enfim, é tanto uma construção sociocultural quanto um aparato semiótico, um sistema de representação que atribui significado (identidade, valor, prestígio, posição de parentesco, status dentro da hierarquia social etc.) a indivíduos dentro da sociedade (LAURETIS, 1994, p. 212).

A representação de gênero, ou o próprio gênero, assume então o mecanismo da fala mítica barthesiana, utilizando discurso biológico para naturalizar uma oposição que é historicamente construída dentro de uma estrutura social.

A historiadora Joan Scott (1995), a partir da revisão da teoria feminista, sugere perspectiva ampla sobre o conceito de gênero, percebendo a construção simbólica dicotômica das diferenças sexuais como uma nova categoria de análise histórica, enfatizando que a relação entre as identidades sexuais opostas e hierarquizadas, enquanto linguagem e discurso, estão vinculados às relações de poder entre homens e mulheres de maneira indissociável, atuando nos níveis materiais e simbólicos da realidade social.

Segundo a autora (1995), essa construção dicotomizada e hierárquica da diferença sexual também serve de metáfora, em certos contextos históricos, para os embates políticos entre diferentes grupos sociais, participando da construção da própria lógica do poder:

As estruturas hierárquicas baseiam-se em compreensões generalizadas da relação pretensamente natural entre o masculino e o feminino. A articulação do conceito de classe no século XIX baseava-se no gênero. Quando, por exemplo, na França os reformadores burgueses descreviam os operários em termos codificados como femininos (subordinados, fracos, sexualmente explorados como as prostitutas), os dirigentes operários e socialistas respondiam insistindo na posição masculina da classe operária (produtores fortes, protetores das mulheres e das crianças). (SCOTT, 1995, p. 26)

Para ela, o gênero é o primeiro modo de significação das relações de poder, e que “mudanças na organização das relações sociais correspondem sempre a mudanças nas repre-

sentações de poder, mas a direção da mudança não segue necessariamente um sentido único” (1995, p. 21), ou seja, noções antigas de gênero podem servir para validar novos regimes políticos, por exemplo.

Scott aponta, no campo simbólico, um caminho para a análise histórica, que também é de suma importância para o presente estudo, quando coloca como elemento constitutivo das relações de poder fundadas na diferença sexual a disponibilidade cultural de símbolos que evocam representações múltiplas e frequentemente contraditórias, como Eva e Maria, luz e escuridão, purificação e poluição, inocência e corrupção etc. Nesse sentido, a autora traz os seguintes questionamentos norteadores: quais as representações simbólicas evocadas, quais suas modalidades, em que contextos?

A partir do exposto conclui-se, sinteticamente, que a abordagem semiótica, como ciência geral dos signos, possibilita a análise da imagem, abarcando toda a complexidade que o termo evoca, a partir do estudo da sua significação, ou seja, da sua capacidade de suscitar interpretações. Imagem como representação que mantém com o seu referente uma relação de analogia, é um signo icônico, representando algo que está ausente e que requer um conhecimento cultural prévio que viabilize a atribuição de conteúdos conotados (simbólicos) aos denotados (literais).

Longe de ser constituída por uma série de convenções neutras, a cultura, na visão barthesiana, é marcada por contradições, que são suavizadas pela ideologia ou mito, que converte em natureza algo que é historicamente construído. O sistema de sexo-gênero apresenta mecanismo semelhante ao da fala mitológica, utilizando-se do discurso biológico da diferença sexual para naturalizar uma oposição entre feminino e masculino, localizando mulheres e homens em uma estrutura social previamente estabelecida.

A construção dicotomizada e hierárquica da diferença sexual é constantemente evocada para justificar relações e fenômenos sociais que não estão ligados à sexualidade, como a relação entre governantes e governados, opressores e oprimidos etc.

3 A VIDA ILUSTRADA

O título do presente capítulo – A vida ilustrada – se ampara na tendência crescente, a partir do final do século XIX, no Brasil, da representação da vida cotidiana das cidades nas publicações ditas ilustradas, o que foi possível graças ao desenvolvimento dos recursos técnicos de ilustração e impressão e à atuação dos artistas gráficos, mas que se deve principalmente a um esforço institucional de criação e disseminação de discursos sobre esse cotidiano. O texto que segue busca levantar os fatores que compõem esse cenário de crescimento e que se alinham com o argumento de que as revistas são produto de um sistema institucional e operam como veículos de disseminação dos valores de um grupo específico, reproduzindo uma realidade construída segundo seus interesses.

Em seu livro *Revistas em revista*, a pesquisadora Ana Luiza Martins (2008) traça um rico panorama sobre as revistas que circularam no Brasil entre as décadas de 1890 e 1922, além de expor minuciosamente as origens desse tipo de publicação, cujos exemplares pioneiros foram publicados da Grã-Bretanha, em meados do século XIX. Martins esclarece que essa associação se deve ao surgimento do termo “revista”, mas que uma publicação francesa do século XVII, o *Journal des Sçavants*, já possuía as características que tipificam os periódicos: a abrangência temática e o caráter seriado e panorâmico (MARTINS, 2008, p. 38).

É importante destacar que o periodismo tem por essência a busca de um grupo - a burguesia, como será visto mais adiante - por uma colocação, uma posição de destaque, por isso, apesar do seu caráter efêmero, as publicações desse tipo se consolidaram na Europa e o espaço dos jornais e revistas passou a ser disputado, principalmente no início do século XIX.

Em *História da Imprensa no Brasil*, Nelson Werneck Sodré (1999) também observa uma disputa por espaço nas publicações brasileiras, aqui ocorrida mais tarde, já na virada do século XX, no período em que o autor localiza a transição da pequena à grande imprensa, quando os pequenos jornais dão espaço às empresas jornalísticas mais estruturadas e com aparato gráfico adequado ao seu funcionamento. Segundo ele, “os homens de letras

buscavam encontrar no jornal o que não encontravam no livro: notoriedade, em primeiro lugar; um pouco de dinheiro, se possível” (SODRÉ, 1999, p. 292).

3.1 NOVO MUNDO DAS IMAGENS

Derivada do jornal, a revista, em sua evolução, passou a se caracterizar pelo conteúdo literário e cultural, enquanto o jornal tratava de veicular informação de cunho político e cotidiano. “Ao longo do século XIX, a revista tornou-se moda e, sobretudo, ditou moda”, diz Martins sobre o êxito das publicações, não somente proporcionada pelos avanços técnicos nos processos de impressão, ou pelo aumento do público leitor, ou ainda pelo baixo custo em relação aos livros, mas principalmente por que as revistas condensavam informações variadas sobre os aspectos e inovações dos “novos tempos” (MARTINS, 2008, p. 39-40).

Havia, por parte dos consumidores, uma necessidade de narrativas sobre a vida moderna, uma carência por discursos que proporcionassem algum conforto diante das grandes e desconcertantes mudanças no cenário social ocorridas no período de transição entre a segunda e a terceira fases, segundo Marshal Berman (1986), da complexa experiência conhecida por modernidade. Época, para o autor, caracterizada pela sua expansão, quando o processo de modernização ganha o mundo, “e a cultura mundial do modernismo em desenvolvimento atinge espetaculares triunfos na arte e no pensamento”. Por outro lado, ao expandir-se e multiplicar o seu público, a ideia da experiência moderna se divide “em inúmeros e fragmentários caminhos, perde muito de sua nitidez, ressonância e profundidade e perde sua capacidade de organizar e dar sentido à vida das pessoas” (BERMAN, 1986, p. 15-16).

Martins (2008, p. 44) traz uma citação de Eça de Queirós (1897) bastante elucidativa a respeito dessa necessidade:

Tão profusa, e complicada, e tumultuária, e rápida se tem tornado a vida moderna que, se os fatos não fossem flagrantemente apanhados em imagens concretas, e fixados em resumos límpidos, nós teríamos sempre a aflitiva sensação de irmos levados num confuso e pardacento redemoinho de ruído e poeira. A Revista é essa dedicada amiga que destaca da massa sombriamente movediça as cenas e os atores que, por um momento, merecem risos e lágrimas.

Já no final do século XIX, a ilustração provocou uma revolução na história das revistas. Não a ilustração em si, já que a técnica é utilizada desde o século XV, nos incunábulos, mas os novos recursos de ilustração registrados na Europa neste período. Os avanços técnicos na área permitiram o enriquecimento visual das publicações, tornando-as mais atraentes para o público leitor e também para o não leitor.

3.2 REVISTA: UMA INVENÇÃO BURGUESA

Se na Europa as publicações ilustradas causaram impacto, no Brasil, “distante e defasado em relação ao estágio gráfico da imprensa estrangeira” (MARTINS, 2008, p. 40), podemos considerar que a sua chegada foi um acontecimento deveras impactante. Martins parece acreditar que o fato pode ter de algum modo alavancado o rápido desenvolvimento da indústria gráfica brasileira, bastante limitada até o surgimento das publicações.

Outros recursos técnicos de ilustração – da fotografia ao cliché em cores e à roto-gravura – seriam desenvolvidos até o final do século, a serviço prioritariamente do impresso revista; A modalidade revista ilustrada passou a ser preferencial da população leitora; na sua esteira, o magazine, alternativa de revista periódica, acentuando a magia da ilustração enquanto embala a publicidade de bens de consumo, potencializando as características comerciais do gênero; igualmente os hebdomadários, publicações que aceleravam a periodicidade das revistas, infundindo-lhes com precisão a marca temporal. (MARTINS, 2008, p. 41-42)

A primeira publicação periódica voltada para o Brasil foi editada em Londres em 1808, quando da chegada da corte portuguesa ao Rio de Janeiro. O *Correio Brasiliense*, *Armazém Literário* foi considerado o primeiro periódico brasileiro e também português com edição livre de censura, o que caracteriza a natureza da ligação entre o público leitor brasileiro, e do próprio D. João, com a Inglaterra, principal financiador dos investimentos no Brasil.

A censura e a falta de vontade política são apontadas por Sodré (1999) como colaboradoras de um início tardio do periodismo no país. O próprio editor do *Correio Brasiliense*, Hipólito José da Costa, foi perseguido em Portugal, acusado de ser franco-maçom⁴, e teve que se exilar na Inglaterra, de onde ainda editou o periódico por mais treze anos (MARTINS, 2008, p. 48).

⁴ “As sociedades secretas multiplicavam-se”, diz Sodré (1999) sobre a movimentação liberal do final do século XVIII e início do século XIX. As lojas maçônicas eram refúgio de entusiastas dos ideais franceses.

Com a abertura dos portos, "os abomináveis princípios franceses" - como diria D. Rodrigo de Sousa Coutinho - passaram a entrar em maior volume. Não tardariam providências: a provisão de 14 de outubro de 1808 ordenava aos juizes da alfândega que não admitissem a despacho livros ou papeis impressos sem que lhe fosse mostrada a licença do Desembargo do Paço. (SODRÉ, 1999, p. 14)

Apesar da indiscutível força repressora da metrópole, Sodré destaca que o seu êxito só foi possível porque as iniciativas de implementação da imprensa eram débeis e isoladas. A colônia não oferecia condições ao desenvolvimento dessa atividade burguesa em especial, apesar dos esforços de Maurício de Nassau.

É curioso o fato, porque mostra como as condições da colônia constituíam obstáculo mais poderoso ao advento da imprensa do que os impedimentos oficiais que caracterizaram a atitude portuguesa. Claro que estes, na sua vigilância permanente, concorreram também para o retardo com que conhecemos a imprensa. Mas a razão essencial estava nas condições coloniais adversas: o escravismo dominante era infenso à cultura e a nova técnica de sua difusão. A etapa econômica e social atravessada pela colônia não gerava as exigências necessárias à instalação da imprensa. (SODRÉ, 1999, p. 16)

Segundo José Marques de Melo (1973), o regime escravocrata, a predominância do analfabetismo, a ausência de urbanização, a incipiência das atividades comerciais e industriais eram incompatíveis com uma atividade de caráter mercantil capitalista.

Sodré (1999) descreve o nascimento da imprensa brasileira, que era uma imprensa oficial de cuja oficina gráfica nada saía sem prévio exame dos censores reais. Dessa oficina, em 1808, saiu o primeiro número da *Gazeta do Rio de Janeiro*, trazendo em suas páginas quase que exclusivamente notícias da Europa.

A imprensa surgiria, finalmente, no Brasil - e ainda desta vez, a definitiva, sob proteção oficial, mais do que isso: por iniciativa oficial -, com o advento da Corte de D. João Antônio de Araújo, futuro conde da Barca, na confusão da fuga mandara colocar no porão da Medusa o material fotográfico que havia sido comprado para a Secretaria de Estrangeiros e da Guerra, de que era titular, e que não chegara a ser montado. Aportando ao Brasil, mandou instalá-lo nos baixos de sua casa, à rua dos Barbonos. (SODRÉ, 1999, p. 19)

Obviamente não havia espaço na *Gazeta* para críticas e o Brasil retratado em tais páginas parecia ir às mil maravilhas. Restava aos periódicos editados fora, inseridos clandestina-

mente em território brasileiro, os ataques à administração, e, nesse sentido, o *Correio Brasiliense* teve um papel importante. Porém, Werneck Sodré se apressa em questionar a participação da publicação no Brasil, já que as motivações de Hipólito José da Costa advinham muito mais de situações exteriores do que interiores. Fugitivo da inquisição portuguesa, exercendo atividades comerciais na Inglaterra, Hipólito – e o *Correio* – seria doutrinário dos ideais burgueses. “Trata-se, assim, de uma finalidade moralizadora e não modificadora, ética e não revolucionária.” (1999, p. 23).

Sodré argumenta que Hipólito não era entusiasta da independência e nem da revolução pelo povo, e, segundo ele, nada é mais indicativo dessa afirmação do que o próprio desaparecimento do *Correio Brasiliense* no ano da Independência. Sua opinião é diametralmente oposta à do historiador Paulo Duarte, para quem Hipólito era defensor da Independência brasileira e o *Correio* era instrumento de luta por tal ideal.

Sodré (1999, p. 28) fortalece seu argumento com as palavras do próprio Hipólito (1811, p. 573), segundo ele:

Ninguém deseja mais do que nós as reformas úteis, mas ninguém aborrece mais do que nos sejam essas reformas feitas pelo povo. Reconhecemos as más consequências desse modo de reformar. Desejamos as reformas, mas feitas pelo governo, e urgimos que o governo as deve fazer enquanto é tempo, para que se evite serem feitas pelo povo.

Em outro trecho, a respeito da relação intrínseca entre imprensa e burguesia, Sodré é bastante contundente:

O atraso da imprensa no Brasil, aliás, em última análise, tinha apenas uma explicação: ausência de capitalismo, ausência de burguesia. Só nos países em que o capitalismo se desenvolveu, a imprensa se desenvolveu. (SODRÉ, 1999, p. 28)

Na metade do século XIX, a imprensa política, que havia predominado no período anterior, de avanço liberal, de luta política, de doutrinação, da ânsia pelas mudanças (SODRÉ, 1999, p. 185), entra em declínio e a conjugação imprensa e literatura começa a se firmar. Surgem várias publicações com as características literárias do romantismo.

Martins (2008) destaca dessa época a *Niterói, Revista Brasiliense, Ciência, Letras e Artes* (1936), lançada em Paris, e a *Revista da Sociedade Filomática* (1933), ambas com um discurso de construção nacional a partir dos moldes europeus.

Nesse momento a revista pode ser percebida como lugar de afirmação coletiva, não comportando a motivação mercantil que posteriormente marcou os empreendimentos do gênero. Cumpria papel específico, que também a situava em termos históricos, como espaço de representação, configuradora de identidades, lócus da reflexão e, sobretudo, instrumento de construção e veiculação do modelo nacional. (MARTINS, 2008, p. 59)

O Brasil se apressava em reiterar a tradição de “País de transplantes”, copiando de forma precipitada e temporalmente desalinhada os cenários sociais do exterior, ou uma leitura distorcida dos mesmos, “reforçando o caráter fantástico de busca de nossa modernidade⁵ forçada a se nutrir não da realidade social, mas de fantasias, miragens e sonhos” (MARTINS, 2008, p. 42).

Vingaram poetas e romancistas. Simbolistas nefelibatas, decadentistas, parnasianos, nacionalistas, regionalistas e pré-modernistas sucederam-se, quase convivendo, nas páginas das publicações e nos cafés da boêmia, durante as décadas que se seguiram ao fim do império. Teria durado até 1905 esse período denominado por Martins como *República das Confeitarias*.

O período seguinte da imprensa nacional, chamado por Martins (2008) de *República das letras*, é marcado pelo estabelecimento da Grande Imprensa. Se a publicação de periódicos era antes um empreendimento individual, uma “aventura isolada”, como diz Sodré (1999), agora passa a ser, pelo menos nas grandes cidades, uma atividade empresarial. As contribuições literárias começaram a perder espaço nos jornais, já que o poeta boêmio era agora personagem incompatível com os ideais de produtividade, crescimento e competitividade que marcavam o novo estilo de vida nas metrópoles.

Aos homens de letras, a imprensa impõe, agora, que escrevam menos colaborações assinadas sobre assuntos de interesse restrito do que o esforço para se co-

⁵ Num sentido amplo, segundo Berman (1996), o termo “moderno” descreve a complexa experiência de viver em um cenário de grandes alterações sociais, políticas, econômicas e tecnológicas. O uso do termo “modernidade”, na presente pesquisa, localiza o período em que essa experiência atinge a sua expansão total, abrangendo o mundo todo, época que corresponde ao final do século XIX e início do século XX.

locarem em condições de redigir objetivamente reportagens, entrevistas, notícias. (SODRÉ, 1999, p. 296-297)

As revistas tornaram-se, então, o último refúgio dos homens de letras, e, no início do século XX, tinham caráter primordialmente literário. Segundo Sodré, essas mudanças contribuíram para a proliferação das publicações do gênero nessa fase (1999, p. 297). Para o autor, a produção literária da época era caracterizada pela superficialidade, pelo mundanismo e pela alienação, que eram reflexos da situação material do país, onde a movimentação política era limitada à elite. Começava a surgir, no Rio, o antagonismo entre a “cidade” e o “subúrbio”. As atenções eram voltadas para o que vinha do exterior, enquanto o cenário interno era ignorado.

Uma revista combatia o nosso “meridionalismo exagerado”; para outra, o five o'clock tea era o “pretexto, a intenção benevolente para a elegância de reuniões de escol⁶, da delícia da palestra sussurrada, em tête-à-tête, numa sala aromada de hortênsia, iluminada a eletricidade, cheia de mulheres lindas”. (SODRÉ, 1999, p. 300)

Através do exposto acima, é possível concluir que as revistas nasceram e se desenvolveram em consonância com a expansão da burguesia, que sua atuação crítica durou apenas até o momento em que o poder político foi transferido de uma elite a outra. A partir de então, as publicações passaram a reproduzir discursos que descreviam um ambiente urbano através dos valores e interesses burgueses, invisibilizando as contradições e desigualdades, e colocando a cidade como espaço de consumo, lazer, futilidade etc.

3.3 RETRATOS DA “FORMOSA URBS MAURÍCIA”

Em Pernambuco, a multiplicação das revistas na primeira metade do século XX foi perceptível, sobretudo no período que vai de 1916 a 1930, segundo o volume 8 da História da Imprensa de Pernambuco, de Luiz do Nascimento (1966), que reúne 382 publicações periódicas.

⁶ Mesmo que elite.

Vale a pena salientar a quase predominância do gênero-revista. Uma avalanche de literatura, da prosa a poesia, madura ou prematura, envolvendo a pena dos medalhões e dos intelectuais imberbes. (NASCIMENTO, 1966, p. 19)

Além das transformações no conteúdo das publicações, a virada de século trouxe grandes mudanças também nos processos de reprodução dos impressos. As inovações técnicas da época impactaram sobremaneira a imprensa. A mecanização do processo trouxe uma rapidez à produção que era reflexo do próprio tempo, da modernidade. “As técnicas convencionais de reprodução foram rapidamente substituídas pelas inovações em curso”, segundo Martins (2008).

Naquela voragem de destruição do passado, perpetrada em parte pela conexão intempestiva à modernidade, surgiram grupos em defesa dos valores do País, no propósito de não perder o Brasil de vista, grupos que tiveram forte representação nas revistas. (MARTINS, 2008, p. 187)

A "voragem de destruição", citada pela autora, incidia profundamente sobre as estruturas sociais e políticas vigentes no Brasil desde o final do século XIX. A queda do sistema escravista de produção, o decréscimo do poder rural, dos senhores de terras, da família como modelo de sociabilidade que tinha o patriarca como figura central, tudo era diminuído frente a um sistema que igualava todos os indivíduos como cidadãos, frente à emergência de uma sociedade urbano-industrial. A defesa dos valores do país era, na verdade, a defesa do poder de uma elite que se queria dizer detentora de valores genuinamente brasileiros. (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013)

No Recife, um grupo formado por regionalistas, liderados por Gilberto Freyre, se empenhou na construção de uma identidade nordestina a ser projetada nacionalmente, “resgatando” as raízes e tradições da Região e elegendo esses aspectos como representantes legítimos de uma cultura nacional.

Martins (2008) verificou que em São Paulo os periódicos refletiam esse descompasso entre a incorporação em ritmo frenético do novo e a busca por um ideal de tradição:

A revista foi, naquele momento, a embalagem industrial moderna para textos ainda de fatura parnasiana. Esse choque entre o visual moderno e o interior antigo ilustra a defasagem cultural e a contradição vivida pelo momento. Ali se coloca-

vam grupos, não de todo refratários à renovação em curso, mas que procuravam viver, obstinadamente, seu tempo cultural, temerosos pela perda de valores evocativos das origens e sinalizadores da sua nacionalidade. (Martins, 2008, p. 192)

No contexto recifense, alguns discursos veiculados na Revista da Cidade explicitam a resistência com que as novidades foram recebidas por aqui, a exemplo do citado abaixo, de autoria não identificada, sobre a verdadeira invasão de termos estrangeiros nos letreiros estabelecimentos comerciais da cidade.

De tal modo salta à vista, estadeada em lindos letreiros, a rutilância prestigiosa de títulos como: *Au Bon Marché*, *Maison Chic*, *Petite Maison*, *Au Paradis de Dames*, *A'la Belle Jardinière* etc. Isto para nao ir *A'la Cave d'Or*, ao *Palace Hotel*, a *Rotisserie Sportman*, ao *Café Maxime* e mais alguns estabelecimentos sitos em outros pontos da cidade. Que significa, então, esse quasi injurioso desapego pelo nobre idioma que é o nosso?

Circulavam no Recife as percepções tradicionalistas sobre a vida nas cidades como um afastamento de um modo natural e autêntico de existência proporcionado pelo cenário rural em contraponto ao ambiente artificial do ambiente urbano que se modernizava, feito aos moldes estrangeiros, simbolizando um desprezo crescente ao passado.

Para os tradicionalistas, não só as cidades, cada vez mais, se afastam da natureza, como abandonam também a sua feição familiar, tradicional, por causa de um não sei que de deslumbramento pelo novo por parte daqueles que a administravam. (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p. 103)

A introdução dos novos recursos de ilustração e da fotografia se mostraram eficazes na multiplicação do público consumidor de revistas. As mensagens, agora, atingiam também os analfabetos, que constituíam a maior parte da população brasileira no início do século XX. As publicações, antes vendidas apenas através das assinaturas, passaram a ser ofertadas em pontos informais de venda. Charutarias, livrarias, estações ferroviárias, teatros e hotéis eram pontos comerciais estratégicos (MARTINS, 2008, p. 232-233).

O amplo alcance e o grande poder de divulgação dos periódicos fizeram do gênero um veículo efetivo de propaganda para os estabelecimentos comerciais e seus produtos, uma

solução tão rentável que, segundo Martins (2008), até justificava a distribuição gratuita de impressos:

Desde 1902 foram distribuídas gratuitamente A Aljava, revista literária, e A Torquez, humorística; em 1903, A Esperança, o Jornal da tarde e a Arte e Sport, este último, semanário de reclame com tiragem de 5.000 exemplares [...] em 1906, O Bromofórmio, do Chavez Laboratório e Farmácia Santa Cecília. (Martins, 2008, p. 235)

Em Pernambuco, no período de 1916 a 1930, várias publicações tinham sua distribuição gratuita, com destaque para as carnavalescas, como a *Faz que óia* (1922), a *Jazz band* (1926) e a *Colombina* (1927), e revistas de estabelecimentos comerciais como *A Mimososa* (1923) e *A Graciosa* (1927), esta última com uma tiragem declarada de 20.000 exemplares (NASCIMENTO, 1966, v. 8, p. 240).

O desenvolvimento das revistas no contexto recifense ocorreu, então, de maneira semelhante ao de outros centros urbanos, porém o debate em torno da necessidade de manutenção dos valores tradicionais como forma de defender uma nacionalidade genuína, confere toda uma especificidade nos discursos veiculados nas suas páginas. O conflito entre o tradicional masculino e o moderno feminino permeia o contexto de produção do um cotidiano urbano que é reproduzido na Revista da Cidade.

3.4 A REVISTA DA CIDADE

A Revista da Cidade serviu como guia para o consumo e comportamento dos extratos médios da população recifense durante uma época de urbanização e industrialização aceleradas, período em que também ocorreram mudanças significativas nos modos de ser masculinos e femininos.

Segundo Luiz do Nascimento, a Revista da Cidade era um semanário ilustrado de munda-
nidades que tinha as seguintes características:

Um órgão cultural (...) entrou em circulação a 29 de maio de 1926, formato de 27 x 18, com 28 páginas, em papel couché, inclusive a capa, e assetinado. Propriedade da Empresa Gráfico-Editora, de Moraes, Rodrigues & Cia., com redação e oficina instalada à rua do Imperador n.º 207. Diretor – José Rodrigues dos Anjos; diretor-gerente – Otávio Moraes; secretário – José Penante; redator – Júlio de Melo Filho; encarregado do serviço fotográfico – J. B. Puig; gravador – Benevenuto Te-

les Filho; dirigente da tipografia – Albérico Pena. Assinatura anual – 25\$000, preço do exemplar: \$600. (NASCIMENTO, 1966, v. 8, p. 221)

O artigo de apresentação, assinado pela firma proprietária, focalizou o “era auspiciosa de progresso” por que passava a “formosa urbs maurícia” salientando, segundo Nascimento (1966):

...ainda há lugar entre nós, ao lado das revistas, excelentes sem dúvida, que o Recife já possui, para mais um magazine que seja propriamente a revista da cidade, o solícito e indefesso campeão da causa do seu progresso, abordando com o mais sereno e elevado critério de crítica os problemas vários e complexos que são em toda parte os do urbanismo, fixando no comentário fino e leve, mas sempre moralizador e impessoal, e na documentação fotográfica, que pretendemos venha a ser a mais perfeita e copiosa tentada já no Recife, os aspectos mais interessantes da nossa vida citadina, nas suas mais claras e palpitantes manifestações de atividades econômica, social, estética e mundana. (NASCIMENTO, 1966, v. 8, p. 222).

A princípio apenas o interior era ilustrado com desenhos de Bero (Bervaldo Melo), Wladimir e Villares (Lauro Villares). A partir da edição de 2 de outubro as capas passaram a ser ricamente ilustradas com figuras femininas, primordialmente, sendo Villares o ilustrador oficial da publicação, que ainda contava com as contribuições de José Borges da Silva, o Zulu, Marco Túlio, Lula Cardoso Aires e Guevara.

A estrutura comercial da Revista apresentava os seguintes aspectos:

Havendo divulgado, a 29 de janeiro, o “Manifesto dos incorporadores”, veio a empresa a transformar-se, definitivamente, em “Sociedade Anônima Revista da Cidade” a partir de 16 de abril, com capital de 200.000\$000, dividido em 4.000 ações nominais de 50\$000, ficando assim constituída a sua diretoria: Adolfo Cavalcanti – Presidente; José Rodrigues dos Anjos – Secretário; Valfredo Pessoa de Melo – Tesoureiro; Otávio Moraes – gerente, em nada se alterando o corpo redacional. Toda a turma, mais a do Conselho Fiscal, teve clichê individual estampado em página dupla. Ao mesmo tempo, dizia uma nota que se iniciavam demarchas para a aquisição de material destinado a ampliar o magazine, “de modo a dar-lhe uma feição compatível com a atual cultura de Pernambuco.” (NASCIMENTO, 1966, v. 8, p. 222)

Característica marcante da Revista, as capas ilustradas com figuras de mulheres em destaque são 109 das 152 que compõem a coleção digital. Mulheres que muitas vezes aparecem nas ruas da cidade, a exemplo da imagem apresentada a seguir.

Figura 4 – Capa da Revista da Cidade, número 99, 1928.



Fonte: Revista da Cidade - Acervo digital da Fundação Joaquim Nabuco.

A Revista da Cidade se propõe difusora dos princípios da modernidade, do crescimento urbano e do desenvolvimento técnico. De acordo com Sodré, ela se enquadra nos moldes da grande imprensa, ou imprensa empresa, de interesses capitalistas e grande apelo comercial.

Figura 5 – Anúncio da Empresa Graphico-Editora, proprietária da Revista da Cidade.



Fonte: Revista da Cidade - Acervo digital da Fundação Joaquim Nabuco.

Desde o início da sua circulação, a publicação dedicou uma boa parcela de suas páginas à veiculação de anúncios. Já no primeiro número, 11 das suas 28 páginas exibiam reclames publicitários, sendo uma delas a própria capa. Destes, mais da metade ocupava página inteira, enquanto os restantes ocupavam meia página ou mais. Este padrão seguiu até o fim da sua circulação, exceto nas edições de aniversário, quando o espaço dedicado à publicidade aumentava para cerca de 20 páginas de um total de cerca de 50 (havia comumente uma pequena variação no número de páginas da publicação).

Para público diverso, uma diversidade de temas. No período em se localizam as publicações que compõem o *corpus* de análise do presente estudo, as revistas não eram apenas

literárias - apesar da literatura ainda bastante presente em suas páginas -, eram, sobretudo, ilustradas e de variedades. Em suas cambiantes seções, muito além das crônicas e sonetos, notas sociais, críticas, humor e publicidade, figuravam símbolos configuradores de grupos, de classes sociais e de sociabilidades que, à época, eram conflitantes, pois por um lado defendiam o retorno às tradições, a família patriarcal como célula base da sociedade, e por outro defendiam os valores que se desenvolviam junto com a vida nas cidades modernas, os ideais burgueses, o liberalismo⁷ e a individualidade.

⁷ Segundo OUTHWAITE e BOTTOMORE (1996), liberalismo é um conceito mutável, incompatível com uma definição única e definitiva, mas que tem por essência “o reconhecimento do desejo individual como fato básico de uma sociedade moderna.” (1996, p. 422).

4 CIDADE-MULHER

Esta cidade que é formosa e bôa,
a Cidade-Mulher, por excellência,
não é p'ra ahi qualquer cidade atôa...
Não! É a Cidade-da-Maledicência...

Uma mulher que vem, como um perfume,
e passa diante à multidão curiosa,
sorrindo uma ventura em que resume
a sua vida fácil, descuidosa...

Maldiz de toda gente...
Falla de tudo, tudo...
Coração de serpente
num corpo de velludo.

E Ella é a alma da cidade fascinante...
Sabe de cousas que ninguém conhece...
E quando assesta o seu lorgnon pedante,
é uma reputação que desmerece...

Aquella criaturinha do cinema,
corpo esguio, flexuoso, de cobrinha,
mixto de Salomé e de Iracema,
anda peccando aquella criaturinha...

Aquelle moço esgalgo, dansarino,
por quem tantas criaturas se consomem,
aquelle moço que é quasi um menino,
não tem o desassombro de ser homem.

Aquelle cavalheiro respeitável,
senhor de muito sizo e compostura,
aquelle cavalheiro respeitável
é uma conformadíssima criatura.

- Esse que passa é torto...
- Aquelle outro é ventrudo...
- Parece um gato-morto aquelle narigudo!...
- Que pernas de elephante tem o gordo Figueira!
- Como é deselegante a “madama” do Moreira!

Este, esse, aquelle, todos, todas, tudo retalha, incrépa e “corta” a vida alheia.
Ninguém evita o golpe máo, sanhudo...É uma fúria que se desencadeia...

E esta cidade que é formosa e bôa,
a Cidade-Mulher, por excelência,
não é p'ra ahi qualquer cidade atôa...
Não! É a Cidade-da-Maledicência.

(Arlequim⁸, Revista da Cidade, 14 de agosto de 1926, nº 12).

⁸ Pseudônimo de José Penante, segundo o Dicionário de Pseudônimos de Jornalistas Pernambucanos, de Luiz do Nascimento. Recife: UFPE, Ed. Universitária, 1983, p. 177-178.

Esse capítulo aborda a relação das mulheres recifenses com a cidade do Recife no período de circulação da Revista, ou seja, entre as décadas de 1920 e 1930, e, num sentido mais amplo, a relação entre o feminino e a cidade na modernidade. Ele nasceu do questionamento sobre o investimento da publicação estudada na representação do feminino, muito presente em suas páginas, sobretudo nas capas, onde figuravam, quase que exclusivamente, ilustrações de mulheres, embora não se tratasse de uma publicação destinada especificamente ao público feminino. Busca-se aqui fazer um levantamento dos aspectos que podem ter influenciado essa “exaltação” do feminino no início de século XX, através do pensamento de alguns autores acerca dessa complexa relação cidade-mulher.

Diferente de outros estudos, este traz a mulher como que deslocada do ambiente doméstico, pois na Revista da Cidade a mulher vai à rua e, mais do que isso, a própria cidade é concebida como um ambiente que assume formas e características tidas como femininas, a exemplo do poema de José Penante transcrito acima. Cabe ressaltar que a figura que agora ganha as ruas é a mulher das elites, à qual antes era reservado o espaço doméstico, e é justamente sob os valores desses grupos que se dará a relação entre a mulher e a rua na publicação.

Vânia Carneiro de Carvalho (2008, p. 220), em seu livro *Gênero e artefato*, mais especificamente no capítulo intitulado *Casa versus Rua: A Conspicuidade Feminina e o Trabalho Doméstico*, traz um estudo da historiadora americana Maureen Montgomery (1998) que analisa a produção do sentido de *status* através das práticas públicas de lazer das mulheres da elite nova-iorquina, no final do século XIX e início de século XX. Montgomery identifica essas mulheres como herdeiras das atividades da aristocracia europeia, associadas à demonstração de riqueza e poder. O lazer, o ócio feminino e também as atividades filantrópicas, muito mais que tempo livre, demonstravam a desobrigação do trabalho e a posição privilegiada do marido, “porque a metade masculina da burguesia era, grosso modo, uma burguesia trabalhadora, ficava, portanto, relegada às mulheres da família carregar o distintivo de classe exibindo lazer”.

A ausência de linhagem aristocrática fez com que as mulheres brasileiras assumissem o mesmo comportamento das americanas, segundo Carvalho (2008). Na São Paulo do final

do século XIX, com seu número crescente de lojas de moda e decoração, além de hotéis, teatros e cafés, já desfilavam figuras femininas que olhavam vitrines, consumiam doces ou que simplesmente flanavam pelas ruas da cidade, que já “contava com uma infraestrutura de serviços capaz de atender a essa demanda feminina por exposição pública de suas atividades de mulher civilizada, rica e disponível para o consumo” (CARVALHO, 2008, p. 220).

A mulher era parte constitutiva desse novo universo expositivo que se abria para toda a população. O circuito de exposição da figura feminina não se restringia a São Paulo, mas assimilava todas as áreas colonizadas pelas mulheres de elite e suas aspirantes dos segmentos médios. (CARVALHO, 2008, p. 223)

No Recife, no início do século XX, o *footing* já era prática corriqueira das senhoras e senhoritas da sociedade. Sylvia Costa Couceiro (2003), em sua tese *Artes de viver a cidade: conflitos e convivências nos espaços de diversão e prazer do Recife nos anos 1920*, descreve, através de diversas fontes documentais, essa prática que se iniciava num ritual de preparação, com a escolha do figurino, adereços e maquiagem. Segundo a autora, o cenário preferencial era a Rua Nova:

A Rua Nova abria aos seus frequentadores a possibilidade de vivenciarem um pouco das sensações e experiências do chamado “mundo civilizado”. Nessa hora, a Rua Nova transformava-se numa vitrine humana, colocando todos na vista de todos. (COUCEIRO, 2003, p. 175)

Na Revista da Cidade, o *footing* e as atividades filantrópicas são abundantemente retratados, conforme imagens abaixo:

Figura 6 – Prática do *footing* e das atividades filantrópicas na Revista da Cidade.



Fonte: Revista da Cidade – Acervo digital da Fundação Joaquim Nabuco

Figura 7 – Prática do *footing* na Revista da Cidade.



Fonte: Revista da Cidade – Acervo digital da Fundação Joaquim Nabuco

Porém, se por um lado esse novo feminino, que ganhava as ruas e se fazia visível, era tido como motor para a roda do consumo, por outro significava a ascensão de um modo de vida que sinalizava a perda de poder para um grupo herdeiro dos valores do sistema escravista, dos latifúndios e da família patriarcal.

À mulher eram atribuídos novos papéis que, segundo discursos tradicionalistas circulantes à época, a afastavam do ideal tradicional de mãe e educadora, essencial à manuten-

ção da instituição familiar. Segundo Durval Muniz de Albuquerque Júnior (2013), esse temor era explicitado em textos de autoria de Gilberto Freyre e outros intelectuais, datados do final do século XIX e início do século XX, que alardeavam uma “feminização da sociedade”:

O que nos chama atenção no discurso freyreano, que se inscreve numa série de discursos que podemos datar de pelo menos o final do século XIX, é que este perigo de quebra das hierarquias sociais e o consequente nivelamento dos diferentes grupos que segmentavam a sociedade são sempre descritos a partir de imagens que remetem à família e, mais particularmente, a uma ameaça ao Pai, como representante da autoridade, da ordem e da hierarquia. (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p. 29)

Segundo o autor, a Abolição, o acesso ao mundo da política por parcelas da sociedade antes excluídas desses espaços, a República, a emergência de novos grupos com crescente influência (comerciantes, industriais, operários, classe média, mulheres), ocorridos numa época de grande urbanização e industrialização, eram vistos por Freyre e outros representantes da elite como um “processo de desvirilização da sociedade, trazido pela perda progressiva dos valores, sociabilidades e sensibilidades descritas como patriarcais” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p. 29).

Albuquerque Júnior (2013) identificou nos escritos desses intelectuais uma preocupação sobre como incluir os grupos emergentes sem que as hierarquias sofressem abalos radicais. As mudanças no modo de agir das mulheres, no cenário urbano do mundo moderno, e a emergência dos movimentos feministas ameaçavam provocar uma ruptura das hierarquias de gênero da ordem patriarcal.

O que parece assustar essa elite intelectual nordestina são as mudanças que aconteciam tanto no modo de produção de mercadorias, mas também no modo de produção de subjetividades. [...] Os homens e as mulheres já não eram mais os mesmos, já não reproduziam sem questionamentos os modelos sociais anteriores, as hierarquias sociais que vinham do passado. (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p. 30)

Nesses discursos masculinos do início do século XX ficava claro que as aparentes mudanças nos modos de ser de homens e mulheres eram recebidos com ansiedade e desagrado. Mulheres que iam às compras e ao cinema, “trabalhavam e dirigiam os *Fords* e *Hudsons*

que circulavam pelas ruas do Recife” (COUCEIRO, 2003, p. 168), traziam cabelo *à la garçon*, fumavam e praticavam esportes, agora ocupavam lugares que antes eram exclusivamente masculinos. Esses novos modos femininos e masculinos são muito retratados na Revista da Cidade (1926, n. 24, p. 2) de forma crítica e irônica:

Os mocinhos bonitos da cidade são lamentáveis. Quando a gente falla no “mocinho bonito” já se sabe o typo, catalogado a meio caminho entre o sexo forte e o sexo fraco. E o “mocinho bonito” faz mesmo muito gosto em ser assim: leve, subtil, gracioso, fútil, banal e ridículo.

Figura 8 – A melindrosa e o almofadinha. Capas da Revista da Cidade, ano de 1927, números 54 e 74.



Fonte: Revista da Cidade – Acervo digital da Fundação Joaquim Nabuco

Nesse contexto, as figuras da melindrosa e do almofadinha emergem como representantes do investimento na delicadeza e na polidez, atributos não só estimulados, mas tam-

bém exigidos nas novas sociabilidades urbanas. À mulher, além do refinamento, “exige-se, cada vez mais, que seja bela e ser bela nesta sociedade urbana e burguesa que se instaura é não ser natural” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p. 48).

A melindrosa é a exacerbação desse artificialismo, é a mulher em dia com as novidades da moda e que fascina os homens por sua diferença, embora seja apenas digna de flertes e aventuras, jamais moça para se levar ao altar. (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p. 48)

A artificialidade exacerbada da melindrosa é denunciada, na Revista da Cidade, pela sua representação em imagens feita quase que exclusivamente através do recurso da ilustração, e também nos textos de natureza literária, sobretudo nos poemas, mas também nos contos, onde o corpo erotizado aparece como produto para consumo masculino.

Figura 9 – “O sorvete do homem”, Revista da Cidade, ano de 1926, número 12.



Fonte: Revista da Cidade – Acervo digital da Fundação Joaquim Nabuco

Na publicação os discursos sobre a beleza dos corpos femininos que se exibem nas ruas da cidade aparecem muitas vezes associados à conversão da mulher em elemento decorativo. Em muitos momentos ela aparece como parte da paisagem, como um ornamento do ambiente urbano, o que se verifica nas legendas das imagens abaixo.

Figura 10 – Revista da Cidade, nº 163, 1929, e nº 58, 1927.



Fonte: Revista da Cidade – Acervo digital da Fundação Joaquim Nabuco

Nessas ocasiões há a exigência de disponibilidade e receptividade femininas aos olhares masculinos, manifestadas através do posar e do sorrir em aprovação à abordagem do fotógrafo. A negativa de se dispor à apreciação e vigilância públicas é respondida com comentários de desaprovação à conduta considerada hostil, o que pode ser visto nas imagens a seguir.

Figura 11 – Revista da Cidade, nº 154, 1929, e nº 94, 1928.



Fonte: Revista da Cidade – Acervo digital da Fundação Joaquim Nabuco

Esses discursos aparecem também nos anúncios de produtos para promoção e manutenção da beleza e da juventude femininas, nas notas sobre características corporais tidas como ideais e na coluna Consultório de Belleza, inaugurada no número 129, de 1928.

Figura 12 – Anúncio de vinho de jurubeba veiculado em diversos números da Revista da Cidade.



Fonte: Revista da Cidade – Acervo digital da Fundação Joaquim Nabuco

Um ambiente onde impera o feminino: era assim retratado o Recife na Revista da Cidade, embora a realidade se apresentasse de maneira muito distinta, segundo a pesquisadora Inocência Galvão Neta (2013), que através de registros do início do século XX verificou que as ruas da cidade eram cenários de agressões e violência contra mulheres.

O acréscimo dos números da violência é visível nos documentos da época apesar de não haver uma pesquisa detalhada sobre as estatísticas dos crimes, assaltos, espancamentos, enfim, dos diversos tipos de agressão nas relações conjugais, pelo menos em Recife. Pode-se perceber que, esses variados abusos, já estão

presentes mesmo antes dos efervescentes anos de 1930. (GALVÃO NETA, 2013, p. 56)

Segundo a autora, apesar dos discursos modernos que estimulavam as mulheres a frequentar as ruas em ocasiões específicas, a determinação jurídica, e até a prescrição médica, era a de que a decência era incompatível com o fato de as mulheres mais abastadas saírem desacompanhadas pelas ruas da cidade. A modernidade, então, não permitia avanços para as mulheres, mesmo as das elites, no que diz respeito ao direito de ir e vir:

A modernidade que as autoridades tanto queriam, foi planejada com ações repressivas e mascarada com a antiga ordem patriarcal. Em outras palavras, a reformulação dos costumes foi bastante retrógrada, no sentido de ser opositora a algo que possa se chamar progresso, para as mulheres. Pelo menos no que se pode chamar de avanço no sentido de, ao menos, terem o direito de ir e vir. (GALVÃO NETA, 2013, p. 66)

As mulheres das classes populares, que necessitavam ganhar a vida nas ruas, eram as principais vítimas dos casos de agressão, inclusive policial, amparadas pelas leis de ordenamento da cidade, violências “cometidas contra os pobres de uma maneira geral, mas também feitas às mulheres pela simples condição de gênero” (GALVÃO NETA, 2013, p. 69).

Sobre a aparência e a moda também incidiam discursos opressores, segundo Galvão Neta (2013), já que a utilização de maquiagem e figurino modernos e extravagantes eram mal vistos tanto pela igreja quanto pela medicina, o que revela o controle exercido sobre o corpo das mulheres à época.

A mulher honrada, a esposa decente e a mãe ideal também teriam que estar atentas ao que, mesmo estando em voga nos meios de comunicação e nas vitrines, não seria adequado à suas condições. (GALVÃO NETA, 2013, p. 157)

A partir da perspectiva dos relatos de violência e opressão à mulher presentes no estudo de Galvão Neta (2013), os registros fotográficos das mulheres nas ruas veiculados na Revista da Cidade adquirem um caráter muito mais de controle do que de liberdade feminina. As legendas trazem sempre referência à hora ou ocasião da captação das imagens, sempre diurnas, em que as mulheres aparecem em movimento, e onde os registros faciais

se apresentam importantes para a identificação das passantes. A fala mítica barthesiana esvazia esses registros de toda a contradição, distorcendo-os e devolvendo-os inocentados pela naturalização dos ideais burgueses.

4.1 ELA, A REPÚBLICA

Durval Muniz de Albuquerque Júnior (2013) traz dos textos de Gilberto Freyre (1959) em *Ordem e progresso*, metáforas que aludem à transição do Império para a República como “um processo de passagem de um período marcado pela simbólica do masculino, para um período marcado pela simbólica do feminino.” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p. 83)

A república nascera sob a inspiração positivista, doutrina que pretendia fundar uma religião laica, que vinha fundar o culto à mulher e proclamar a supremacia do amor. (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p. 83)

O movimento republicano, nascido da insatisfação com um imperador incapaz de conduzir o país num momento de grandes mudanças, onde seriam necessárias ações que implementassem transformações progressistas e civilizatórias, era “um movimento de machos em busca da mulher ideal.” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p. 83)

A república era, então, a promessa de “um rejuvenescimento nas práticas políticas e administrativas” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p. 85), sobretudo após o período militar⁹, coisa que não ocorreu, já que os jovens republicanos tiveram que dividir espaço com figuras remanescentes da política imperial. Nos anos 1920 havia uma crescente mobilização pelas mudanças políticas prometidas pela República que, “de mulher ideal, parecia ter se tornado uma velha provecta, ranzinza, tacanha, sem o vigor necessário para fazer as mudanças de que o país precisava” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p. 87). Esse desencanto com um ideal de República e, conseqüentemente, com um ideal de feminino, aparecia nos discursos misóginos masculinos.

⁹ De 1889 a 1894 os militares controlaram o poder político, primeiro com Deodoro da Fonseca, até 1891, e depois com Floriano Peixoto, até 1894, quando Prudente de Moraes, o primeiro presidente civil, foi eleito.

Para o Nordeste, que era, à época, parte de um território denominado “Norte”, essa feminização da política causou impacto ainda maior. Segundo Albuquerque Júnior (2013), “o declínio econômico, acompanhado do deslocamento do eixo de dominação política para o Sul, parece ter sido vivido como um processo de rebaixamento dos dotes de resistência viril das suas elites” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p. 89). A República-Mulher submetia as elites do Norte à política e ao capital do Sul e do estrangeiro, significava o rebaixamento, a submissão, a perda de potência dessas elites. A chegada do movimento feminista, que exigia igualdade de direitos políticos para as mulheres, agravou ainda mais o medo das alterações nas relações de poder entre homens e mulheres.

Não há dúvida de que no país os movimentos feministas tomam fôlego na Primeira República, regime oligárquico e liberal, como se sabe. Mas isso só é possível nos marcos de um Estado que se propõe a ser democrático, onde a liberdade é um dos princípios norteadores de sua constituição. E as mulheres instrumentalizaram esse espaço da liberdade e da crítica. (NASCIMENTO, 2013, p. 43)

Se por um lado a República havia excluído as mulheres na Constituição de 1891, considerando como eleitores apenas “cidadãos” alfabetizados maiores de 21 anos, por outro também oferecia condições para o fortalecimento das suas reivindicações, como afirma a pesquisadora Alcilene Cabral do Nascimento (2013):

São os novos tempos, com aspirações, sonhos, inquietações e frustrações. Sim. Frustrações datadas, inclusive, quando as mulheres foram esquecidas e silenciadas na Constituição de 1891, art. 70, que estabeleceu o sexismo político, ao sancionar que apenas cidadãos, maiores de 21 anos e alfabetizados seriam considerados eleitores. Mas, quem eram os “cidadãos”? (NASCIMENTO, 2013, p. 7)

Segundo Nascimento (2013), os discursos sobre a igualdade da mulher circularam amplamente nos jornais e periódicos recifenses da época. Na Revista da Cidade, um texto assinado por *Mme. X.*, intitulado *Maridos*, descreve o arranjo de um casal americano onde a mulher, uma bailarina requisitada, viaja a trabalho enquanto casa e filhos ficam a cargo do marido. *Mme. X.* faz uma comparação com a situação da mulher na dinâmica conjugal brasileira:

Alguma pena especial nos terá sido imposta pelo céu, - pois, depois de reflectir em diversos exemplos que se me apresentaram, cheguei à conclusão de que todo

o marido egoísta, grosseiro, ingrato, estroina, tyrano e déspota vem nascer no Brasil. A mulher brasileira, aniquilada pela autoridade masculina e pelo rigor das leis do paiz, que não tem comiserção pela sua sorte, já se casa conformada com o seu destino de victima.

Raro é o marido, no Brasil, que tem considerações com a esposa, reconhecendo-lhe os mesmos direitos. Ha os que, em sociedade, procuram simular essa qualidade requintada, mas raramente o fazem com perfeição. Dahi a minha conclusão de que o nosso castigo é maior do que o das nossas companheiras de globo, também filhas de Eva, dessa Eva leviana e ignóbil que, para satisfazer a sua gula-dice, nos faz sofrer tanto...¹⁰

Muitos dos discursos não estavam atrelados a grupos específicos de militância feminista, mas constituíram importantes contribuições “na instituição de uma nova identidade feminina de feição moderna”, como nos diz Nascimento.

É preciso outra mirada para as mulheres, sejam elas feministas ou não, que desbravaram espaços nitidamente masculinos e questionaram verdades em torno de seu sexo, de seu corpo, de sua inteligência, por meio da palavra escrita, publicando artigos polêmicos com ou sem pseudônimo. (NASCIMENTO, 2013, p. 8)

Na imprensa também circulavam profusamente discursos de reação a esses questionamentos femininos. Essa reação aparece como uma negação violenta à alteração dos valores tradicionais, mas também se apresenta como uma manobra de absorção dessas reivindicações sem que, no entanto, ocorra nenhuma mudança radical nos papéis ditos masculinos e femininos de herança patriarcal. Sobre isso Albuquerque Júnior (2013, p. 93) traz a seguinte fala de Gilberto Freyre (1919) dada ao Diário de Pernambuco após assistir a conferência de Ana Shaw, líder feminista americana:

Ao movimento em favor da mulher esse idealismo, essa consciência, é favorável. [...] Quando é que no Brasil a mulher, sem arrogâncias tolas, sem bulha, reclamará foros de cidadania? Ser cidadão não quererá dizer negligenciar os deveres impreteríveis do sexo. Preocupar-se inteligentemente com os negócios do país não fará a mulher menos carinhosa como mãe, menos terna como esposa, menos diligente como dona de casa.

Cidade e mulher, ambas no cerne de uma disputa entre valores novos e antigos, representantes dos conflitos relativos do temor de um distanciamento dos costumes tradicionais,

¹⁰ Mme. X. “Maridos”. Revista da Cidade, n. 10, 1926.

do nivelamento das classes sociais e da chegada de um novo tempo que quase sempre não se apresentava condizente com o que dele se havia imaginado.

Mulheres que se pareciam cada vez mais com a própria cidade, a linha reta triunfando, a uniformidade em todas as coisas, a mesma linguagem, até parecendo ter a mesma altura e a mesma psicologia [...] A cidade significava, cada vez mais, a igualdade de todas as existências, a uniformização dos costumes trazida pela influência da moda, dos reclames e do cinema, mas uniformidade que não queria dizer familiaridade, mas quase sempre cosmopolitismo, estrangeirice, mundanismo. (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013, p. 106)

No presente capítulo as representações de gênero foram abordadas tanto no que tange ao aspecto material da relação entre homens e mulheres, e a opressão que incide sobre elas, quanto na aplicação do gênero como metáfora que justifica uma estrutura social baseada na diferença sexual. Através do mecanismo do mito barthesiano, o caráter histórico dessa construção é esvaziado, inocentando os discursos que são naturalizados a partir do argumento biológico da diferença sexual.

5 METODOLOGIA

A análise é um esforço de interpretação que vai além do reconhecimento, ou seja, além da aparente “naturalidade” da leitura das representações visuais. Reconhecimento e interpretação são considerados operações simultâneas devido ao fato de que, ao longo da história, se associou às representações visuais o caráter de linguagem universal. De fato, existem formas que são universais, associadas à experiência humana coletiva. Porém, uma representação pode apresentar uma significação muito singular, ligada a um contexto específico e às expectativas do expectador.

Quem analisa se coloca na posição de expectador. É improdutivo tentar analisar representações a partir da determinação hipotética das intenções do autor, posto que nem mesmo ele tem domínio de toda a significação que a sua produção evoca.

A partir da definição do *corpus* de análise, composto pelas ilustrações de mulheres no ambiente urbano, veiculadas nas capas da Revista da Cidade dos anos de 1927 e 1928, e após revisão de literatura sobre análise da imagem, foi escolhido o modelo desenvolvido por Martine Joly, em *Introdução à Análise da Imagem* (2012).

A escolha do modelo de Joly se justifica pela articulação que o mesmo faz entre o modelo barthesiano de A retórica da imagem (1990), o modelo de *Jacques Durand*, que aplica nas imagens figuras de retórica que antes eram exclusivas da linguagem verbal, e as contribuições do *Grupo μ* ¹¹, que inclui na análise os elementos plásticos (cores, forma, composição, textura). Esta articulação é de extrema importância para a análise ora proposta, pela multiplicidade de elementos presentes na composição das capas do *corpus*.

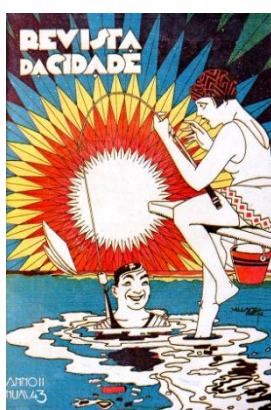
Contudo, esse modelo não contempla toda a complexidade da leitura da representação gênero proposta na presente pesquisa. Foi feita, então, a inclusão da análise do Mito, descrita por Roland Barthes em *Mitologias* (2001).

¹¹ Grupo interdisciplinar de linguistas e semióticos belgas da Universidade de Lieja, também conhecido como "Grupo de Lieja", inicialmente formado por Jacques Dubois, Francis Édeline, Jean-Marie Klinkenberg, Philippe Minguet, Francis Pire, Hadelin Trinon (hoje, de Édeline e de Klinkenberg), e firmando os seus trabalhos estruturais do nome colectivo de Grupo μ .

5.1 DEFINIÇÃO DO CORPUS ANALÍTICO

Os critérios utilizados para seleção da amostra que será analisada no presente estudo foram definidos de modo a tornar possível a verificação da interação das figuras femininas com elementos do ambiente urbano. Os anos de 1927 e 1928 foram selecionados por constituírem o período de maior circulação da revista, quando as capas eram majoritariamente compostas por ilustrações (no início eram fotografias) e não havia repetição/reaproveitamento de ilustrações (o que ocorreu em 1929, no período final da publicação). A seguir estão as 12 capas selecionadas a partir dos critérios expostos acima.

Tabela 2 - *Corpus* analítico.



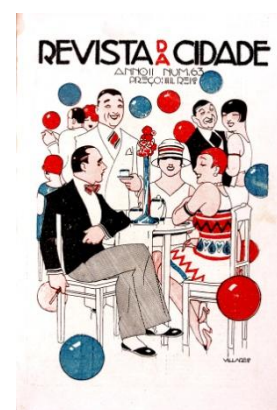
Capa 1, nº 43, 1927



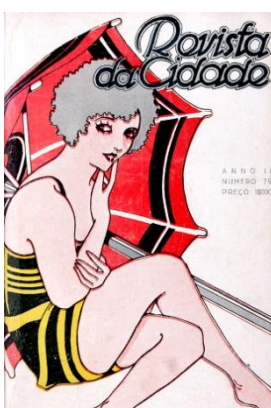
Capa 2, nº 48, 1927



Capa 3, nº 49, 1927



Capa 4, nº 63, 1927



Capa 5, nº 79, 1927



Capa 6, nº 88, 1928



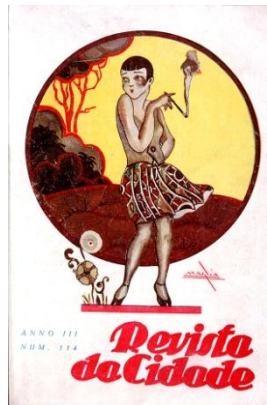
Capa 7, nº 94, 1928



Capa 8, nº 97, 1928



Capa 9, nº 99, 1928



Capa 10, nº 114, 1928



Capa 11, nº 121, 1928



Capa 12, nº 127, 1928

5.2 INSTRUMENTOS DE ANÁLISE

5.2.1 O modelo de Joly

Análise semiológica descrita em *Introdução à Análise da Imagem* (2012). A autora analisa um anúncio de roupas da marca *Marlboro Classics*. A metodologia proposta é desenvolvida a partir do modelo barthesiano em *A retórica da imagem* (1990), porém Joly faz o caminho inverso. Barthes parte do conteúdo linguístico do anúncio das massas *Panzani*, que traz uma compreensão prévia da imagem analisada (significado), para buscar os elementos visuais associados a ele (significantes) a fim de descobrir signos plenos. Joly primeiramente enumera os tipos de significantes presentes para determinar os significados a eles atribuídos, relativizando a leitura desses significados através do contexto de emissão e recepção da mensagem. A intenção é a descoberta das mensagens implícitas no objeto analisado. Joly ainda utiliza varias contribuições como as de *Jacques Durand* (retórica e publicidade), que, na direção de uma retórica geral postulada por Barthes, analisou mais de mil anúncios e demonstrou que a publicidade se utiliza de figuras de retórica que antes se pensava exclusivas da linguagem verbal, e do *Grupo μ* , que nos anos 1980 conseguiu demonstrar que os elementos plásticos (cores, forma, composição, textura) eram signos plenos e não apenas suporte para a expressão dos signos icônicos.

Como visto anteriormente, a imagem (mensagem visual), como sistema de signos, guarda em si os princípios de complexidade e heterogeneidade, pois articula em seu espaço signos de diferentes categorias (linguísticos, plásticos, icônicos etc.), apresentando, ao mesmo tempo, uma especificidade substancial do código utilizado no nível da denotação (verbal, desenho, pintura etc.), e uma generalidade dessas substâncias no nível da conotação, onde os significados atribuídos são os mesmos independentemente do seu suporte, posto que o domínio da conotação é o da ideologia. Uma mensagem visual sempre quer dizer algo além do que explicita. Uma análise sistemática possibilita a compreensão dessa outra coisa que a imagem quer dizer (significado conotado) e que está além do significado manifesto (denotado).

O primeiro passo da análise é a definição dos objetivos, pois é a partir deles que são selecionadas as ferramentas adequadas. No caso do presente estudo o objetivo é investigar quais os significados implícitos nas ilustrações das capas da Revista da Cidade no que diz respeito à relação do feminino com o ambiente urbano. O passo seguinte é a descrição verbal da mensagem visual, etapa aparentemente simples, porém de suma importância, pois explicita o quanto cultural é a percepção, e como a própria ideia de “semelhança” corresponde mais ao que se convencionou como semelhante do que à semelhança formal entre representação e objeto. A descrição percebido/nomeado define unidades culturais e é parcial, tanto no âmbito do percebido, quanto no do nomeado, pois reflete uma visão individual.

Após a descrição verbal, procede-se à análise das três categorias de mensagem que compõem o conjunto da mensagem visual analisada, que são a mensagem plástica, a mensagem icônica e a mensagem linguística. A mensagem icônica e a mensagem plástica somadas formam o grupo dos signos visuais da mensagem.

Tabela 3 - Mensagem Plástica – elementos que compõem o conjunto dos signos plásticos.

Quadro ou moldura	Corresponde aos limites físicos da mensagem visual.
Enquadramento	Corresponde ao tamanho da imagem, no que se refere à distância entre o objeto e a sua captação. Utilizado originalmente na imagem fotográfica, pode ser aplicado a outras substâncias, como ilustração e pintura.

Ângulo	Corresponde tanto ao posicionamento de captação no eixo vertical em relação ao objeto representado (alto, frente baixo), quanto ao nível de profundidade (bidimensionalidade ou ilusão de tridimensionalidade). Segundo Joly, alguns ângulos de tomada estão vinculados a certas significações, a câmera alta é associada ao esmagamento do objeto, a câmera baixa ao engrandecimento, enquanto que a captação da frente “naturaliza” a representação.
Composição/diagramação	Corresponde à disposição dos elementos da imagem. Tem um papel essencial na orientação da leitura, pois define hierarquias.
Formas	Correspondem às interpretações induzidas pela maneira como as formas se apresentam (moles, suaves, rígidas) e se organizam (em massa, segmentadas, sequenciais). Para isso, segundo Joly, é necessário um esforço para esquecer o que elas evocam de “natural” e observá-las por si mesmas, tendo em mente que elas resultam de uma escolha.
Dimensões	Corresponde ao tamanho do objeto representado.
Cores	Corresponde às cores utilizadas.
Iluminação	Corresponde ao posicionamento da luz em relação ao objeto representado.

Fonte: Joly (2012).

Mensagem Icônica – Composta pelos signos icônicos (figurativos), já parcialmente identificados na etapa da descrição verbal. A análise da mensagem icônica inclui o reconhecimento dos elementos icônicos (motivos) e também do algo além que eles comunicam (conotação).

Tabela 4 - Mensagem Icônica – elementos que compõem o conjunto dos signos icônicos.

Motivos	Corresponde aos elementos icônicos que compõem a mensagem visual.
Posturas	Corresponde ao posicionamento dos personagens, uns em relação aos outros e também em relação ao leitor (frente/perfil, direção dos olhos).

Fonte: Joly (2012).

Mensagem Linguística - Composta pelos elementos textuais presentes nas mensagens visuais e a sua relação com os outros elementos do conjunto (ancoragem ou revezamento). Nos objetos de análise do presente estudo, a mensagem linguística se apresenta sempre em forma de legenda, numa relação de ancoragem com os signos visuais.

Figura 13 - Ficha de análise (Martine Joly).

[illegible]

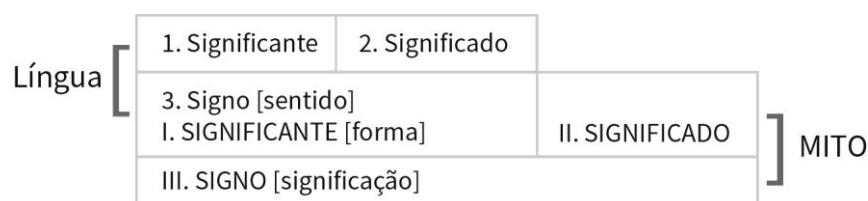
Fonte: Joly (2012).

5.2.2 O Mito de Barthes

Como dito anteriormente, o *corpus* de análise do presente estudo tem por especificidade a representação de gênero, que é a representação de uma relação social. Nesse sentido, o gênero é a própria representação, já que tudo que é definido como masculino e feminino é historicamente construído – tendo a ideologia como elemento primário dessa construção - e disseminado por uma rede de discursos que naturalizam essa construção. Os conteúdos culturais atribuídos a homens e mulheres são variáveis, porém a ideia de feminino e masculino como categorias complementares e que se excluem mutuamente é uma constante.

O projeto dos regionalistas, de construção de uma oposição entre dois modos de organização social conflitantes no início do século XX, no Nordeste, sendo o masculino o modo rural (patriarcal) e o feminino o modo urbano (burguês), utilizou a oposição masculino/feminino, que utiliza um fato biológico para justificar diferenças entre duas categorias sociais, como metáfora de uma degeneração política provocada pela ascensão da burguesia como um processo de feminização da sociedade. A fala do gênero é roubada e restituída, porém, ao ser devolvida, já não é mais a mesma. Esse é o aspecto da fala mítica.

A transformação do histórico em natural, como exposto no capítulo 2, é justamente o princípio do mito barthesiano. A fala mítica é formada por uma matéria já trabalhada, visto que atua no nível da conotação, por isso é possível pensar sobre ela independente da sua matéria (o mito apenas considera um signo global), porém sua atuação é mais livre nas imagens em que o sentido já é diminuído, como ilustrações, caricaturas, símbolos etc. A decifração do mito se dá através de um olhar dirigido, onde o mitólogo focaliza o significante e faz a distinção entre sentido e forma, identificando a deformação que um provoca no outro.



6 ANÁLISE



CAPA 1

Revista nº 43

Ano II

19 de março de 1927

- Descrição

A ilustração mostra uma mulher em traje de banho, sentada em um trampolim, empunhando uma vara de pescar. Sua expressão é de surpresa, porque preso ao anzol está um homem, que emerge da água, também vestindo roupas de banho. Ao fundo, vê-se uma

embarcação a vela e um enorme sol em estilo art déco que nasce sobre a cabeça do homem. A autoria é de Villares.

- Signos plásticos

Quadro ou moldura – Não há delimitação por moldura, a ilustração ocupa toda a área da capa da revista, dando a ideia de recorte de um cenário mais amplo.

Enquadramento – Em termos de distância, entre o expectador e o representado há uma relação de proximidade. É uma cena vista de dentro da própria cena.

Ângulo – A captação é frontal, à altura do observador, que é colocado como participante.

Composição/diagramação – Apesar de estar localizado no fundo do cenário, depois do veleiro, o sol tem um grande destaque. O homem e a mulher estão em primeiro plano, mas são lidos como se estivessem no mesmo plano que o sol. Há um achatamento na leitura.

Formas – Formas curvas que se integram de maneira fluida no primeiro plano, e que se opõem aos traços duros, retos e repetitivos, organizados sequencialmente de forma crescente como em um vitral art deco.

Cores – Quanto ao uso das cores, também há distinção entre os planos. No primeiro plano as cores que prevalecem são o azul e o preto, com alguns elementos em vermelho. No sol foram utilizados, além do azul e do vermelho, o amarelo e o verde. As figuras aparecem agrupadas por cor e dispostas em camadas circulares, como um arco-íris.

- Signos icônicos

A mensagem visual é composta por 3 signos icônicos:

1. O sol, que se eleva sobre o oceano indicando o nascer do dia. É interessante observar que o sol representado de maneira sintética se assemelha ao que figura na bandeira de Pernambuco, adotada como símbolo do estado em 1927. As cores utilizadas também são as mesmas da bandeira, dispostas em camadas, como o arco-íris, que também é um dos seus elementos. O tratamento dado, art déco, difere dos demais elementos da ilustração,

e dá a ideia de artificialidade. O fato dele aparecer com um tamanho muito maior em relação ao restante do conjunto, quebra a organização em planos e reduz a percepção a apenas um.

2. A mulher com a vara de pescar aparece como definidora do caráter da representação do ambiente costeiro, que aparece como local de lazer. A pesca representada na ilustração não está relacionada à atividade laboral, logo, o oceano, a praia, no ambiente urbano, está ligado à diversão, ao ócio, ou seja, ao feminino. Porém, é um feminino indesejado, porque mesmo que a ação tenha sido convertida em lazer, ainda assim é uma ação em um ambiente masculino, a rua, e está deslocada do papel tradicional da mãe carinhosa, esposa terna e dona de casa diligente. É interessante observar que a mulher está conectada a objetos e cenário através de cores e formas em comum.

3. O homem preso ao anzol é a causa do espanto na mulher, porque é um elemento estranho, inesperado. O masculino que se manifesta em ambiente feminino, aparece deslocado quando não está associado ao mundo do trabalho. Então esse masculino representado na ilustração é um masculino indesejado, porque destoante do padrão tradicional. Os braços cruzados sobre o peito manifestam o pudor ao emergir da água em trajes mínimos, em um trejeito que remete à delicadeza, à feminilidade. As características são as do “almofadinha”, ou do “mocinho bonito da cidade, catalogado a meio caminho entre o sexo forte e o sexo fraco”¹².

- Signos linguísticos

Os conteúdos verbais presentes na capa 1 são o nome da revista, ano e número, e a assinatura do autor. O nome da revista apresenta traços característicos do estilo art déco. Os caracteres aparecem sobrepostos, uns invadindo o espaço de outros, às vezes tornando confusa a atribuição de elementos a uma ou a outra letra, como acontece com o “A” e o “E” do lado direito.

Mito

¹² Revista da Cidade, n. 24, 1926.

O conteúdo manifesto, uma mulher que se surpreende ao fisgar um homem, é um modo de falar de algo que está além do que poderia ser reduzido a um interesse associado ao feminino (a mulher que “pesca” um marido, um amante). Esse algo além é um conflito entre dois modos de organização social das elites na época em que circularam as revistas, os valores da família patriarcal em oposição aos ideais burgueses. O ambiente urbano é colocado como local onde as fronteiras entre feminino e masculino são borradas, onde os papéis definidos para homens e mulheres são questionados (a mulher pesca, o homem é pescado). Em oposição ao masculino positivo e central de um Nordeste rural que se enfraquece, cresce a cidade onde a sociedade se feminiza e onde os valores tradicionais se degradam. Os elementos de um símbolo cívico, a bandeira do estado, considerada representante de um passado de conquistas e poderio político, são apresentados como um cenário artificial, decorativo, como pano de fundo para o lazer, para a superficialidade.



CAPA 2

Revista nº 48

Ano II

23 de abril de 1927

- Descrição

A ilustração mostra três mulheres próximas a uma bilheteria de cinema (legenda) e um homem, mais ao fundo, que as observa. Uma delas aparece de costas, comprando entradas para algum evento, enquanto as outras duas olham sorridentes para o expectador.

- Signos plásticos

Quadro ou moldura – Não há moldura, a ilustração mostra, então, um aspecto de um cenário mais amplo.

Enquadramento – A relação entre o expectador e a representação é de proximidade, participação.

Ângulo – A captação é feita à altura do observador, frontal, reforçando a ideia de participação.

Composição/diagramação – A leitura é feita a partir das duas mulheres que olham o observador, que depois tem o olhar direcionado para o lado direito, onde está a bilheteria e mais acima o nome da revista. No plano mais ao fundo se percebe a figura masculina que observa as mulheres.

Formas – Formas curvas, organizadas em uma massa que ocupa toda a largura da capa.

Cores – Preto, amarelo, vermelho e azul. Amarelo e vermelho estão aplicados nas roupas e acessórios das três mulheres, e também na bilheteria. O azul aparece apenas na assinatura do gravador, Telles.

Iluminação – A iluminação, que parte da lateral superior esquerda, é suave, gerando sombras pouco definidas e um efeito de penumbra. Ela provoca um jogo de exposto/oculto, enfatizando os corpos femininos, braços e pescoços, e deixando misteriosas as faces parcialmente cobertas sob as abas dos chapéus, destacando as bocas muito vermelhas.

- *Signos icônicos*

A mensagem visual é composta por 3 signos icônicos:

1. Duas mulheres que lançam olhares e sorrisos ao expectador. Elas são receptivas ao olhar de quem as fita, pois estão ali para serem olhadas. São a representação da receptividade e da disponibilidade do feminino que vai à rua, retratado nas capas do corpus. As cores do vestuário, intensas e quentes, são chamarizes para os olhares. Vermelho e amarelo, assim como o fogo, simbolizam calor e intensidade, mas também perigo. Prazer e pecado, é o feminino representa-

do na “criaturinha do cinema”¹³. As cores dos trajes femininos são as mesmas da bilheteria do cinema, ligando novamente as figuras das mulheres ao cenário.

2. A mulher que compra os ingressos é o signo icônico que define o ambiente urbano retratado como local de lazer, portanto um local feminino.

3. O homem ao fundo observa o grupo de mulheres. É para isso que ele está lá, para observá-las. Esse signo icônico representa um aspecto importante da relação do feminino com o ambiente urbano nas capas da Revista da Cidade: a cidade aparece como ambiente feminino, porém não é um ambiente do feminino, a rua é domínio dos homens. As mulheres que aparecem nessas representações são parte do próprio cenário do ambiente urbano.

- Signos linguísticos

Os conteúdos verbais presentes na capa 2 são o nome da revista, ano e número, a assinatura dos autores, Villares e Telles, e uma legenda sob a ilustração onde se lê “o dia do cinema”. Legenda mantém com os signos visuais uma relação de ancoragem, dando limite à interpretação e impedindo leituras distorcidas (as mulheres em um guichê de banco, que poderia ter as mesmas características, por exemplo). O nome da revista apresenta traços característicos do estilo art déco. Os caracteres aparecem distorcidos, sobrepostos e fragmentados, como se tivessem sido rasgados e remendados.

Mito

As mulheres que vão ao cinema, o homem que as observa. A cidade é mais uma vez colocada como lugar de lazer, o território do ócio. Além disso, o ambiente urbano é também representado como local de exibição, palco das mulheres “modernas”, às quais é atribuída a qualidade de exibicionistas. O feminino que se expõe na rua, feminino público, em oposição ao feminino doméstico, particular do modelo patriarcal¹⁴. Ao feminino e à cidade também são colocadas como locais de prazer e perigo, de sedução e indução ao pecado, à degradação do masculino.

¹³“Aquella criaturinha do cinema, corpo esguio, flexuoso, de cobrinha, mixto de Salomé e de Iracema, anda peccando aquella criaturinha...” (Arlequim, Revista da Cidade, 14 de agosto de 1926, nº 12).

¹⁴“Raras vezes a *garçonne* recifense de 1820, por exemplo, saía a passeio. E, quando saía a passeio, era envolvida no fichuzinho de renda preta, ou mettida nas quatro paredes de uma cadeirinha de mão.” (E.P. Revista da Cidade, n. 25, 1926).



CAPA 3

Revista nº 49

Ano II

30 de abril de 1927

- Descrição

A ilustração mostra uma mulher e um homem caminhando na rua, lado a lado. A mulher olha sorridente para o expectador, enquanto o homem mantém alta a gola do casaco, ocultando o rosto. Ao fundo vê-se parte de um automóvel.

- Signos plásticos

Quadro ou moldura – Sem moldura, a ilustração mostra um recorte de um cenário mais amplo.

Enquadramento – A relação entre o expectador e a representação é de muita proximidade, participação.

Ângulo – A captação é feita à altura do observador, frontal, reforçando a ideia de participação.

Composição/diagramação – A leitura é feita a partir da mulher que olha o observador. Em seguida vê-se o homem, em terceiro plano o automóvel que direciona o olhar para o nome da revista.

Formas – Formas curvas, femininas, organizadas em uma massa que ocupa quase toda a área da capa.

Cores – Preto, vermelho e azul. O vermelho aparece no automóvel e na boca pintada da mulher. O azul é aplicado apenas na assinatura de Telles.

Iluminação – A iluminação, que parte da lateral superior esquerda, é suave, gerando sombras pouco definidas e um efeito de penumbra. Ela provoca um jogo de exposto/oculto, onde o rosto feminino, sobretudo a boca, e o automóvel aparecem destacados, enquanto o rosto masculino se oculta sob a sombra do chapéu.

- *Signos icônicos*

A mensagem visual é composta por 3 signos icônicos:

1. A mulher lança o olhar e o sorriso ao expectador. É a representação da receptividade e da disponibilidade do feminino que vai à rua, retratado nas capas do *corpus*. A face, os olhos, a boca vermelha e o sorriso são colocados como artifícios de sedução, de oferecimento e promessa de prazer¹⁵. A cor da boca se repete no carro, ambos ligados como objetos de desejo masculino.

¹⁵ “Põe no sorriso um beijo que extasia e tem nos lábios um rubor de sangue... É o *travesti* de alguma fantasia...” (Arlequim. *A Valentina*. Coluna *Bonecas... Bonecos...*, Revista da Cidade, n. 25, 1926).

2. O homem na ilustração caminha ao lado da mulher, porém se esforça em ocultar o rosto, área de identificação. O chapéu está com a aba baixa ele mantém alta a gola do casaco com a mão. Da sua face só se vê o nariz. A mulher que se exhibe e o homem que não pode ser visto em sua companhia. Esse signo icônico define outro aspecto do feminino nas capas da Revista da Cidade, aquele que oferece “distracções proibidas pelo código matrimonial”.¹⁶

3. O carro que aparece ao fundo está unido à figura feminina não apenas pela cor, mas também o próprio desenho se confunde com o da mulher, a curva do para-lama se funde ao traço da curva da silhueta feminina, como se essa fosse uma continuação daquele.

- Signos linguísticos

Os conteúdos verbais presentes na capa 3 são o nome da revista, ano e número e a assinatura dos autores, Villares e Telles. O nome da revista apresenta traços característicos do estilo art déco. Os caracteres aparecem distorcidos, sobrepostos e fragmentados, como se tivessem sido rasgados e remendados.

Mito

A mulher e a cidade são colocadas como locais de satisfação de prazeres masculinos, prazeres ocultos, efêmeros, opostos aos moldes patriarcais. O feminino representado nas ilustrações das capas, o feminino público, a mulher da rua é uma ameaça à instituição familiar, tão defendida nos discursos tradicionalistas. A cidade e o feminino são mais uma vez colocados como espaços de degradação dos valores tradicionais, das virtudes da família patriarcal.

¹⁶ Laurita Lacerda Dias. *A eterna história...* Revista da Cidade, n. 11, 1926).



CAPA 4

Revista nº 63

Ano II

6 de agosto de 1927

- Descrição

A imagem ilustra uma cena festiva, onde homens e mulheres interagem de forma alegre, conversando nas mesas, enquanto consomem café ou chá. Num segundo plano, observam-se dois casais dançando e uma mulher sentada em uma cadeira.

- Signos plásticos

Quadro ou moldura – a imagem não tem um limite físico definido, dado a ideia de um cenário mais amplo, um salão, onde acontece a festividade, apontando para uma maior quantidade de participantes (o todo pela parte).

Enquadramento – a captação da imagem é próxima, dando a ideia de que o expectador é participante, como se ele estivesse sentado em uma mesa próxima e observasse de dentro da própria cena.

Ângulo – A captação frontal, à altura do observador, reforça a ideia inclusão do mesmo na cena, de participação.

Composição/diagramação – O elemento do primeiro plano, a mesa em torno da qual se toma o *thé*, é o elemento principal, o que caracteriza o evento representado.

Formas – Formas leves que se articulam de maneira sobreposta, agregada, dando ideia de frequência alta, proximidade.

Cores – Azul e vermelho sobre fundo branco - cores das bandeiras da França e da Inglaterra.

- *Signos icônicos*

A mensagem visual é composta por 4 signos icônicos:

1. Um grupo de pessoas, homens e mulheres, que conversam descontraidamente, em primeiro plano, indicam um encontro de lazer, festivo. Visualmente, tanto homens, quanto mulheres recebem o mesmo tratamento em termos de posturas.
2. A mesa do chá, também em primeiro plano, sinalizando o *tea time*, e delimita a classe frequentadora do evento, a elite burguesa, consumidora/reprodutora da cultura estrangeira.
3. Dois casais dançando, em planos mais afastados, definem o evento como chá dançante e reforçam o caráter de lazer do evento, neutralizando qualquer leitura desviante.

4. Balões de ar que circulam pelo ambiente, ora azuis, ora vermelhos. Flanam levemente pelo ambiente, exibindo sua função puramente decorativa, mas também sua falta de conteúdo e superficialidade.

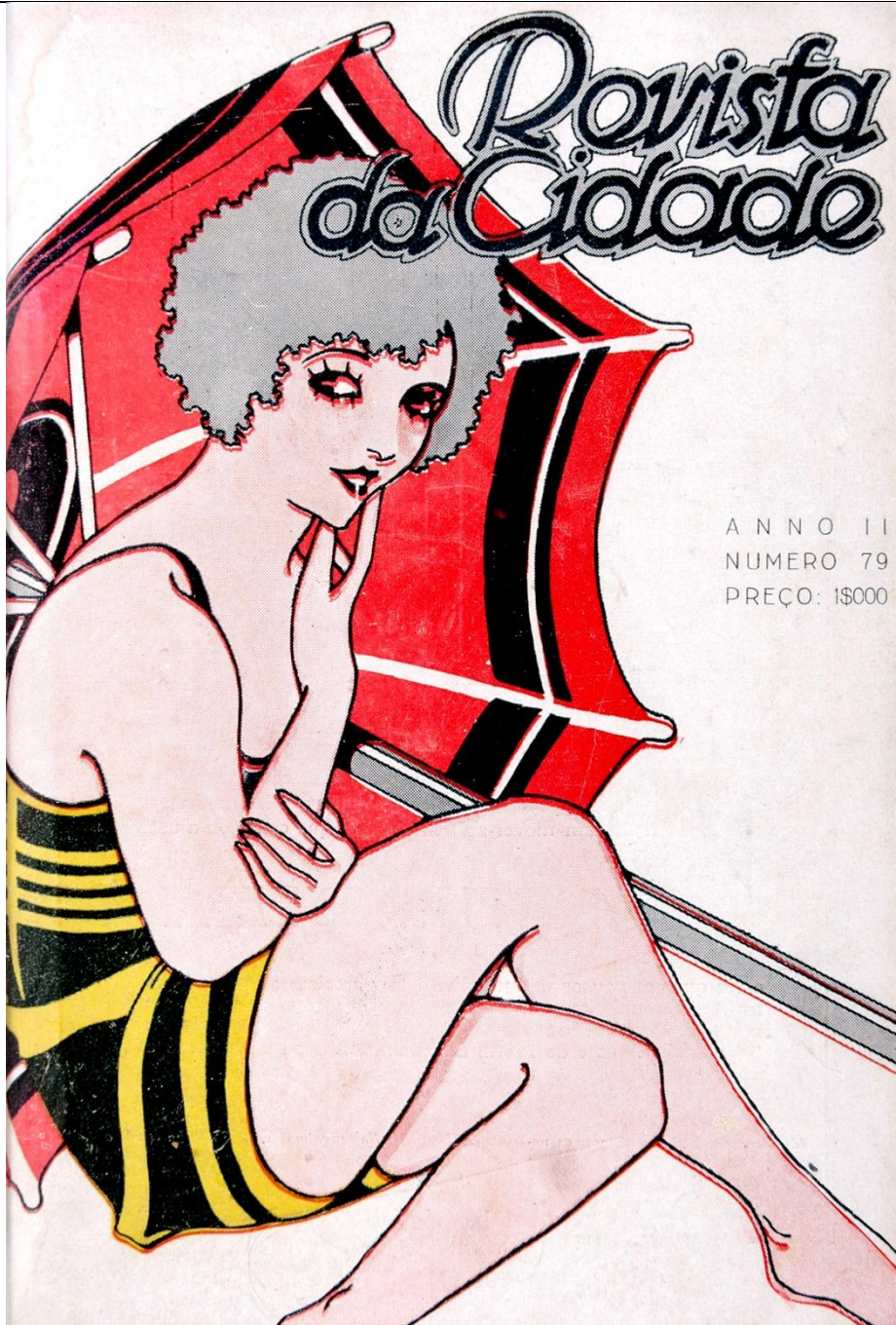
- *Signos linguísticos*

Os conteúdos verbais presentes na capa 4 são o nome da revista, ano e número e a assinatura dos autor, Villares. O nome da revista apresenta traços característicos do estilo art déco. Os caracteres aparecem como que revestidos de espinhos, representando um perigo para os balões. A Revista da Cidade como veículo crítico do urbanismo, exercendo o ser papel de furar os “balões” do ambiente urbano.

Mito

Trata-se da reprodução de um *tea dance*, ou *thé dansant*¹⁷, original da Inglaterra, mas também disseminado na cultura francesa. Os personagens masculinos apresentam as características do homens “femininos”, presentes nos discursos circulantes à época: pernas cruzadas, uso de piteira, ausência de barba e bigodes, traços claros de asseio e polidez. As mulheres têm as características da Valentina, tão muito-homem e tão pouco-mulher, cabelos cortados rentes, trajes que deixam visíveis as curvas do corpo, pescoço, braços e pernas à mostra. A cena, apesar de apresentar homens e mulheres (mais mulheres do que homens) é predominantemente feminina. A ilustração do *tea dance* representa o ambiente urbano como local associado às ideias de ócio, futilidade, estrangeirismo, de horizontalidade nas relações no sentido de uma diminuição das diferenças entre homens e mulheres.

¹⁷ A Revista da Cidade também traz referências sobre os *souper-dansants* oferecidos pelo Jockey Club de Pernambuco.



CAPA 5

Revista nº 79

Ano II

26 de novembro de
1927

- Descrição

A ilustração mostra uma mulher em traje de banho. Ela está sentada no chão, sob um guarda-sol.

- Signos plásticos

Quadro ou moldura – Sem moldura, a ilustração mostra um recorte de um cenário mais amplo.

Enquadramento – A relação entre o expectador e a representação é de muita proximidade, como se quem a observa estivesse dentro da cena.

Ângulo – A captação é feita à altura do observador, frontal, reforçando a ideia de participação.

Composição/diagramação – A leitura é feita a partir da mulher que olha o observador, seguida do guarda-sol e do nome da revista.

Formas – Formas curvas, femininas, organizadas em uma massa que ocupa quase toda a área da capa.

Cores – Preto, vermelho e amarelo. O amarelo aparece no traje da mulher. O vermelho aparece no guarda-sol.

Iluminação – A iluminação, da parte superior esquerda, é leve provocando poucas sombras. Apesar do guarda-sol, a mulher aparece bem iluminada para o expectador, o corpo e o rosto expostos e destacados.

- *Signos icônicos*

A mensagem visual é composta por 2 signos icônicos:

1. A mulher mais uma vez representada sorridente, disponível ao olhar. O traje de banho deixa o corpo exposto, os braços e pernas cruzados sinalizam um movimento de recato, porém de um recato fingido, já que a expressão facial é de plena receptividade.
2. O guarda-sol ocupa dois terços da largura da capa, ocultando do restante do cenário o que acontece no primeiro plano. O vermelho do guarda sol e o amarelo do traje dão uma ideia de chama, cores quentes, vermelho e amarelo, assim como o fogo, simbolizando calor e intensidade, mas também perigo.

- *Signos linguísticos*

Os conteúdos verbais presentes na capa 5 são o nome da revista, ano e número e a assinatura de Villares. O nome da revista apresenta traços característicos do estilo art nouveau, com formas arredondadas.

Mito

A cidade é mais uma vez colocada como lugar de lazer, ócio, associados ao feminino, local de exibição das mulheres “modernas”, receptivas, disponíveis, locais de prazer, um prazer que é oculto, proibido, em desacordo com os valores tradicionais. Ao feminino e à cidade estão novamente associadas as ideias de prazer e perigo, de sedução e indução ao pecado.



CAPA 6

Revista nº 88

Ano III

28 de Janeiro de 1928

- Descrição

A ilustração mostra uma mulher sentada ao volante de um carro esportivo estacionado ao lado de uma bomba de abastecimento de combustível. Dois homens estão ao lado do automóvel, um é o funcionário do posto e está abastecendo o tanque, o segundo homem está localizado próximo à porta do lado do passageiro e observa o trabalho do funcionário, sinalizando que ele está acompanhando a mulher.

- *Signos plásticos*

Quadro ou moldura – Sem moldura, a ilustração mostra um recorte de um cenário mais amplo.

Enquadramento – A relação entre o expectador e a representação é de muita proximidade, como se quem a observa estivesse dentro da cena.

Ângulo – A captação é feita à altura do observador, frontal, reforçando a ideia de participação.

Composição/diagramação – O nome da revista aparece bastante destacado no primeiro plano. Depois a leitura é feita a partir da parte frontal do automóvel, seguida da mulher ao volante, e direcionada para os dois homens e a bomba de combustível. Ao fundo vê-se a paisagem urbana, uma edificação, alguma vegetação e o céu.

Formas – Formas grandes e arredondadas em contraste com linhas retas que adicionam textura ao carro, aos personagens masculinos, à bomba de combustível e à edificação.

Cores – Preto, azul, verde, vermelho e marrom. O azul predomina, colorindo o céu, o automóvel, a roupa da mulher e o chapéu do funcionário. O verde aparece na vegetação e na gravata do homem. O vermelho está no nome da revista, na bomba de combustível e no telhado do edifício. O marrom aparece apenas no paletó e no chapéu do homem.

Iluminação – A iluminação vem de cima. É um cenário diurno, bastante claro.

- *Signos icônicos*

A mensagem visual é composta por 2 signos icônicos:

1. O carro com a mulher ao volante é um signo icônico que reproduz parte de um anúncio do automóvel *Oakland Cosmopolitan Six*, modelo de 1928, conversível, cuja tampa do radiador era ornamentada por uma águia estilizada. No anúncio o carro é guiado por uma mulher e o texto exalta a *belleza, luxo e encanto* do modelo. Na ilustração da capa da revista nº 88, a mulher aparece como uma extensão do carro, as mesmas cores, o mesmo tra-

tamento é dado ao cabelo e aos para-lamas. Mulher e carro no ambiente urbano como representações do lazer, do ócio, da exposição e do status pelo consumo.

2. Os homens no posto de abastecimento aparecem como a representação do universo do trabalho, do dinheiro, das coisas práticas e concretas. Um executa o serviço e o outro inspeciona, ou seja, paga por ele. A mulher ao volante é produto e do trabalho masculino, é a comprovação do êxito do homem. É importante observar que a figura do homem provedor está no centro da ilustração e que a cor do paletó e do chapéu, o marrom, não aparece em nenhum outro elemento do conjunto.

- Signos linguísticos

Os conteúdos verbais presentes na capa 6 são o nome da revista, ano e número e a assinatura de Villares. O nome da revista apresenta traços característicos do estilo art déco e aparece com bastante destaque sob a ilustração.

Mito

Mulher e carro no ambiente urbano como representações do lazer, do ócio, da exposição e do status pelo consumo. A mulher ao volante é produto e do trabalho masculino, é a comprovação do êxito do homem. O masculino produz, o feminino expõe. Se a posição das mulheres na organização social tradicional era justificada por discursos que naturalizavam a maternidade, a domesticidade, apontando para uma essência feminina ligada ao cuidado, ao recolhimento, ao privado, no ambiente urbano, os discursos naturalizam um feminino que é fútil, superficial, exibicionista, artificial e volúvel. A mulher dos moldes patriarcais era a extensão da casa. A mulher nos moldes burgueses é a extensão da cidade. O que permanece é a centralidade do masculino, seja no âmbito público ou privado.



CAPA 7

Revista nº 94

Ano III

10 de março de 1928

- Descrição

A ilustração mostra uma mulher sentada à mesa de um estabelecimento consumindo uma bebida. Ao fundo, um conjunto musical se apresenta.

- Signos plásticos

Quadro ou moldura – A ilustração não tem uma moldura geral, porém há uma moldura em seu interior limitando o espaço ocupado pelos músicos e instrumentos musicais.

Enquadramento – A relação entre o expectador e a representação é de muita proximidade, como se quem a observa estivesse dentro da cena.

Ângulo – A captação é feita de um posicionamento levemente superior.

Composição/diagramação – Em primeiro plano estão a mulher e o nome da revista. Ao fundo se vê o conjunto musical.

Formas – Formas curvas, fluidas, femininas, que se agrupam em uma massa no terço superior da capa. Na parte de baixo, as formas se organizam de forma espaçada, dando maior destaque aos elementos.

Cores – Preto, azul e vermelho. O azul é a cor predominante, está no traje da mulher, nos móveis e utensílios do primeiro plano, mas também está no fundo, colorindo os músicos. O vermelho colore a boca da mulher, o topo do chapéu e os lustres do cenário mais ao fundo.

Iluminação – A iluminação parte do lado esquerdo, iluminando a mulher, que está posicionada lateralmente da direita para a esquerda, dando destaque à figura feminina.

- *Signos icônicos*

A mensagem visual é composta por 2 signos icônicos:

1. A mulher sentada à mesa desfruta de um momento de lazer. Ela sorri para o expectador. As maçãs do rosto muito pintadas e a ausência de nariz amplificam o caráter de artificialidade da figura. Ela tem no colo uma sombrinha, caracterizando a representação da *Madame Sombrinha*¹⁸, aquela que *diverte-se e não tem medo do inferno*, enquanto *monsieur* trabalha e sua o dia inteiro. A sombrinha indica uma atividade anterior à cena ilustrada, que seria o passeio pelas ruas da cidade, o *footing*.

2. O conjunto musical é o signo icônico que dá a representação visual o caráter festivo. Não se trata de uma parada para descansar e refrescar-se depois de caminhar pela cidade, mas sim de uma atividade clara de lazer. É um elemento acessório, colocado dentro de uma moldura, que limita a interpretação da mensagem.

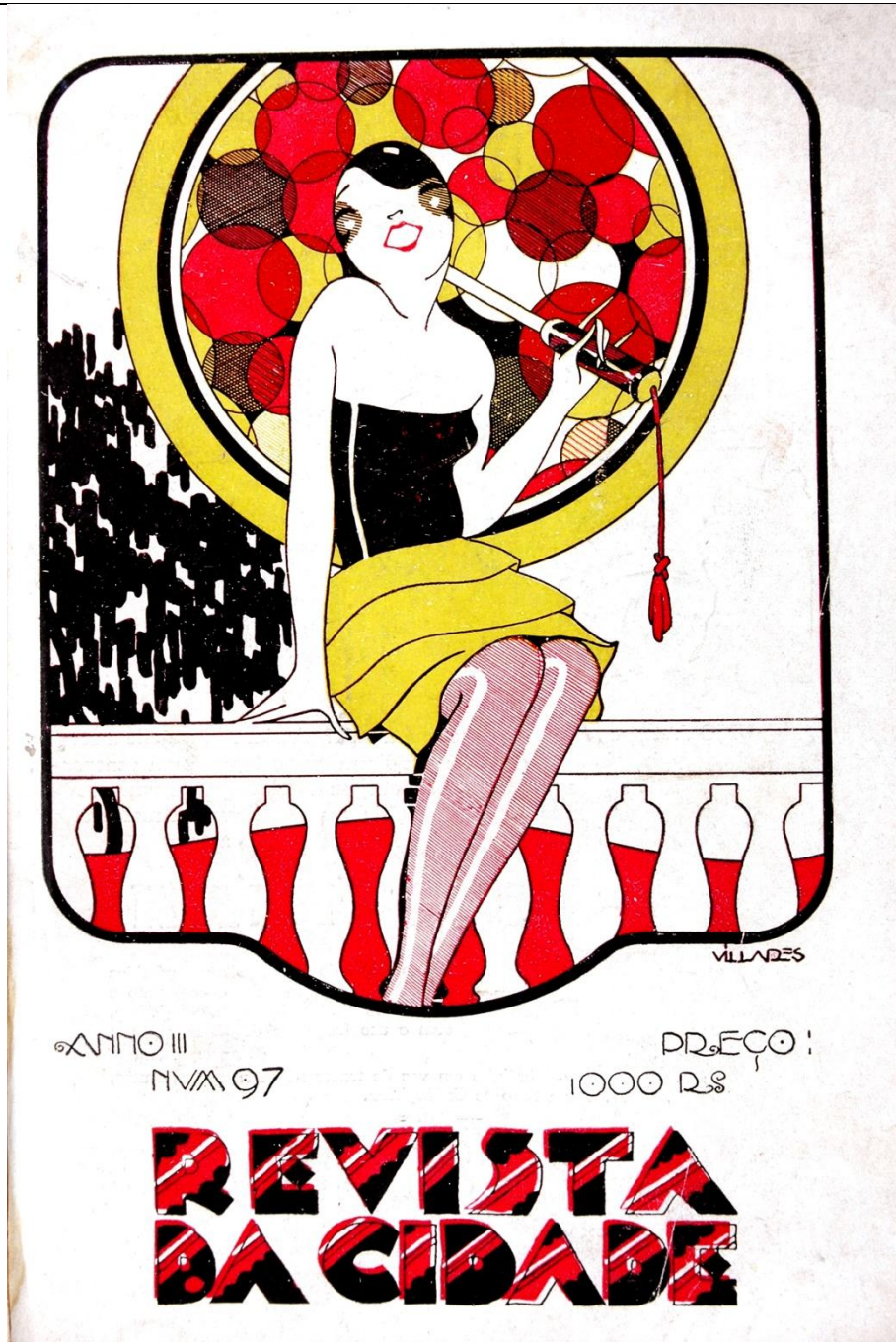
¹⁸ Arlequim. *Madame Sombrinha*. Coluna *Bonecas... Bonecos...*, Revista da Cidade, n. 20, 1926).

- Signos linguísticos

Os conteúdos verbais presentes na capa 7 são o nome da revista, ano e número e a assinatura de Villares. O nome da revista apresenta traços característicos do estilo art déco. Os caracteres aparecem novamente revestidos de espinhos, como na capa 4, porém agora representando um perigo às meias finas, ao invés dos balões.

Mito

A cidade é mais uma vez colocada como lugar de lazer, ócio e exposição associados ao feminino, que aparece integrado ao ambiente. A figura da *Madame Sombrinha* sintetiza os discursos sobre o feminino na cidade identificados nas capas anteriores, a futilidade, a superficialidade, o exibicionismo e a artificialidade são repetidamente atribuídos às representações de mulheres nas capas analisadas.



CAPA 8

Revista nº 97

Ano III

31 de março de 1928

- Descrição

A ilustração mostra uma mulher sentada em uma mureta, ela sorri enquanto segura uma sombrinha estampada por trás da cabeça. Ao fundo, vê-se o rio e a copa de uma árvore.

- Signos plásticos

Quadro ou moldura – A ilustração é limitada por uma moldura, então há algo que se interpõe entre o expectador e a cena representada. A relação não é mais de participação, como

nas capas analisadas anteriormente, o expectador lê a mensagem de forma mais distanciada e os elementos da cena não estão mais tão acessíveis, pois são vistas através de uma abertura, uma janela ou uma vitrine.

Enquadramento – A representação é enquadrada de modo ter bastante destaque para o expectador. Ela ultrapassa os limites da moldura, então o expectador pode vê-la de perto, apesar desse algo que se coloca entre ele e a cena.

Ângulo – A captação é feita de um posicionamento levemente inferior, dando um efeito de aumento do motivo representado.

Composição/diagramação – A leitura é feita a partir do conteúdo da moldura, com a mulher vista de imediato, apontando em seguida para nome da revista. Por último se percebe o cenário de fundo.

Formas – Formas curvas, fluidas, femininas, que estão agrupadas na área da moldura, que tem bastante destaque devido ao espaço vazio em seu entorno.

Cores – Preto, amarelo e vermelho, aplicados no vestuário, acessório e maquiagem da mulher, mas também na paisagem, onde a água do rio aparece tingida de vermelho e a copa da árvore é composta por formas preenchidas de preto.

Iluminação – A iluminação, frontal e levemente superior, é intensa, gerando pouca sombra e dando bastante destaque à figura feminina.

- *Signos icônicos*

A mensagem visual é composta por 2 signos icônicos:

1. A mulher sentada à mureta da ponte¹⁹ tem como plano de fundo o rio, cenário característico da paisagem urbana recifense. Trata-se novamente a representação da *Madame Sombrinha*, em seu circuito de lazer, consumo e exibição pelas ruas da cidade. Tanto a mulher quanto a paisagem são representadas de modo acentuadamente artificial. Na mulher, a artificialidade se manifesta simplificação dos traços da face e o exagero na marca-

¹⁹ O desenho identifica as pequenas colunas da mureta da ponte Buarque de Macedo, de 1890, reconstruída em 1922 e reinaugurada em 1923 (Fundaj).

ção das maçãs do rosto e dos olhos. Na paisagem, verificamos a simplificação das formas, a água vermelha e a árvore na cor preta. A iluminação chapada e a quase ausência de sombra também contribuem com a artificialidade.

2. A moldura em estilo art déco é um elemento frequente no mobiliário, sobretudo nas vitrines²⁰ (display cabinets), aqui a sua utilização acentua o caráter de objeto de exposição atribuído à figura feminina.

- Signos linguísticos

Os conteúdos verbais presentes na capa 8 são o nome da revista, ano e número e a assinatura de Villares. O nome da revista apresenta traços característicos do estilo art déco. Os caracteres sentam um preenchimento preto nas margens e vermelho no centro, como se as letras fossem atravessadas pelo rio.

Mito

A cidade é mais uma vez colocada como lugar de lazer, ócio e exposição associados ao feminino. A figura da *Madame Sombrinha*, o feminino urbano, da futilidade, da superficialidade, do exibicionismo e da artificialidade, aparece convertida em objeto de exibição e consumo. É a naturalização de uma apropriação através de uma fala. Enquanto o feminino tradicional, da domesticidade, da maternidade, é um bem privado, o feminino no ambiente urbano aparece representado como bem público.

²⁰ O Anexo 2 apresenta um exemplo de vitrine no estilo Art déco.



CAPA 9

Revista nº 99

Ano III

14 de abril de 1928

- Descrição

A ilustração mostra uma mulher que está de pé, vestida de maneira chamativa. Em segundo plano se vê uma escada com um tapete vermelho e, mais ao fundo, a vegetação e o céu.

- Signos plásticos

Quadro ou moldura – A ilustração é limitada por uma moldura, então há algo que se interpõe entre o expectador e a cena representada. A relação não é mais de participação, como nas capas analisadas anteriormente, o expectador lê a mensagem de forma mais distanciada e os elementos da cena não estão mais tão acessíveis, pois são vistas através de uma abertura, uma janela ou uma vitrine.

Enquadramento – A representação é enquadrada de modo ter bastante destaque para o expectador. Ela ultrapassa os limites da moldura, então o expectador pode vê-la de perto, apesar desse algo que se coloca entre ele e a cena.

Ângulo – A captação é feita de um posicionamento levemente inferior, dando um efeito de aumento do motivo representado.

Composição/diagramação – A leitura é feita a partir do conteúdo da moldura, com a mulher vista de imediato, apontando em seguida para nome da revista. Por último se percebe o cenário de fundo.

Formas – Formas curvas, fluidas, femininas, que estão agrupadas na área da moldura, que tem bastante destaque devido ao espaço vazio em seu entorno.

Cores – Preto, amarelo e vermelho, aplicados no vestuário, acessório e maquiagem da mulher, mas também na paisagem, onde a vegetação aparece tingida de vermelho e céu é amarelo.

Iluminação – A iluminação, frontal e levemente superior, é intensa, gerando pouca sombra e dando bastante destaque à figura feminina.

- *Signos icônicos*

A mensagem visual é composta por 2 signos icônicos:

1. A mulher que chega a uma atividade social, vestida de modo a chamar muita atenção, com a predominância de vermelho em seu traje. O tapete vermelho indica um evento solene, luxuoso. Tanto a mulher quanto a paisagem são representadas de modo acentuadamente artificial. Na mulher, a artificialidade se manifesta simplificação dos traços da face e o exagero na marcação das maçãs do rosto e dos olhos. Na paisagem, verificamos a

simplificação das formas, as árvores vermelhas e céu amarelo. A iluminação chapada e a quase ausência de sombra também contribuem com a artificialidade.

2. A moldura em estilo art déco é um elemento frequente no mobiliário, sobretudo nas vitrines²¹ (display cabinets), aqui a sua utilização acentua o caráter de objeto de exposição atribuído à figura feminina.

- Signos linguísticos

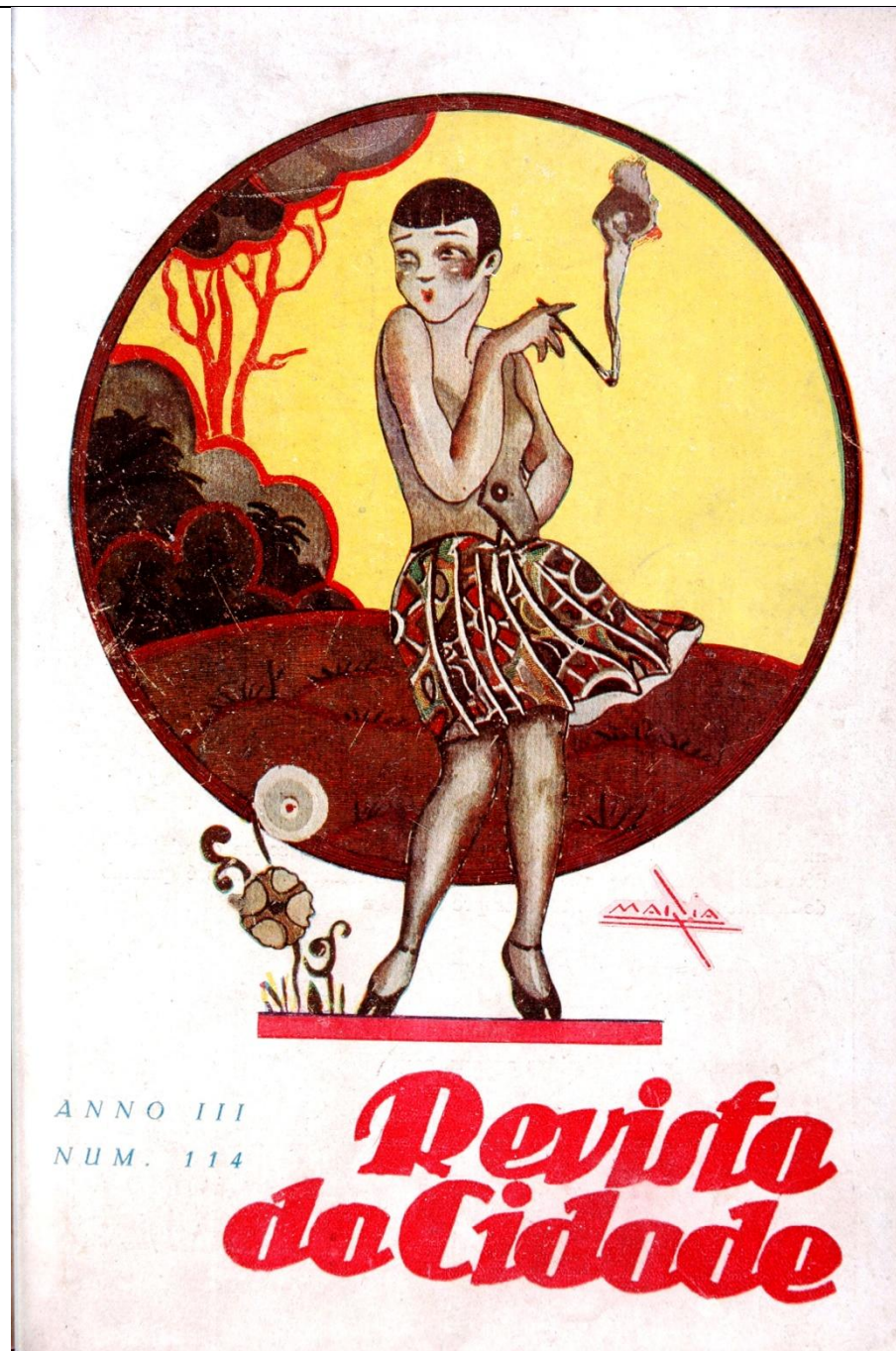
Os conteúdos verbais presentes na capa 9 são o nome da revista, ano e número e a assinatura de Villares. O nome da revista apresenta traços característicos do estilo art déco. Sob os pés da figura feminina há uma legenda onde se lê “a Eva moderna”.

Mito

O feminino e a cidade são colocados novamente como locais de prazer e perigo, de sedução e indução ao pecado, de degradação do masculino. À mulher, que é a alma da cidade fascinante²², se atribui um *coração de serpente num corpo de velludo*, apontando para uma essência sedutora e perigosa do feminino no ambiente urbano representado nas capas do *corpus*.

²¹ O Anexo 2 apresenta um exemplo de vitrine no estilo Art déco.

²² Arlequim. *Cidade-mulher*, Revista da Cidade, 14 de agosto de 1926, nº 12.



- Descrição

A ilustração mostra uma mulher que está de pé, segurando um cigarro. Em segundo plano se vê um cenário campestre, com um gramado, arbustos e uma árvore mais ao fundo.

- Signos plásticos

Quadro ou moldura – O conjunto geral não tem moldura, porém há uma moldura ao redor do cenário campestre, isolando a figura feminina e colocando-a como não participante do cenário.

Enquadramento – A representação é enquadrada de modo mais afastado em relação ao expectador. A figura feminina aparece numa posição de isolamento, destacada da paisagem e afastada do expectador.

Ângulo – A captação é feita frontalmente, diminuindo a profundidade da cena.

Composição/diagramação – A leitura é feita a partir da mulher, apontando em seguida para nome da revista. Por último se percebe o cenário de fundo.

Formas – Formas curvas, femininas, agrupadas verticalmente no centro da área, deixando espaços vazios que margeiam e destacam os elementos centrais.

Cores – Vários tons de marrom, preto, amarelo, vermelho e azul. Como em todas as capas analisadas anteriormente, as cores do cenário são as mesmas utilizadas na figura da mulher.

Iluminação – A iluminação, que parte da lateral superior direita, é suave, gerando sombras pouco definidas e um efeito de penumbra.

- *Signos icônicos*

A mensagem visual é composta por 2 signos icônicos:

1. A figura feminina que aparece deslocada do ambiente “natural” inscrito na moldura é, novamente, a representação da Valentina, a mulher “tão-pouco mulher” presente nos discursos da revista. Os cabelos muito curtos, o exagero na pintura da face, a saia acima dos joelhos deixando o corpo à mostra, exposição ainda mais manifesta pela ação do vento. Sob seus pés, uma pequena plataforma acentua a ideia de isolamento e destaque, ao mesmo tempo que relaciona a ilustração ao nome da revista, que aparece sob a plataforma.

2. A moldura circunscreve um ambiente campestre, isolando-o da figura feminina, denunciando a oposição natural/artificial.

- Signos linguísticos

Os conteúdos verbais presentes na capa 10 são o nome da revista, ano e número e a assinatura de Maria (José Maria). O nome da revista apresenta traços característicos do estilo art déco e compõe, juntamente com a plataforma sob os pés da mulher, o suporte para exibição da figura feminina.

Mito

A figura feminina que aparece deslocada do ambiente “natural” inscrito na moldura é, mais uma vez, a representação da Valentina, a mulher “tão-pouco mulher” presente nos discursos da revista. Colocando novamente o feminino urbano como artificial, porque borra as fronteiras tradicionais entre homens e mulheres. O ambiente urbano aparece novamente como local de exibição desse feminino.



CAPA 11

Revista nº 121

Ano III

15 de setembro de 1928

- Descrição

A ilustração mostra uma mulher que está de costas e de pé sobre a areia da praia, em frente ao mar. Mais ao fundo, vê-se um veleiro no encontro horizonte.

- Signos plásticos

Quadro ou moldura – A ilustração é margeada por um contorno retangular de linhas finas que limita o seu espaço, dando a ideia de afastamento do expectador, a observação é feita

de fora, tanto espacialmente, quanto temporalmente, como a leitura de um quadro ou uma fotografia.

Enquadramento – A representação é enquadrada de modo a dar ao expectador uma visão de corpo inteiro da figura feminina, que ocupa uma posição central na ilustração.

Ângulo – A captação é feita frontalmente, diminuindo a profundidade da cena, dando ao expectador uma leitura mais bidimensional.

Composição/diagramação – A figura feminina aparece com bastante destaque, seguida imediatamente pelo nome da revista. Por último se percebe o cenário de fundo da ilustração.

Formas – Formas curvas, femininas, agrupadas verticalmente no centro da área, deixando espaços vazios que margeiam e destacam os elementos centrais.

Cores – Amarelo, azul, vermelho e preto. Como em todas as capas analisadas anteriormente, as cores do cenário são as mesmas utilizadas na figura da mulher, com exceção do vermelho, que relaciona o cabelo da mulher ao nome da revista.

Iluminação – A iluminação, que parte da lateral superior esquerda, é suave, e vai de encontro à face da figura feminina, deixando completamente iluminada a expressão do rosto.

- *Signos icônicos*

A mensagem visual é composta por 2 signos icônicos:

1. A mulher que está em frente ao mar, tem uma expressão de ausência e elevação. Com os olhos fechados ela é a representação do ócio associado ao feminino, mas também do sonho, do sentimento. A exposição do corpo agora se opõe à indisponibilidade do sentimento. A figura feminina não mira mais o expectador.
2. O cenário da beira do oceano com o veleiro ao fundo é colocado como lugar de lazer e ócio, mas também como local que alude a viagem, ao afastamento, ao estrangeiro, a algo que está distante.

- Signos linguísticos

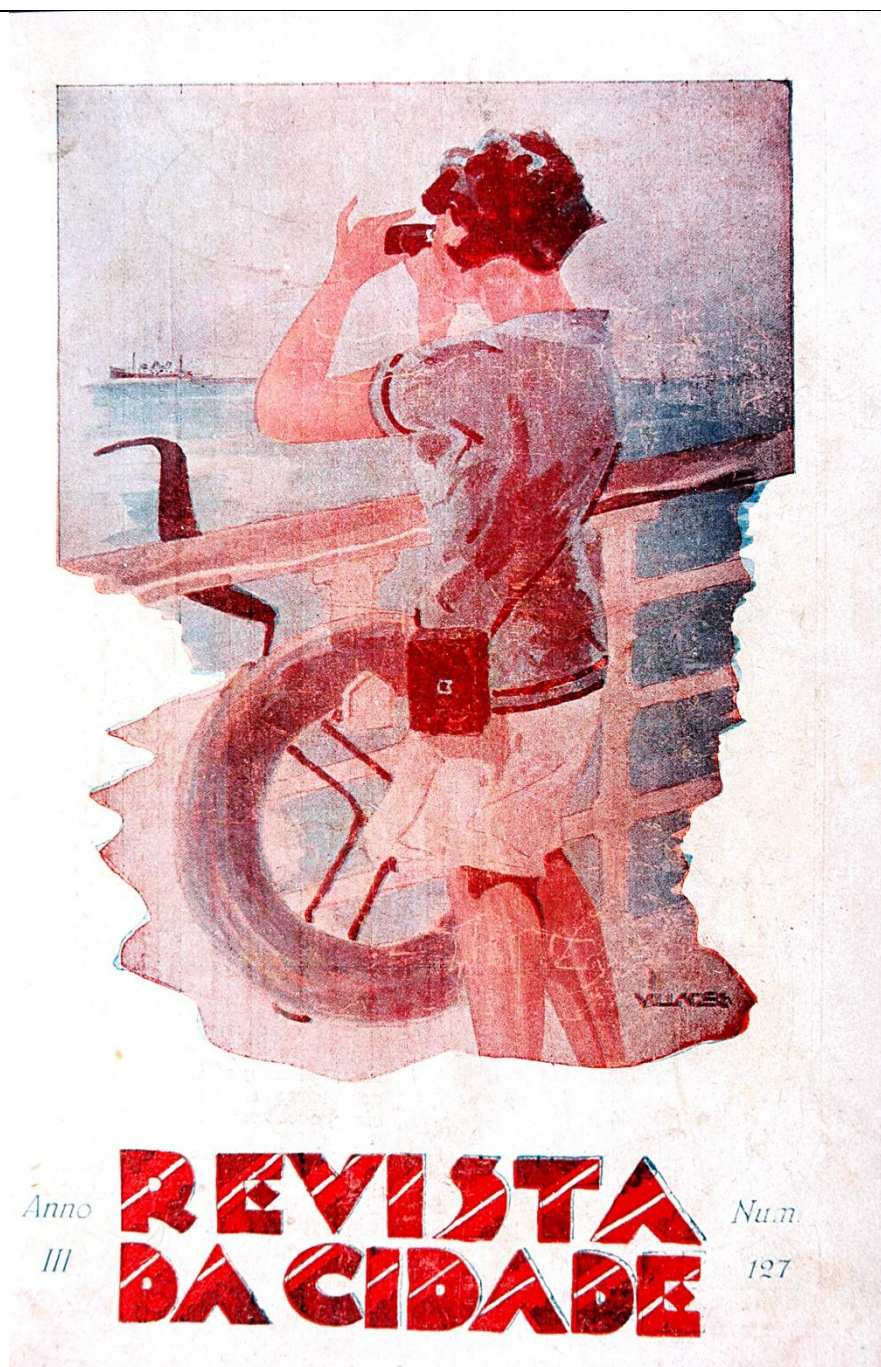
Os conteúdos verbais presentes na capa 11 são o nome da revista, ano e número. É o único exemplar do *corpus* de análise que não possui assinatura. O nome da revista apresenta traços característicos do estilo art déco e os caracteres apresentam um efeito de ondulação.

Mito

O feminino na cidade como a representação de uma “natureza” sentimental, da ausência, do afastamento do real, da vida prática. É a “mulher que eu nunca vi na vida”²³, a que não é trivial e fútil, mas feita de espírito e graça. O feminino como domínio da emoção, do espírito, do sonho, em oposição ao masculino da razão e da matéria. A mulher estrangeira, a que vem de fora, é como a própria cidade, símbolo de um ideal de modernidade que chega através do cinema, dos impressos, dos espetáculos. A figura da “divorciada”²⁴, da vedete, da amante como a que chega para abalar as estruturas tradicionais, é também representação de uma tendência à alienação ao cenário real da época, sobretudo nos anos finais da década de 1920, quando os discursos sobre a crise já circulavam profusamente.

²³ Hibernon Wanderley. *A mulher que eu nunca vi na vida*. Revista da Cidade, 14 de janeiro de 1928, nº 86.

²⁴ *A divorciada*, filme de estreia da atriz Marcella Albani, “que veio especialmente enlouquecer os maridos e noivos desta capital”. Exibido em março de 1928, no Theatro Moderno (o Moderno), em Recife (anúncio no anexo).



CAPA 12

Revista nº 127

Ano III

27 de outubro de 1928

- Descrição

A ilustração mostra uma mulher que está no convés de uma embarcação. Ela olha através dos binóculos para o horizonte, onde há um navio.

- Signos plásticos

Quadro ou moldura – A ilustração é margeada por um contorno de linhas finas que limita o seu espaço, dando a ideia de afastamento do expectador, a observação é feita de fora,

tanto espacialmente, quanto temporalmente, como a leitura de um quadro ou uma fotografia. Esse contorno tem um desenho irregular na parte inferior, dando a ideia de recorte, de papel rasgado.

Enquadramento – A representação é enquadrada de modo a dar ao expectador uma visão quase total da figura feminina, que ocupa uma posição central na ilustração.

Ângulo – A captação é feita frontalmente, diminuindo a profundidade da cena, dando ao expectador uma leitura mais bidimensional.

Composição/diagramação – A figura feminina aparece com bastante destaque, seguida imediatamente pelo nome da revista. Por último se percebe o cenário de fundo da ilustração.

Formas – Formas curvas, femininas, agrupadas verticalmente no centro da área, deixando espaços vazios que margeiam e destacam os elementos centrais.

Cores – Azul, vermelho e preto. Como em todas as capas analisadas anteriormente, as cores do cenário são as mesmas utilizadas na figura da mulher.

Iluminação – A iluminação, que parte da lateral superior esquerda, é suave, e vai de encontro à parte frontal da figura feminina.

- *Signos icônicos*

A mensagem visual é composta por 2 signos icônicos:

1. A mulher que está observando o horizonte é a representação do ócio, do lazer associado ao feminino. A exposição do corpo difere das anteriores em termos de receptividade, já que a figura feminina não mira mais o expectador, mas algo que está no horizonte, algo que através do oceano.
2. O cenário do oceano com o navio ao fundo é colocado como lugar de lazer e ócio, mas também como local que alude a viagem, ao afastamento, ao estrangeiro, a algo que está distante.

- *Signos linguísticos*

Os conteúdos verbais presentes na capa 11 são o nome da revista, ano e número, além da assinatura de Lauro Villares. O nome da revista apresenta traços característicos do estilo art déco e apresenta um padrão com a mesma relação leito/margens presente na capa 8 do *corpus*.

Mito

O feminino é novamente associado ao que vem de fora, ao estrangeiro, como o ambiente urbano, símbolo de modernidade. É a representação dos ideais burgueses que chegam pelo mar e aparecem degradados, desgastados, fortalecendo os discursos de retorno aos valores tradicionais à medida em que a chamada Grande Depressão de 1930 se avizinha.

7 CONCLUSÕES

Para Barthes, tudo é político, desde que se considere a política em um sentido amplo, “como o conjunto das relações humanas na sua estrutura real, social, no seu poder de construção do mundo” (2001, p. 163). Nesse sentido, o mito é uma fala despolitizada, porque esvazia a qualidade histórica, fabricada das coisas, enchendo-as de natureza e essência. Nas capas analisadas da Revista da Cidade, o espaço público, o ambiente urbano e o feminino são representados a partir dos valores das elites e do conflito estabelecido entre uma tradição rural e uma emergência burguesa.

Vê-se nas capas do *corpus* a repetição incessante dos ideais de uma modernidade que não ameaça a ordem estabelecida, de modo que as novidades, o desenvolvimento e o crescimento econômico, promessas do processo de modernização, sejam absorvidos sem que ocorram, no entanto, grandes alterações nas posições de poder. O recurso utilizado em tal intento é a colocação do ambiente urbano, símbolo da modernidade, como um universo oposto ao tradicional. Ao masculino rural, associado à figura do patriarca como elemento central da hierarquia social, ao trabalho, ao mundo prático, à produção e aos valores genuinamente brasileiros se opõe o feminino urbano, do consumo, do lazer, do ócio, do sentimento, da horizontalidade das relações e dos valores estrangeiros.

Pensando a partir do conceito barthesiano de mito, as capas analisadas naturalizam uma oposição que é historicamente construída. Essa atribuição de uma natureza feminina ao ambiente urbano pode ser verificada em diversos elementos presentes nas ilustrações do *corpus*: a praia (capas 1, 5 e 11), como representante principal do lazer e do ócio, o cinema (capa 2) e o *thé dansant* (capa 4), associados aos valores estrangeiros reproduzidos pela elite burguesa, sendo o segundo a principal manifestação de uma percepção que circulava nos discursos da época sobre a horizontalidade nas relações entre homens e mulheres dessa elite, o que se manifesta pela equivalência nas representações, descrita na análise (homens femininos e mulheres masculinas).

As capas guardam outra intenção histórica, que é a da manutenção de uma apropriação. Em um cenário mais amplo, é a apropriação do espaço público por uma elite que é tanto constituída por grandes proprietários rurais, quanto por prósperos industriais e comerci-

antes, uma apropriação que é espacial, mas também econômica e política. A cidade, nas capas analisadas, é representada de modo a produzir uma realidade segundo os moldes dessas elites, realidade histórica explícita não somente no que essas representações expõem, mas também, e principalmente, no que ocultam.

Esse primeiro aspecto da apropriação pode ser observado nas representações de meio de transporte e moradia (capas 3 e 6). Exibe-se o automóvel, de utilização particular, restrito aos cidadãos de posses, se oculta o bonde, de uso coletivo e compartilhado com as camadas populares. O amplo sobrado aparece solitário em meio a um terreno extenso, as grades denunciam o aspecto privado, enquanto as moradias periféricas, os chamados mocambos são ocultados e com eles toda a contradição de uma realidade marcada pela desigualdade social. Além disso, é possível ver claramente a cidade colocada como local de eventos das elites em vários elementos presentes nas capas analisadas, como o tapete vermelho (capa 9), os trajes de festa (4, 7, 8 e 9) e o casaco de peles (capa 3).

Em um contexto mais específico, a apropriação é a das mulheres pelos homens. A liberdade e a autonomia inicialmente atribuídas às representações do feminino nas capas analisadas não resiste à confrontação com os discursos circulantes à época sobre essa mulher frequentadora do espaço urbano, esse personagem denominado “a mulher moderna”. No esforço de leitura dessas representações a partir das especificidades do seu contexto de criação, o que se conclui é que elas manifestam tão somente a apropriação pública dessas mulheres.

Ao contrário do que se percebe no interior das publicações, nas representações fotográficas do feminino, onde circulam as mulheres religiosas, da apropriação privada, as quais são associados os encargos físicos dos deveres domésticos, maternais e maritais, na capas analisadas figura a mulher da rua, de apropriação pública, aquela que ainda não foi apropriada oficialmente, através do contrato individual do casamento, ou a que não é passível de apropriação privada, a quem são associados os encargos sexuais. Expõe-se, então, na capa as mulheres jovens, de corpo delgado e cabelos *à la garçon*, enquanto são ocultadas as beatas (mães, filhas, esposas e etc).

Esse segundo aspecto da apropriação pode ser abundantemente observado nas representações através dos aspectos enumerados a seguir:

Cidade e mulher como complementares

Graficamente, a figura da mulher se associa ao ambiente através do emprego de cores e formas. Em todas as capas analisadas a figura feminina possui as mesmas cores e grafismos do cenário, seja relacionando-a com o plano de fundo, como na maioria dos casos, ou a objetos específicos, como os automóveis (capas 3 e 6) e o gradil da bilheteria do cinema (capa 2). Nas figuras masculinas (com exceção dos homens femininos da capa 4 e dos músicos do cenário da capa 7) não ocorre essa relação. Neles é utilizado primordialmente o preto, ou, no caso da capa 6, o marrom, que não aparece em nenhum outro elemento da ilustração além da figura masculina.

Cidade como vitrine de exposição do corpo feminino erotizado

Esse aspecto se verifica através de inúmeros recursos utilizados nas representações. O recurso predominante é a captação de corpo inteiro, quase sempre retendo no espaço da capa ou moldura a totalidade da figura feminina. A utilização de elementos de exposição, como molduras e suporte, além da iluminação direcionada ao corpo e ao rosto da mulher, também contribuem para esse aspecto. A utilização de cores quentes, como amarelo e vermelho, combinação que se repete em 7 das 12 capas analisadas. Outras características gráficas muito menos sutis são a exposição de partes do corpo, como pernas, braços e colo, o que à época configurava uma afronta aos valores morais, e o destaque para os olhos, quase sempre mirando o observador, e a boca pintada que, na maioria dos casos, exibe um sorriso receptivo.

Os homens, a mulher

O controle do corpo feminino, das suas características físicas, é um outro aspecto relevante da apropriação e pode ser verificado nas limitações dos seus traços expressivos, repetidos em quase todas as ilustrações, com raras variações, chegando ao extremo da simplificação com a supressão parcial ou completa do nariz. As figuras masculinas, ao contrário, apresentam uma gama de variações de expressão, com poucas repetições de característi-

cas físicas, alternando tanto os desenhos faciais quanto os corporais. Nas 12 capas analisadas é possível identificar 3 variações para as mulheres contra 7 variações para os homens.

Figura 14 – Homogeneidade e simplificação das características expressivas nas representações de mulheres em comparação às representações de figuras masculinas



Fonte: A autora.

Uma terceira conclusão originada da análise do presente estudo é a eficiência da ilustração na manifestação da fala mítica. Segundo Barthes, as substâncias da representação mais propensas à ação da fala mitológica são aquelas mais simplificadas, mais esvaziadas de sentido. Nas ilustrações analisadas isso se apresenta na medida em que as representações femininas não se referem a mulheres específicas, e, por isso mesmo, estão relacionadas a todas as mulheres. A criação de um modelo da mulher moderna, que se manifesta

através das personagens, a *Mademoiselle Quasi-nua*, a *Madame sombrinha*, a *Valentina*, que no final são variações da melindrosa. A melindrosa é uma criação que guarda em si todas as características associadas ao feminino e à cidade nas capas analisadas. A utilização da ilustração, pela possibilidade total de manipulação, se configura como substância ideal para a fabricação da “mulher moderna”. As manifestações gráficas dessa redução de todo um arsenal de valores a uma figura específica são a homogeneidade das representações e a simplificação das características expressivas das mulheres, verificadas nas ilustrações analisadas, e que ficam explícitas no quadro comparativo entre as representações de homens e mulheres (figura 14).

Retornando às questões iniciais do presente estudo sobre quais os significados evocados pelas representações do feminino no ambiente urbano nas Capas da Revista da Cidade, conclui-se que as novas noções de feminino utilizadas para justificar um novo modelo de comportamento, são, na verdade, a renovação do modelo de Eva, o feminino do pecado, mundano, entregue aos prazeres materiais e, portanto, disponível aos apelos mercadológicos da ordem burguesa, sem que o domínio masculino sofresse grandes abalos. Através da representação da Eva moderna, a cidade-mulher sem honra, degenerada, mundana, atua o mito burguês barthesiano. No exato momento em que abre mão da própria denominação, a burguesia se universaliza, se converte em natureza das relações sociais, baseada na ainda hoje tida como incontestável oposição sexual.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *A indústria cultural. O iluminismo como mistificação de massas*. In: LIMA, Luiz Costa (org.). **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- ALBUQUERQUE JR., Durval Muniz de. **Nordestino: invenção do “falo” - uma história do gênero masculino (1920-1940)**. 2ª Ed. São Paulo: Intermeios, 2013.
- BARTHES, Roland. **Elementos de Semiologia**. São Paulo: Cultrix, 2012.
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- BARTHES, R. *A retórica da imagem*, In: **O óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- BERMAN, Marshal. **Tudo que é sólido desmancha no ar. A aventura da modernidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.
- BURITI, Iranilson. **Poéticas do espaço: práticas de consumo e sensibilidades nos anos 20 (século XX)**. Revista Porto, v. 1, n. 2, 2012. P.116 a 129.
- CARDOSO, Rafael. **O design brasileiro antes do design**. São Paulo: Cosac&Naify, 2010.
- CARVALHO, Vânia Carneiro de. **Gênero e Artefato: O Sistema Doméstico na Perspectiva da Cultura Material**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo/FAPESP, 2008.
- CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. São Paulo: Ática, 2012.
- DE LUCA, Tania Regina. **A Revista do Brasil: Um Diagnóstico para a (N)ação**. São Paulo: Unesp, 1999.
- DUARTE, Paulo. **História da Implantação da Imprensa no Brasil**, Imprensa de São Paulo. São Paulo, ECA, 1972.
- FONTANARI, R. **Como ler imagens? A lição de Roland Barthes**. Galaxia (São Paulo, Online), n. 31, p. 144-155, abr. 2016.

GALVÃO NETA, Inocência da Silva. **Uma nova mulher: ecos do feminismo na imprensa do Recife (1920-1934)**. Recife. UFPE/ Programa de Pós Graduação em História, 2001.

_____. **Moças honradas, senhoras virtuosas e mulheres airadas: registros de violência nas relações de gênero na imprensa e nos documentos judiciais no Recife nas décadas de 1920 e 1930**. Tese de Doutorado. Recife. UFPE/ Programa de Pós Graduação em História, 2013.

GUILLAUMIN, Colette. *Prática do poder e ideia de natureza*. In: **O patriarcado desvendado – Teorias de três feministas materialistas**. FERREIRA, Verônica et al. (Orgs.). Recife, SOS Corpo, 2014.

JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem**. Campinas: Papirus Editora, 2012.

LIMA, Luiz Costa (org). **Teoria da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

LIMA, Raquel et al. **A participação da mulher na imprensa escrita de Pernambuco**. Recife. UFPE/DECOM. 1993. 74p.

MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em Revista: Imprensa e Práticas em Tempos de República**. São Paulo, 1890-1922. São Paulo: Edusp/Fapesp/Imesp, 2001.

MARQUES, Ivan. **Modernismo em revista. Estética e ideologia nos periódicos dos anos 1920**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2013.

MATTELART, A; NEVEU, P. **Introdução aos Estudos Culturais**. São Paulo: Parábola, 2004.

MÍCCOLIS, Leila. **Mulheres da Belle-Époque e suas parcerias textuais Lyrio-Líricas**. Disponível em: http://literaciaretases.blogspot.com.br/2010_07_04_archive.html.

MORAIS, Maria Luíza Nóbrega. **Presença feminina no jornalismo pernambucano: Dos primórdios a regulamentação profissional**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/outros/hmidia2007/resumos/R0156-1.pdf>>

MONTGOMERY, Maureen E. *Displaying Women: Spectacles of Leisure in Edith Wharton's New York*. Nova York, Routledge, 1998. Apud Vânia Carneiro de Carvalho. **Gênero e Artefato: O**

Sistema Doméstico na Perspectiva da Cultura Material. São Paulo, Edusp/Fapesp, 2008, p. 220.

NASCIMENTO, Alcileide Cabral. **Mulheres e direitos: O debate em torno da emancipação feminina no Recife (1870-1920).** Disponível em: <http://www.fazendogenero.ufsc.br/10/resources/anais/20/1384182131_ARQUIVO_AlcileideCabraldoNascimento.pdf>

NASCIMENTO, Alcileide Cabral. MELO, Alexandre Vieira da Silva. **Melindrosas em revista: gênero e sociabilidades do início do século XX (recife, 1919-1929).** In História Revista, Goiânia, v. 19, n. 3, 2014.

NASCIMENTO, Luís do. **História da Imprensa de Pernambuco.** Recife, Imprensa Universitária/ Universidade Federal de Pernambuco, 1966.

OUTHWAITE, William; BOTTOMORE, Tom. **Dicionário do Pensamento Social do Século XX.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1996.

Revista da Cidade. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco. Recife: Empresa Gráfico-Editora, 1926-1929 , nº 1-176. Disponível em: <https://www.fundaj.gov.br/index.php/publicacoes-digitalizadas/9997-revista-da-cidade>

REZENDE, Antônio Paulo. **Desencantos Modernos: histórias da cidade do Recife na década de vinte.** Recife: FUNDARPE, 1997.

SAFAR, Giselle Hissa; DIAS, Maria Regina Alvares Correia. *Estudos de gênero e seu impacto na história do design.* In: **Dimensões**, v. 36, jan.-jun. 2016, p. 102-120.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de Linguística Geral.** São Paulo: Cultrix, 2006.

SCOTT, Joan W. **Gênero: uma Categoria Útil para Análise Histórica.** Recife: SOS Corpo, 1989.

SILVA, T. T. da. (Org.) **Identidade e diferença: a perspectiva do estudos culturais.** Petrópolis: Vozes, 2000.

SILVERMAN, Kaja. **The Subject of Semiotics.** New York, Oxford University Press, 1983.

SWAIN, Tânia Navarro. *Feminismo e representações sociais: A invenção das mulheres nas revistas “femininas”*. In: **História: Questões & Debates**, Curitiba: Editora da UFPR, n. 34, p. 11-44, 2001.

VILLAS-BOAS. A. *O design gráfico como objeto dos estudos culturais*. In: **Estudos em Design**. V. 7, n. 1 (abril) 1999, Associação de Ensino de Design do Brasil, Rio de Janeiro, 1999. (p. 55-65).

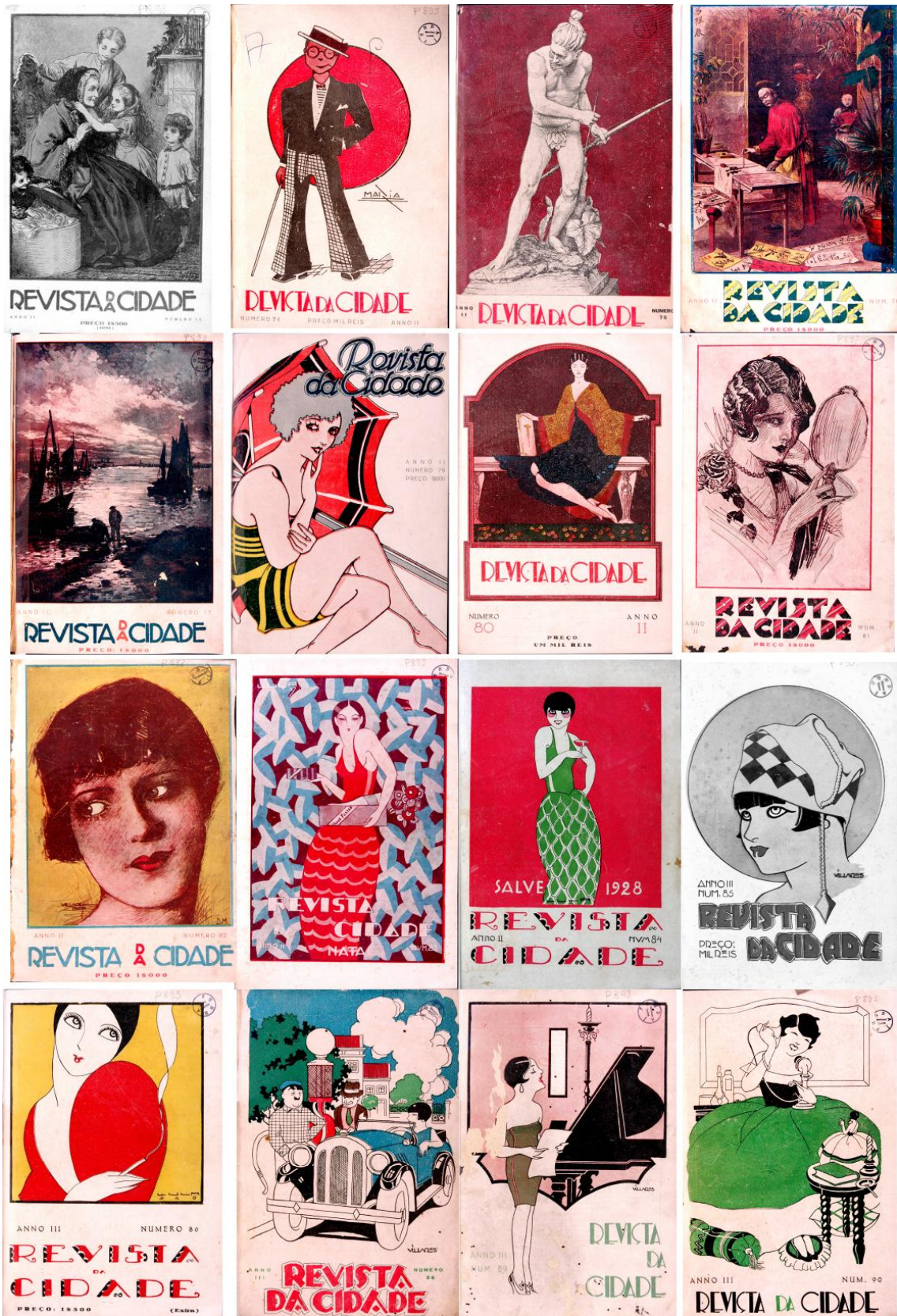
ANEXO A - CAPAS DA REVISTA DA CIDADE





















Fonte: ACERVO DIGITAL DA FUNDAÇÃO JOAQUIM NABUCO

ANEXO B - VITRINE ART DÉCO (1920)

Fonte: COLEÇÃO PARTICULAR, RIO DE JANEIRO

ANEXO C - ANÚNCIO DO FILME A DIVORCIADA

24 - 3 - 928

REVISTA DA CIDADE



SEGUNDA, TERÇA E QUARTA FEIRA
SOIRÉE DE GALA EUROPÉAS
DA **URANIA - FILM**
NO THEATRO MODERNO,

PARA ESTRÉA DE

**MARCELLA
ALBANI**

que veio especial-
mente enlouquecer
os maridos e noi-
vos desta capital

NO FILM
ENCANTADOR
DA
UFA



Depois deste film,
a URANIA - FILM
apresentará em to-
do o Brasil DE UMA
SÓ VEZ, o maior
acontecimento cine-
matographico que
já se viu no
PAIZ!



ANEXO D – NOTAS SOBRE O FEMININO NA REVISTA DA CIDADE

A mulher que eu nunca vi na vida

É uma criação extravagante que a época não comporta, na movimentação ruidosa da vida que passa. Não é a mulher commum da actualidade, trivial e futil, em cujo cerebro se não encaixa uma idea que luza, um pensamento que brilhe, na grandeza rutilante de uma aspiração decente.

A mulher que eu nunca vi na vida é feita de graça e espirito, ao fulgor de sua intelligencia, salientam-se todas as virtudes. E porque jamais se me haja deparado essa bizarra criação do meu symbolismo sonhador, pergunto e, as vezes a mim mesmo: - a mulher que eu nunca vi na vida, acaso, existirá?

Talvez...

Quem sabe?...

Hibernon Wanderley, Garanhuns, janeiro de 1928

(Revista da Cidade, nº 86, 14 de janeiro de 1928)

As mulheres, em esthetica, só são capazes de conceber a belleza da costureira.

Anatole France

(Revista da Cidade, nº 88, 28 de janeiro de 1928)

Carnaval

Visto isso e devidamente registrado para efeito de evitar complicações, nada mais é preciso que uma reportagem cuidadosa pelos nossos circulos sociaes, onde só se fala da crise e do carnaval, dois extremos que se tocam, desgraçadamente...

Arlequim

(Revista da Cidade, nº 89, 4 de fevereiro de 1928)

Um jornal de New York publicou a seguinte informação: o occulista inglez William Corbett assegura que, dentro de poucas gerações os olhos des inglezes, que agora são quasi todos azues, passarão a ser castanhos. O cansaço que produz nos olhos a luz electrica e o typo de letras dos jornaes dará em resultado a criação de olhos castanhos que são mais resistentes à acção da luz.

É assim que o progresso vae roubando a poesia do mundo.

(Revista da Cidade, nº 99, 14 de abril de 1928)