

A roupa infantil nas revistas destinadas às crianças (década de 1950): modos de educar os corpos de meninos e meninas.

Theodoro Roveri, Fernanda¹

Resumen

O presente trabalho analisa duas revistas brasileiras publicadas durante a década de 1950 a um público infantil, *O Tico-Tico* e *Cirandinha*, ambas da editora *O Malho*. O texto discute a caracterização das crianças apresentada pelas revistas, os trajes veiculados e os modelos de comportamento difundidos aos leitores.

Um olhar para a indumentária infantil nos permite compreender as regulamentações de condutas, os constrangimentos, os desejos e aspirações suscitados no ato de (des)cobrir o corpo das crianças. As roupas escolhidas para meninos e meninas configuram uma educação de seus corpos e se tornam elementos distintivos delimitando uma aparência considerada “de bom gosto” e “adequada” para a exposição ao olhar alheio. Analisar os modos como as crianças eram retratadas nas revistas a elas destinadas nos permitirá entender as sensibilidades de uma época e as expectativas sociais em relação à infância.

Palavras-chave: Corpo – indumentária - infância.

Hoje a publicidade seduz a criança e faz dela a responsável por inúmeras decisões de compra no lugar dos adultos: as escolhas de seu vestuário, de seus brinquedos e outros itens de consumo cada vez mais fazem parte das preocupações infantis. A publicidade começou a olhar para a criança percebendo-a como potencial consumidora a partir da década de 1950. É também neste período que a televisão iniciou sua programação no Brasil e algumas publicações direcionaram uma “conversa” específica com a criança. Códigos de conduta e

¹ Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP).

maneiras de se vestir eram ensinados aos meninos e meninas não apenas pela escola, mas também pelas revistas de variedades. Podemos notar, nesse sentido, o sucesso das histórias em quadrinhos das revistas infantis da editora *O Malho: Tico-Tico* e *Cirandinha*, ambas representavam uma inovação na literatura infantil do período. Com o uso de cores nos desenhos e uma formatação de página maior em alguns exemplares, as revistas chamavam a atenção pelas imagens que chegavam algumas vezes a ocupar mais da metade da página. Além delas havia também as histórias, os poemas e pequenas frases, o que nos leva a pensar na possibilidade de conquistar um público infantil já alfabetizado ou não.

O presente trabalho analisa alguns exemplares das duas revistas brasileiras publicadas durante a década de 1950 ao público infantil. O objetivo é discutir a caracterização das crianças apresentada pelas revistas, os trajes veiculados e os modelos de comportamento difundidos aos leitores. Não se trata de analisar se as crianças agiam e se vestiam de acordo com o que as revistas mostravam e tampouco apontar quais roupas elas realmente usavam na época em questão, mas sim analisar quais motivações levaram à publicação de imagens e descrições de certas roupas infantis. Ou seja, perceber as expectativas sociais em relação às atitudes de meninos e meninas, além das chancelas acopladas ao vestuário que permitiriam a um sujeito pertencer a um determinado grupo social. Analisar os modos como as crianças eram retratadas nas revistas a elas destinadas nos permitirá entender as sensibilidades de uma época e os anseios da sociedade em relação à infância.

Lançado em 1905, o semanário *O Tico-Tico* era editado no Rio de Janeiro e se constituiu a primeira revista infantil de quadrinhos do Brasil e nas Américas. Seu último número foi publicado em dezembro de 1958, quando sua periodicidade já havia sido reduzida para mensal. Em geral, a revista trazia em suas páginas poesia, contos, jogos, referências a datas históricas, ciência, concursos diversos, quadrinhos, partituras e peças teatrais. Muitos escritores brasileiros colaboraram na constituição de uma literatura cívica para as crianças ou “homens pequenos”,

considerados os futuros salvadores da pátria. Um dos exemplares d'*O Tico-Tico* de 1951 trazia a propaganda de uma nova revista infantil que a mesma editora estava lançando naquele mês. Tratava-se de *Cirandinha*. O anúncio referia-se a ela como a primeira revista no país só para *meninas*. *Cirandinha* era apresentada como um novo membro da família e pretendia ser notada a partir da propagação da ideia de que meninas de *bom gosto* apreciavam a revista. A publicação infantil surge num momento em que inúmeras revistas se colocavam como conselheiras da mulher de classe média, definindo atitudes tidas como parte da *essência feminina*. A mensagem era clara: do bom comportamento feminino dependeria o bom casamento, a honra do marido e a felicidade dos filhos.

Nos exemplares analisados, encontramos muitos espaços para a difusão de um tipo de julgamento do *gosto*. Bourdieu (2007: 95) afirma que o consumidor, ao apropriar-se de um produto e identificar-se com ele, contribui para a produção do que consome. O gosto por algum bem não está associado exclusivamente às descrições propostas pelos fabricantes, mas também aos usos sociais, à maneira como o produto é percebido e apreciado, além das condições sócio-econômicas de sua produção.

Em *O Tico-Tico*, os ideais de um bom gosto se prescreviam nos conselhos de boa alimentação e higiene, no vestuário adequado e nos temas das ciências exatas e humanas que davam ao leitor o refinamento cultural de que precisaria para manter-se distinto socialmente. Na *Cirandinha*, o julgamento do gosto aparece em inúmeros conselhos que demonstram boas condutas à menina. No decorrer das análises apresentaremos algumas situações ilustradas nas revistas.

No *Almanaque d'O Tico-Tico* (1951: 41) os editores fazem um alerta sobre a necessidade de usar a roupa para proteger a pele das variações de temperatura, moderando as escolhas conforme as estações do ano. Na revista de setembro de 1951 temos a seção "Gavetinha do Saber" que apresenta dicas e curiosidades às crianças. Uma delas, diz respeito aos cuidados que devem manter com os calçados:

Quando molhamos os sapatos a ponto de ficarem encharcados, é bom processo enchê-los de grãos de milho. Os grãos absorvem a umidade e vão inchando, com o que os sapatos se conservam em perfeita forma, sem enrugar (O Tico-Tico, ano XLVI, n. 1990, set.1951: 9).

Assim, não era apenas um prestígio usar calçados numa época em que poucas crianças o faziam continuamente, mas sim usá-los sempre em *perfeita forma e sem rugas*, mesmo depois de uma chuva, por exemplo. Nas inúmeras páginas das revistas, podemos observar que as crianças são sempre ilustradas com calçados nos pés, seguindo as exigências do asseio em diversos momentos, como os da brincadeira. Propagandas de calçados nas revistas eram constantes e evidenciavam a necessidade de uma aparência mais refinada, condizente com a da criança estudiosa, séria e inteligente. Assim, em diversos números da revista encontramos o anúncio da sapataria “Insinuante”, que, como o próprio nome sugere, quer fazer-se percebida e distinta entre as crianças mais favorecidas economicamente.

Outra loja que anunciava com frequência nas revistas, é a “Casa do Bastos”. Na propaganda, os sapatos são apresentados como elementos de distinção, através de ilustrações de crianças bem arrumadas e felizes. A publicidade convida o leitor a “mostrar” seus pés a fim de comparar com os pés das crianças calçadas com os sapatos da loja, tidos como bons e próprios da “elite carioca”.

Os apelos do “bom gosto” no uso dos calçados são reafirmados também para as vestimentas, como podemos observar na propaganda de 1955 da loja de departamentos *Mesbla*: há um convite aos pais que querem vestir os filhos com elegância para que levem as crianças para fazer compra com eles, pois a loja é, na verdade, um ambiente cheio de atrações. A propaganda também chama a atenção para a compra de uma roupa interessante e *útil*. Ora, o que era

considerado *útil* às crianças? Uma roupa forte, resistente ou algo simplesmente elegante, “granfino”? Essa discussão já aconteceria no final do século XIX através das idéias do filósofo inglês Herbert Spencer. Para ele, é um erro vestir as crianças conforme as ideias que as mães fazem da beleza, mantendo-as assim bem arrumadas aos olhos das visitas e limitadas em suas ações: não brincar para não se sujar ou estragar a roupa. Spencer defendia que qualquer roupa feita para a criança deveria levar em conta as sensações que nos servem de guia – o calor e o frio. O vestuário teria a função similar à da alimentação: bem agasalhado, o corpo tem menos trabalho de produzir calor.

Bourdieu (2007) observa que o vestuário das classes populares possuía um uso funcional: a escolha da roupa era determinada por sua maior durabilidade. A burguesia é quem introduziria *a boa apresentação* no universo doméstico. Ao afirmar que os gostos funcionam como “marcadores privilegiados de classe”, Bourdieu busca estabelecer as condições em que são produzidos os consumidores dos bens e seu gosto, dizendo que este último não é um dom da natureza e que sua formação passa pelo nível de instrução do consumidor e pela sua educação familiar e escolar. As instituições da família e da escola são os lugares da *competência*, funcionam como dois mercados que fortalecem o que é aceitável socialmente e desestimulam o que não é. Nesse aspecto, as revistas infantis analisadas também se mostram como veículos que educam as crianças para o que é aceitável socialmente, como podemos observar no conteúdo da *Cirandinha*.

A revista “da menina” traz histórias do cotidiano doméstico, fadas, rainhas e flores, poesia, vestuário, costura, vida familiar, dicas de brincadeiras entre amigas, anjo da guarda, boas maneiras, histórias religiosas, histórias em quadrinhos e temas relacionados ao casamento. Suas páginas trazem uma variedade de ilustrações coloridas marcadas pelo *ideal de feminilidade* da época, divulgando à leitora inúmeras lições de boas maneiras e ensinamentos para que seja prestativa nos trabalhos domésticos.

A revista traz ainda exemplos de como crianças de outros países se vestiam, mas são ilustrações que projetam o exotismo dessas vestimentas, mistificando o vestuário e causando a diferenciação daquilo que é *do outro*.

O olhar para o *diferente* se afirma não só em relação ao estrangeiro como também ao negro. Para Bourdieu (2007: 164) “(...) a identidade social define-se e afirma-se na diferença”. A distinção entre brancos dominantes e negros dominados se faz através da forma caricata como os personagens negros aparecem: sempre em histórias “cômicas” e atrelados à pobreza. Freyre (2004: 184) analisa um dos personagens da revista *O Tico-Tico*, um menino negro que contrasta com amigos loiros nas histórias publicadas no início do século XX e conclui:

Sobre os meninos do mil e novecentos brasileiro exerceria influência semelhante à exercida pelas bonecas e madonas louras, desde o século XIX, sobre as meninas, o Chiquinho de *O Tico-Tico*, menino louro e subeuropeu, que era idealizado um tanto em contraste com o moleque [negro] que o acompanhava: moleque muitas vezes posto pelo caricaturista em situações cômicas.

A necessidade de usar uma vestimenta apurada é incentivada pela revista *Cirandinha*. São definidos modelos de vestidos e os tecidos necessários para a costura a ser realizada pela mãe da garota: lã, piquê, tafetá, shantung e enfeites em rendas, bordados, flores e plissados. Os adornos do vestuário permitem à criança agradar e ao mesmo tempo distinguir-se e ser invejada pelas outras meninas. Simmel (2008: 59) diz que o desejo de adornar-se para agradar aos outros significa a conquista de um apreço, de um valor que nos é atribuído, além de poder “por em relevo sua personalidade”.

A moda dirigida às meninas coloca em relevo os valores do esmero, da delicadeza, graça e elegância. Pequenas ou maiores, as garotas são retratadas

usando vestidos que parecem resguardá-las no período da infância – tida como o da ingenuidade - por um tempo maior do que os meninos. Por outro lado, é incentivado que sonhem e brinquem com o matrimônio, pois tão logo deixarem as bonecas, terão este mundo à suas esperas.

O casamento aparece nas revistas infantis e adultas como a solução óbvia para a realização dos casais, o lugar privilegiado do amor. Isso porque o matrimônio ordenaria a vida dos solteiros e daria sentido à vida das moças. Tal sentido só se completaria efetivamente com o relacionamento bem cultivado e com a maternidade. Desde pequena, a menina estaria acostumada a ver imagens de casamento desenhadas de modo a consagrar o final feliz de uma história e aprenderia desde pequena algumas tarefas concernentes a uma *boa esposa*: tirar manchas do tecido, saber a equivalência de pesos e medidas na cozinha para o preparo de suas receitas, fabricar uma espátula de madeira para servir bolos, descascar a cebola sem irritar os olhos, limpar espelhos manchados e alguns segredos da costura, por exemplo. Mas é claro que todos esses ensinamentos não bastariam se a garota fosse “muito distraída”... As distrações das mulheres no cuidado com a casa e com a roupa eram temas comuns nas histórias em quadrinhos, tratados com humor de modo a alertar as leitoras aos perigos de possíveis “desastres” domésticos.

Percebemos então que as revistas infantis da década de 1950 constituíram um dos locais onde discursos que definiam a criança eram produzidos. As publicações traziam em seus conteúdos um tipo de refinamento cultural e escolar - mitologia grega, ciências, lições de gramática, músicas e partituras etc. - além dos distintivos importantes para classificar a família da classe média e garantir a continuidade de sua linhagem - vestuário, lições de higiene e saúde, boa educação etc. A publicidade nelas presente se dirige diretamente à criança e apresenta elementos que definem o que é de *bom gosto* em uma vestimenta. Os editores usam inúmeros exemplos e imagens para difundir ao público um julgamento do que é de bom tom e do que não é. Provavelmente, para eles, as

“ingênuas crianças leitoras” precisariam de seus parâmetros para discernir certas atitudes. Precisariam de histórias, ilustrações e poemas que principalmente direcionassem o comportamento em público.

Além disso, as revistas analisadas não apenas mostravam padrões de saúde e ensinamentos para manter uma “boa aparência”, limpa e arrumada: as ilustrações incentivavam o uso de roupas consideradas distintas, elegantes, adequadas e condizentes com os papéis sociais às crianças destinados, fossem meninos ou meninas. Enfim, as revistas, ao produzir determinadas aparências para seus leitores, contribuíam para a educação de seus corpos, tecendo os limites do grosseiro e do galante, do sério e do frívolo, do adequado e do impróprio para a vivência da infância naquele período.

Bibliografia

- Ariès, Philippe (1981): História social da criança e da família. Zahar Editores, Rio de Janeiro.
- Bourdieu, Pierre (2007): A distinção: Crítica social do julgamento. Edusp, São Paulo; Zouk, Porto Alegre.
- Del Priore, Mary e Venancio, Renato (2010): Uma breve história do Brasil. Editora Planeta do Brasil, São Paulo.
- Freyre, Gilberto (2004): Ordem e Progresso. Global, São Paulo.
- Gélis, Jacques (1999): “A individualização da criança”. En: Ariès, Philippe e Chartier, Roger (comp): História da vida privada 3: Da Renascença ao Século das Luzes. Companhia das Letras, São Paulo.
- Kuhlmann Jr., Moysés (1998): Infância e educação infantil: uma abordagem histórica. Mediação, Porto Alegre.
- Lajolo, Marisa e Zilberman, Regina (1985): Literatura Infantil Brasileira: História e histórias. Ática, São Paulo.
- Lurie, Alison (1997): A linguagem das roupas. Rocco, Rio de Janeiro.
- Montesquieu, Charles de Secondat, Baron de, 1689-1755 (2005) : O gosto.

Tradução e posfácio Teixeira Coelho. Iluminuras, São Paulo.

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

Sant'anna, Denise Bernuzzi de (1995): Políticas do corpo. Estação Liberdade, São Paulo.

Simmel, Georg (2008): Filosofia da moda e outros escritos. Edições Texto e Grafia, Lisboa.

Soares, Carmen Lúcia (2001): Corpo e história. Autores Associados, Campinas.

Spencer, Herbert (1901): Educação intelectual, moral e physica. Laemmert & C, RJ, SP, Recife.

Revistas

Almanach d'O Tico-Tico (1949, 1951, 1953). O Malho, Rio de Janeiro.

Cirandinha (1951, 1952, 1955, 1956). O Malho, Rio de Janeiro.

O Tico-Tico (1951). O Malho, Rio de Janeiro.