

MODA, MULHER E SOCIEDADE BRASILEIRA (1920-1940)

FASHION, WOMEN AND BRAZILIAN SOCIETY (1920-1940)

Natani Cristtine Morais¹
Fausto Alencar Irschlinger²

MORAIS, N. C.; IRSCHLINGER, F. A. Moda, mulher e sociedade brasileira (1920-1940). **Akrópolis** Umuarama, v. 20, n. 3, p. 141-149, jul./set. 2012.

RESUMO: Tem-se por objetivo analisar a relação moda-mulher em seu aspecto social, questões sobre o subjetivo da moda, seu surgimento e avanço na História. Este artigo resulta de pesquisas realizadas dentro do projeto que aborda o discurso político-religioso no Brasil de 1920-1940, no qual buscamos analisar aspectos dessa relação, levando em conta os problemas políticos e sociais. Identificando principalmente o comportamento das mulheres no Rio de Janeiro e São Paulo, busca-se entender a forma como a moda se relaciona com as pessoas, como ela afeta a atualidade e suas especificidades brasileiras no período, observando como as mudanças interferiam no cotidiano das mulheres e em uma sociedade comandada por uma política/dominação masculina.

PALAVRAS-CHAVE: História do Brasil; Moda; Sociedade.

ABSTRACT: This study aims to analyze the relation fashion-woman in social aspect, questions about the subjective of fashion, its appearance and progression in History. This article is the result of the project that argues about the political and religious discourse in Brazil from 1920-1940, in which we analyze aspects of this relationship, taking into account the political and social problems. Identifying especially the behavior of women in Rio de Janeiro and São Paulo, we try to understand how fashion relates to people, how it affects the present time and its Brazilian specificities in the period, noting how changes interfered in the daily lives of women and in a society commanded by a political / male domination.

KEYWORDS: History of Brazil; Fashion; Society.

¹Acadêmica do curso de Tecnologia em Design de Moda da UNIPAR.

²Docente do curso de História da UNIPAR.

INTRODUÇÃO

Faz-se aqui um *restage* sobre a relação mulher-moda, nas décadas de 1920-1940, no Brasil, buscando identificar o comportamento feminino brasileiro em relação à moda da época, alguns de seus problemas políticos, questões sociais e culturais. Analisamos o papel das mulheres de São Paulo e Rio de Janeiro, segundo a contribuição de autores como João Braga e Andrade, bem como Moura e Nacif, considerando ainda Lipovetsky e Mesquita, que embasam o entendimento do comportamento generalizado da mulher para com a sociedade e a moda, utilizando-se também da visão política da mulher de Hahner. Assim, este estudo possui o intuito de averiguar as implicações de mudanças ou permanências comportamentais na época (aquelas que realmente ajudaram e modificaram a vida das mulheres neste período), ou seja, qual a real importância social e política das atitudes das mulheres neste período para obterem “independência” do lar, ter direito a opinar politicamente e modificar por si próprias a maneira de vestirem-se, entre outras buscas sociais e de representação.

Encontramos nesta época parte significativa das mulheres ocupando diferentes papéis, como a busca pela emancipação (inicial) e ao mesmo tempo, sua vontade de usufruir do estilo de vida europeu que chagava com a aristocracia cafeeira. Identificamos ainda, significativas diferenças sociais e econômicas ampliadas pela moda, entre as mulheres do período, sendo que essa mudança torna-se mais aparente após a conquista da emancipação feminina no início dos anos de 1930. Este artigo tem como principal motivador a escassez de materiais acadêmicos que abordem a questão social da moda relacionada à mulher no Brasil, abordando tanto as mudanças efêmeras ocorridas, quanto as duradouras.

DESENVOLVIMENTO

A moda pensada antes como fútil e pomposa é compreendida, cada vez mais, como algo que compõe a sociedade ou mesmo o indivíduo. Algo “intrínseco” ao ser, que expressa ideais e essências. Não sendo mais apenas uma roupa a vestir, daquelas que se compra por beleza ou necessidade e depois passa apenas a ocupar outro lugar no guarda-roupa, e sim algo que se

queira dizer ou expressar de forma diferenciada. Muitas vezes a moda torna-se uma ditadura em que os que compram não buscam demonstrar a si próprios, mas seguir os “caprichos” impostos pelos que podem ditar a moda e escolher por outros o que os caracteriza. Segundo Gilles Lipovetsky:

Durante dezenas de milênios, a vida coletiva se desenvolveu sem o culto das fantasias e das novidades, sem a instabilidade e a temporalidade efêmera da moda, o que certamente não quer dizer sem mudança ou curiosidade ou gosto pelas realidades do exterior. Só a partir do final da Idade Média é possível reconhecer a ordem própria da moda, a moda como sistema, com suas metamorfoses incessantes, seus movimentos bruscos, e suas extravagâncias (LIPOVETSKY, 2009, p. 24).

A moda é em primeiro lugar um dispositivo social caracterizado, então, por uma temporalidade particularmente breve, por reviravoltas mais ou menos fantasiosas, podendo, devido a isso, afetar esferas muito diversificadas da vida coletiva. A moda só aparece em seu sentido estrito depois da metade do século XIV. Momento que se impõe, em primeiro lugar, devido ao surgimento de um novo e diferencial tipo de vestuário, nitidamente diferenciando os sexos, sendo ele curto e ajustado para os homens e longo e justo para as mulheres (LIPOVETSKY, 2009).

Como destaca Rolnik com relação ao subjetivo da moda, deve-se entender “o perfil de um modo de ser, de pensar, de agir, de sonhar, de amar de aprender, se comunicar, etc, em determinada época” (ROLNIK, 1989). A forma como modificamos o corpo, nos adornamos ou vestimos juntos com os modos de ser, modos de relação a si, revelam as subjetividades. Por vezes, a moda sintetiza formas ou elementos e os apresenta muitas vezes interligados com: moral, tecnologia, arte, religião, ciência, natureza, entre outros.

A moda compõe-se e é composta no “espírito do tempo” de determinada sociedade. Sendo então que a interseção entre roupa e atitude é uma ideia tão antiga que pode ser dita como nascida junta com a própria indumentária, ganhando força nos anos 1950, quando essas passaram a ser produzidas em maior escala e com maior acessibilidade para todas as pessoas. A partir desse momento a moda “muda” (se trans-

forma), sendo que singularidades surgem das misturas entre roupas, sapatos, maquiagens, cabelos, comportamentos e as subjetividades individuais, sendo esta última da interação do que cada um de nós tem no guardaroupa com nossas histórias e realidades.

A subjetividade circula por diferentes conjuntos sociais, que também se diferem em tamanho, mas é essencialmente social, e assuvida e vivida por indivíduos em suas existências particulares. O indivíduo possui história singular, sendo está atravessada por aspectos culturais, políticos, econômicos, científicos, afetivos, familiares. Pode-se dizer então que ao olhar curioso por “tipos” e estilos deve ir além das aparências. Por vezes deve imaginar histórias: passado, presente e futuro, casa, trabalho, estudo, trilha sonora e, até mesmo, amigos. A subjetividade contemporânea é composta por fluxos tão intensos que mais desabilitam que mostram territórios fixos. A capacidade de mudar é tratada, na era moderna ou mais especificamente após a década de 1960, não como desequilíbrio, mas como um estado ideal. O que se modifica é tratado como melhor do que aquilo que permanece. (MESQUITA, 2004).

Na maioria das vezes é na mulher que podemos observar melhor a moda e implicações, sua subjetividade e como essa afeta a sociedade. A mulher assume vários papéis durante a história, os quais foram conquistados por lutas em diferentes classes sociais, etnias e idades.

A MULHER NA POLÍTICA BRASILEIRA NA DÉCADA DE 1930

Três de maio de 1933 foi quando finalmente as mulheres puderam votar. São as eleições para a Assembleia Constituinte em todo território nacional. Uma conquista feminina inegável, fazendo com que o Brasil se transformasse num dos países pioneiros na concessão do voto para as mulheres (KARAWAJCZYK, 2010), mas para chegar a esse momento existiram muitas “batalhas” e mudanças.

Em fins da segunda década do século XX, tornou-se aceitável no Brasil um movimento moderado em favor dos direitos da mulher, isso devido à influência das conquistas realizadas em outros países após o término na Primeira Guerra Mundial. O sufrágio feminino então passou a ser quase elegante em alguns círculos da elite brasileira. No processo de aplicação de seu apelo e

no alargamento de suas bases de sustentação entre as classes superiores, o movimento pelos direitos da mulher tornou-se mais conservador.

As mulheres que ocupavam cargos políticos de alto nível na época eram capacitadas e determinadas para liderar uma campanha bem sucedida pelo sufrágio feminino. Por volta de 1920, algumas mulheres não só conseguiram ingressar nas profissões, mas, finalmente também em alguns importantes cargos políticos. Por volta de 1919 Bertha Lutz, uma bióloga que retornara recentemente ao Brasil graduada pela Sorbonne de Paris, competiu com êxito por uma alta colocação no Museu Nacional do Rio de Janeiro, tornando-se mais tarde, a líder do movimento sufragista feminino brasileiro. Nas décadas de 20 e 30, as militantes de Lutz incluíam advogadas, médicas, engenheiras, farmacêuticas, dentistas, sendo os cargos tanto dentro quanto fora do serviço do governo.

No Brasil, Bertha Lutz publicou um artigo germinal que ajudou a iniciar o movimento sufragista feminino no Brasil. Lutz lançou uma chamada formal para a fundação de uma liga das mulheres brasileiras, não uma associação de ‘suffragettes’ para quebrarem as vidraças da avenida, mas sim de brasileiras que compreendem que a mulher não deveria viver parasitariamente do seu sexo, mas, ser útil e tornar-se capaz de cumprir os deveres políticos que o futuro não pode deixar de repartir com ela. Assim, tornava-se possível que as mulheres se tornassem instrumentos preciosos ao progresso do Brasil. Como as primeiras feministas do Brasil, ela se opunha ao tratamento indulgente da mulher como brinquedo ou “criança mimada” e expressou sua fé no poder da educação para remediar isso, pois os brasileiros ainda permaneciam muito atrasados, comparados às raças que hoje dominam o mundo. Lutz afirmava ainda que o voto não seria apenas um instrumento para conseguir o progresso feminino, mas também um símbolo dos direitos de cidadania.

Os primeiros anos de atividade das sufragistas femininas brasileiras não trouxeram muitos resultados concretos. Mas depois de muitas assembleias o registro dos membros da Federação Brasileira pelo Progresso feminino revelou o grande número e diversidade de mulheres que aderiram à Federação.

Tanto mulheres profissionais da classe média, quanto mulheres parentes de membros da elite política e social desempenharam papéis

importantes e de destaque no movimento. Cientistas, advogadas, físicas, engenheiras, educadoras, funcionárias públicas e esposas de políticos importantes estiveram ao lado de Bertha Lutz. Até vários membros da elite, especialmente Rio de Janeiro e São Paulo, chegaram a enviar suas filhas para universidades e para profissões, e muitas dessas se tornaram sufragistas.

A campanha pelo sufrágio no Brasil não esteve diretamente ligada a nenhum partido político, mas muitos parlamentares e deputados apoiavam o sufrágio (HAHNER, 1981). Conservadores, direita e esquerda, passaram a levar o apoio feminino, como foi o caso do movimento integralista brasileiro.

Getúlio Vargas ao assumir o Governo Provisório, designou um decreto que para estudar e propor a reforma da lei do processo eleitoral. Com o novo código eleitoral todo o sistema eleitoral foi reformulado e a inserção feminina foi aprovada. Este novo código tinha por objetivo aumentar o número de eleitores no território brasileiro. Houve então a extensão do direito de voto às mulheres e a obrigatoriedade de voto para os homens e as funcionárias públicas. A eleição de 1933 foi saudada como “eleições verdadeiras”, segundo os comentários “desaparecera” a desmoralização dos reconhecimentos políticos, das degolas eleitorais e da falsificação dos votos (KARAWEJCZYK, 2010).

Depois da obtenção do direito de voto as sufragistas perderam seu principal símbolo em torno do qual se uniram e algumas se retiraram das atividades políticas, acreditando que seu objetivo, o voto, já havia sido conquistado. Relativamente, poucas mulheres se inscreveram para votar, no Rio de Janeiro, principal cenário das atividades sufragistas, apenas 15% dos eleitores eram mulheres. Embora muitas mulheres tenham-se candidatado, apenas uma foi eleita, em São Paulo. Em 1936, Bertha Lutz ingressou no congresso e durante sua estadia ajudou a criar, além de outros projetos, a Comissão de estatuto da mulher (HAHNER, 1981). Isso demonstra que neste período ainda não existia uma verdadeira união feminina, sendo que o poder masculino ainda era dominante. June E. Hahner afirma ainda, que:

As profissionais que levaram a campanha sufragista à vitória em 1932 compreendiam apenas um pequeno segmento da população feminina nacional. A maioria das mulheres,

bem como dos homens, continuou sem instrução. Para os membros das classes inferiores, a mudança veio mais lentamente. Mesmo entre os brasileiros mais bem situados, a maioria das mulheres ainda ocupava uma posição subalterna, com seus horizontes limitados ao lar. Para as mulheres, ao contrário dos homens, esperava-se que os problemas da família fossem mais importantes do que todos os demais. Hesitantes ou indiferentes, muitas mulheres não tentaram atravessar a longa e árdua trilha para a igualdade e a independência. O direito de voto mostrou-se útil a algumas, mas não a outras, e muitas das esperanças, uma vez formadas na promessa do direito de voto, não foram satisfeitas (HAHNER, 1981, p.125).

SER MULHER NO RIO DE JANEIRO E EM SÃO PAULO

No início do século XX São Paulo era composta por feições europeias latinizadas. Novos bairros residências estavam surgindo. Existiam dois opostos, a construção de uma vida europeia sofisticada e consumista e a vida miserável da periferia e dos imigrantes trabalhadores. Por volta da segunda década do século tanto os imigrantes europeus quanto a nova aristocracia cafeeira podiam gozar de alguns benefícios do estilo europeu inserido na cidade. Assim, a vida moderna e luxuosa estava ao alcance da elite. (ANDRADE, 2006).

Como aponta Dias, a dinâmica da cidade funcionava de forma que mulheres mais pobres não eram vistas em ruas mais nobres, assim como as mais ricas também não circulavam por certas áreas da cidade. É interessante observar que esse primeiro grupo possuía uma infinidade de carreiras, que para o resto da população eram consideradas de subsistência, tais como: quitandeira, prostituta, vendedera, lavadeira e costureira.

Pode-se dizer que mesmo antes da modernização da cidade já existia trabalho ligado à confecção de roupas na cidade e a modernização só o fez aumentar. Sendo que o segundo grupo, a elite, sempre era visto comprando em lojas “chiques” onde naquela época não era permitido que houvesse mulheres balconistas (DIAS, 1995, p.71).

Já sobre o aspecto relativo à estética e moda vemos que a silhueta dos anos de 1920

possuía como principal característica a ausência total de curvas. Neste período as mulheres, também no Brasil, estavam começando a criar certa independência e buscavam se diferenciar pela capacidade intelectual e não pelo corpo. A silhueta era então tubular com a cintura baixa, que se situava na altura do quadril, possibilitando assim que a mulher ganhasse uma forma “retangular”. Livres de vez do espartilho, as mulheres tornaram-se consumidoras ativas nas lojas e faziam uso de um acessório indispensável para época, o chapéu cloche, que era pequeno e possuía uma forma semelhante à de um sino também devido aos novos hábitos de diversão com diferentes ritmos de danças os vestidos tornaram-se mais curtos, chegando às canelas, e houve o surgimento das meias finas para cobrir as pernas. Essas características podem ser observadas na fig. 1.



Figura 1: Fonte: http://decadasantigas.blogspot.com/2011_03_01_archive.html

Outra característica desta época foi a difícil diferenciação dos sexos, as mulheres adotando essa nova silhueta e um corte de cabelo curto, a “La garçonne”, possibilitou o surgimento de uma mulher andrógina. Com o passar da década, a maquiagem ganhou o papel de diferenciador, sendo feita com pó de arroz por todo rosto, boca carmin em forma de pequeno coração e cílios evidenciados (BRAGA, 2004).

Pode-se dizer que no eclodir da Primeira Guerra Mundial a produção de roupas e outros produtos em Paris se mantiveram mesmo por um tempo, e mais tarde a produção foi ampliada, claro que isto levando em conta apenas as roupas para a elite carioca. Porém no fim da Primeira Guerra a Couture sofre constantes sobressaltos econômicos, e é graças a sua flexibilidade em se adaptar mercadologicamente em

termos de novos mercados consumidores que ela sobrevive. Aquelas que não conseguem se adaptar á nova realidade tiveram que fechar ou se fundir a outras (ANDRADE, 2006).

Deste modo, os grandes salões de moda, para sobreviver à fase ruim, passam então a atender novos fregueses. Eles aumentam seus rendimentos gradativamente por vender para os consumidores menos endinheirados e ampliam as vendas para lojas de departamentos e para casas licenciadas. O luxo então se espalha pela alta sociedade da época na grande São Paulo, cada qual com seu pedacinho possível, mais ou menos glamoroso (ANDRADE, 2006).

Os anos de 1930, no Brasil, começam com grande influência do cinema norte americano, principalmente no aspecto da moda. Isso ocorreu devido ao fato de que, antes do lançamento de um filme, eram lançadas na mídia (revistas) fotos das atrizes principais usando modelos que apareceriam no filme (WILSON, 1989).

Devido ao avanço da Segunda Guerra Mundial, desde 1933 os Estados Unidos buscavam implantar a cultura norte-americana no Brasil, levando em consideração a grande importância estratégica geográfica e a matéria prima fornecida pelo Brasil. Para que a cultura fosse absorvida com mais rapidez o cinema norte americano chegou aos brasileiros e foi aceito com facilidade devido ao cinema ser apreciado como diversão por diversas classes sociais e a falta de valores tradicionais da época (MOURA, 1984).

A influência norte americana no Brasil torna-se mais evidente com a criação do personagem de desenho Zé Carioca, pela Walt Disney e a ida de Carmem Miranda para Hollywood.

Houve então o surgimento dos figurinistas dos filmes que passaram a produzir os figurinos já no set de gravação, sendo que antes muitas atrizes usavam as roupas de seus guarda-roupas, muitas vezes feitas pelas casas de alta-costura parisienses. Os figurinos passaram a ser usados como apelo promocional para os filmes. Fotografias eram organizadas em álbuns mostrando os modelos que as atrizes usariam nos filmes e que em breve seriam lançados. O cinema de Hollywood também influenciou o uso de maquiagem. As atrizes divulgavam os produtos em filmes, revistas, propagandas e foi uma grande alavanca para a indústria de cosméticos



Figura 2: Fonte: http://decadasantigas.blogspot.com/2011_03_01_archive.html

Sobre algumas atividades triviais conquistadas pelas mulheres João Braga afirma que:

Os trajes esportivos também estiveram em voga devido às práticas esportivas como tênis, a patinação e o ciclismo, que influenciavam os modos e a moda do período [1930]. O banho de mar estava em evidência e, mais do que isso, também o banho de sol. Bronzear a pele, que havia começado a estar em moda lá pelos anos de 1920, agora estava de fato fazendo parte do dia-a-dia e, portanto, as roupas de banho foram diminuídas (BRAGA, 2004, p.77).

Já em 1938, o corpo feminino ideal era considerado a cintura estreita, realçada pelos ombros estruturados, em 1939 a tendência parisiense mostrava uma silhueta nova com ombros arredondados, e saias mais rodadas, mas que não chegou a se consolidar, já no começo da década de 1940, o uso do “sweater”, uma blusa de lã tricotada com mangas curtas e decote redondo junto ao pescoço, era uma verdadeira mania, e sua popularidade, claro, se devia as estrelas do cinema. Este suéter modelava o busto e chegava até a cintura, sendo usado sempre com saias ou calças longas. Como destaca Nacif, outra influencia norte americana na moda brasileira foi a inserção da meia fina, feita de náilon e com costura atrás, no vestuário feminino. Com o período de guerra a moda se estagnou, mas ainda existia a variação de um acessório na moda feminina. A moda se fixou nos chapéus. Estes adquiriram diversas variações e os cabelos eram usados mais longos do que na década anterior. Dos espaços da cidade a mulher fez sua passa-

rela. A mulher era anônima, mas sua elegância a distinguia. Cumpria ser correta, que significava bem simples nos trajes de rua e graciosamente “embonecada” nos trajes de recepção. (NACIF, 2002).



Figura 3: Fonte: <http://teusvestidos.wordpress.com/2011/06/29/a-mulher-e-as-calças-nos-anos-40/>

Também alguns ilustradores “ditavam” moda e comportamento no Brasil. Desde cedo Alceu Pena desenhou muito, desenhava com rapidez, espontaneidade e graça absolutamente ímpar. Autodidata, dono de um traço ágil e estilo inconfundível que desenhava menus, cartazes, cenários, figurinos para shows, decorações e fantasias para bailes de carnaval, renovou inclusive a fantasia da Carmem Miranda quando esta partiu para Hollywood com o Bando da Lua, e fantasias para os concursos de Miss. Ilustrou ainda um grande número de livros em parceria com grandes nomes da literatura, principalmente infantil.

Finalmente em 1938 é apresentado pela revista “O cruzeiro” uma nova expressão da vida moderna brasileira. As garotas de Alceu surgem no Rio de Janeiro. Uma publicação semanal da revista prometia mostrar a vida moderna das brasileiras, as publicações tratavam de variados temas; mundanos, políticos, cinematográficos, esportivos etc. Estas foram rapidamente adotadas como referência, por garotas modernas, por nada menos que 28 anos consecutivos, de publicação ininterrupta.

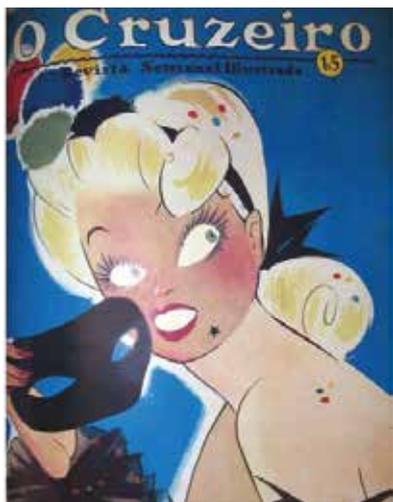


Figura 4: Revista O Cruzeiro (1938) capa Fonte: www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao5/ensaio_4.pdf

As garotas criadas por Alceu Pena eram referência da moda a ser copiada, e o próprio Alceu caprichava na produção dos desenhos que além de difundir os modelos da época, também detalhava minuciosamente as texturas e tramas dos tecidos, evidenciando as cores de cada uma das estações. Era ainda uma importante referência para os penteados (GONÇALO, 2004).

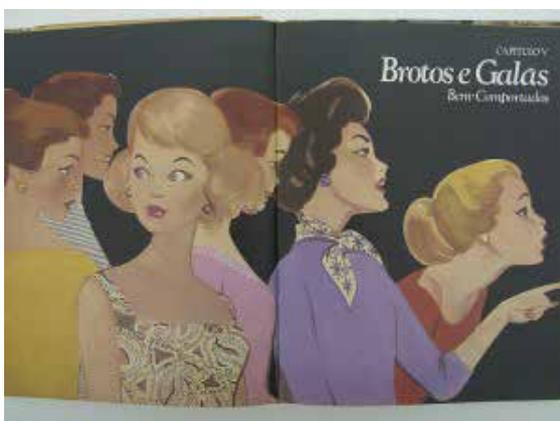


Figura 5: Ilustração de Alceu Penna Fonte: ladycomics.com.br/as-garotas-do-alceu

Muitas das frases e atitudes que suas garotas apresentavam eram rapidamente adotadas, criando modismo popular. Gonçalves afirma que:

Alceu procura moldar a mulher carioca – e brasileira por tabela- aos novos tempos. Estimula-a dirigir, a estudar línguas, a praticar puericultura, a trocar a saia pela calça comprida, a frequentar o psicanalista e a adotar o baby-doll como ferramenta de sedução feminina; a beber champanhe na passagem do ano – e a ter ressaca por isso; [...] (GONÇALO,

LO, 2004, p.60).

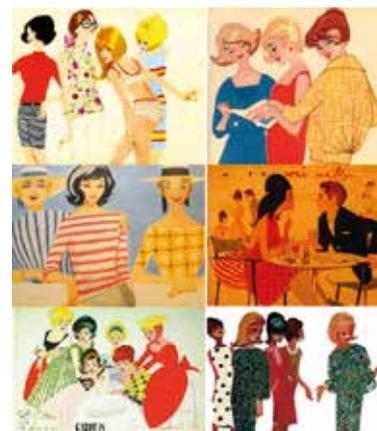


Figura 6: Ilustrações de Alceu Penna Fonte: modaicultura.com.br/?=alceu+

Vê-se então que as garotas retratadas por Alceu são aquelas que as mulheres da época almejavam se tornar, uma mulher que possui independência para a prática de esportes e atividades triviais, o lazer social sem o marido, que pudessem buscar nutrir seu intelecto, e possuir atividades que não às confina-se apenas ao âmbito do lar, mas ainda buscavam conquistar esta vida matrimonial, ou seja, não eram rebeldes que queriam apenas curtir a “vida solteira”, elas apenas queriam possuir a mesma liberdade dada aos homens, à igualdade entre os sexos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se afirmar que ocorreram mudanças para as mulheres entre o período de 1920-1940, e a moda acompanhou tais mudanças. Como vimos a moda então não é apenas a roupa que se veste, mas sim o ser social por baixo dela. Ela muda pessoas, protesta, provoca, indica classes sociais, ostenta, caracteriza carreiras, é símbolo de modernidade, entre outros. A moda sozinha não significa nada, assim como o ser despido é mais difícil de compreender. As mulheres lutaram por causas políticas, sobrevivência, voz ou mesmo por um pouco de luxo em tempos de guerra. Foi também com a maneira de vestir singular de cada grupo feminino que eram reconhecidas, que conseguiram se diferenciar e serem ouvidas (ou parcialmente) por outros e muitas vezes por elas mesmas. João Braga, sobre o comportamento feminino, afirma que:

Nos Anos de 1920, outro habito que se tor-

nou grande moda foi a maquiagem acentuada sobre a pele. Pó-de-arroz no rosto e batom vermelho [...], além da acentuação dos cílios; não se esquecendo dos cabelos, que se tornaram bem curtos, à altura do queixo, um reflexo da emancipação feminina [...] (BRAGA, 2004, p.74).

Considerando que durante a evolução deste período histórico a mulher modificou seu papel social constantemente e apesar de existirem algumas fontes teóricas sobre tal aspecto, ainda torna-se difícil acessar alguns dados para aprofundar a pesquisa, tornando tal trabalho “limitado”, na questão referente ao aspecto comportamental da mulher em sua relação social com a moda pode-se afirmar que neste período as diferenças sociais persistiram tanto como o poder masculino, em que, por mais que as mulheres divergissem e contentassem brandamente a sociedade, apenas nas próximas décadas vão conseguir uma real emancipação e independência financeira para gerir uma vida sem seguir as doutrinas impostas pelos homens. Pode-se observar, neste período, a mulher começa a buscar mudanças na sociedade, buscar igualdade entre os sexos e começa a visualizar seu potencial fora do lar e do papel de esposa, aos quais não abandona. June E. Hahner, afirma sobre as sufragistas brasileiras que:

Nem radicais em seus objetivos nem militantes em suas táticas, as mulheres que conduziam a bem-sucedida campanha sufragista do século XX desejavam alguns dos direitos exercidos pelos homens de sua própria classe. Não queriam revolucionar a sociedade ou reestruturar a família. O voto, também, reforçaria o papel da mulher como mãe. [...] (o movimento) serviu para ajudar a elevar o nível de consciência das mulheres de classe média no que diz respeito a seus problemas em um mundo em transformação, assim como ajudou a legitimar muitas atividades femininas fora do lar (HAHNER, 1981, p.124).

Consideramos, então, que neste período a mulher brasileira busca uma igualdade social sem causar uma ruptura nos laços familiares, em seu papel de mãe, esposa e responsável pelo lar. Em todo o decorrer do período a mulher busca sentir-se bem e se fazer ouvir pela sociedade para não mais ser apenas a “vitrine” do poder aquisitivo de seu marido. Possui o desejo de

maior liberdade, de poder realizar tanto aquelas atividades triviais do dia-a-dia como aquelas de importância política, como o direito ao voto.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, R. Não é um luxo? Alta-costura e sofisticação como estratégia de consumo de moda brasileira. In: CASTILHO, Kathia; VILLAÇA, Nilzia. **O novo luxo**. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2006.

BRAGA, J. **História da moda**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

DIAS, S. L. O. M. **Quotidiano e poder em São Paulo no século XIX**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

GONÇALO, J. S. **Alceu pena: e as garotas do Brasil: moda e imprensa- 1935-1980**. São Paulo: CLUQ, 2004. (Clube dos Quadrinhos).

KARAWEJCZYK, M. Urnas e saias: uma mistura possível: a participação feminina no pleito eleitoral de 1933, na ótica do jornal Correio do Povo. **Revista Topoi**, v. 11, n. 21, 2010. Disponível em: <http://www.revistatopoi.org/numeros_anteriores/topoi21/Topoi21_11Artigo11.pdf>. Acesso em: 21 jul. 2011.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das letras, 2009.

MESQUITA, C. **Moda contemporânea: quatro ou cinco conexões possíveis**. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2004.

MOURA, G. **Tio Sam chega ao Brasil: a penetração da cultura americana**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

NACIF, V. C. M. A moda no Brasil e os modelos estrangeiros: a influência do cinema de Hollywood na moda do vestuário feminino nos anos de 30-40. In: CASTILHO, Kathia; GALVÃO, Diana. **Moda do corpo o corpo da moda**. São Paulo: Esfera, 2002.

ROLNIK, S. **Cartografia sentimental: transformações contemporâneas do desejo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1989.

WILSON, E. **Enfeitada de sonhos**: moda e modernidade. Lisboa: Ed. 70, 1989.

**MODA, MUJER Y SOCIEDAD BRASILEÑA
(1920-1940)**

RESUMEN: Se ha buscado analizar la relación moda y mujer en su aspecto social, cuestiones sobre el subjetivo de la moda, su surgimiento y avance en la Historia. Este artículo resulta de investigaciones realizadas dentro del proyecto que aborda el discurso político religioso en Brasil desde 1920 hasta 1940, en el cual se ha analizado aspectos de esa relación, teniendo en cuenta los problemas políticos y sociales. Identificando principalmente el comportamiento de las mujeres en Rio de Janeiro y São Paulo, se ha buscado entender la forma como la moda se relaciona con las personas, como ella afecta la actualidad y sus especificidades brasileñas en el periodo, observando cómo los cambios interferían en el cotidiano de las mujeres y en una sociedad comandada por una política de dominio masculino.

PALABRAS CLAVE: Historia de Brasil; Moda; Sociedad.