



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

**PATRICIA HELENA CAMPESTRINI HARGER**



*La vem a Noiva:*  
narrativas da moda para casar  
1950-1959

Maringá  
2019



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

**PATRICIA HELENA CAMPESTRINI HARGER**

**LÁ VEM A NOIVA:  
NARRATIVAS DA MODA PARA CASAR (1950-1959)**

Maringá

2019

**PATRÍCIA HELENA CAMPESTRINI HARGER**

**LÁ VEM A NOIVA:  
NARRATIVAS DA MODA PARA CASAR (1950-1959)**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História, Centro de Ciências Humanas da Universidade Estadual de Maringá (UEM), como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em História.

Orientadora: Dra. Ivana Guilherme Simili

**Maringá  
2019**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Biblioteca UTFPR - Câmpus Apucarana

H279v Harger, Patrícia Helena Campestrini

**Lá vem a noiva:** narrativas da moda para casar (1950-1959) /  
Patrícia Helena Campestrini Harger. – Maringá: [s.n.], 2019.

224 f. : il.; 30 cm.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ivana Guilherme Simili

Tese (Doutorado) - Universidade Estadual de Maringá.

Programa de Pós-Graduação em História. Maringá, 2019.

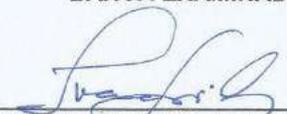
Bibliografia: f. 203-224

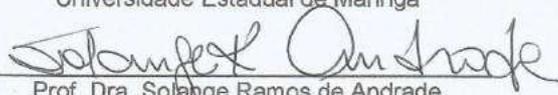
PATRÍCIA HELENA CAMPESTRINI HARGER

**LÁ VEM A NOIVA:  
NARRATIVAS DA MODA PARA CASAR (1950-1959)**

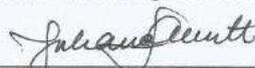
Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História, Centro de Ciências Humanas da Universidade Estadual de Maringá (UEM), como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em História.

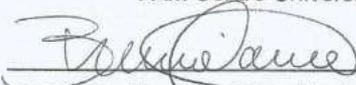
**BANCA EXAMINADORA**

  
Orientadora: Prof.ª Dra. Ivaná Guilherme Simili  
Universidade Estadual de Maringá

  
Prof. Dra. Solange Ramos de Andrade  
Universidade Estadual de Maringá

  
Prof. Dr. Marcio Roberto Guizzo  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

  
Prof. Dra. Juliana Luiza de Melo Schmitt  
FAM Centro Universitário

  
Prof. Dr. Bruno Sanches Marante da Silva  
Universidade Estadual de Maringá

Maringá, 25 de julho, de 2019.

## AGRADECIMENTOS

Muitos me ajudaram a concluir este trabalho. Desejo meus sinceros agradecimentos...

À Deus, base da minha vida, a Maria que passa na frente em todas as situações; a novena da Divina Misericórdia e das Mãos Ensanguentadas de Jesus que me proporcionaram muitas graças.

À minha orientadora Ivana Guilherme Simili, a quem devo toda minha trajetória de pesquisa, sem seus sábios conselhos e direcionamentos jamais teria conseguido construir essa narrativa. Agradeço carinhosamente por sua paciência e confiança depositada nesses longos quatro anos, por ser atenciosa ao conduzir nossos encontros, e me dar o suporte necessário durante todo andamento da tese.

À minha família, que sempre vibrou com minhas conquistas, minha mãe Iris, pelas orações fervorosas e seu otimismo, meu pai Nelson, por ser exemplo de seriedade e integridade, meus irmãos Lucas e Mateus, por torcerem sempre positivamente e me animarem quando estava triste.

Aos meus colegas de trabalho, professores da UTFPR de Apucarana, que possibilitaram meu afastamento para dedicar-me aos estudos, e o carinho nas mensagens recebidas quando os encontrava. Em particular, a Livia Marsari, que me ajudou em todas as etapas desde o ingresso no programa, pela sua amizade gratuita, correções de textos e seus conselhos que ajudaram a tolerar momentos difíceis, e pela participação em minha banca de qualificação contribuindo com seus conhecimentos para melhorar a pesquisa.

Às minhas amigas Andressa, Tayla, Dani, Talita e Simone, que na solitária missão da escrita me distraíram, incentivaram e me alegraram de algum modo, escutaram meus desabafos e a tantos outros que me ajudaram e transmitiram energias positivas. Aos amigos do doutorado, pela troca de experiências e amizade.

Às professoras Juliana Schmitt e Solange Ramos de Andrade, pelas valiosas sugestões na banca de qualificação que foram enriquecedoras e fundamentais à pesquisa; e por aceitarem gentilmente fazer parte da banca de defesa, dedicando tempo com a leitura e apreciações.

Agradeço em especial ao meu marido Jimmy, amigo e parceiro de todos os momentos, que incondicionalmente esteve ao meu lado. Suportou minhas ansiedades, irritações e angústias. Nas horas mais difíceis secou minhas lágrimas, me abraçou, acalmou meu coração, me levantou quando desanimei, sempre com muita paciência e amor. Obrigada por ser meu porto seguro, pelas horas dedicadas a me ajudar com traduções, leituras, apresentações e por ficar comigo em tempo integral nesses quatro anos sem medir esforços, sem pedir nada em troca.

Minha gratidão a todas as pessoas que torceram ou intercederam por mim, ainda que de forma anônima ou discreta.

A todos, meu muito obrigada de coração!

HARGER, Patricia Helena Campestrini. **Lá vem a noiva**: narrativas da moda para casar (1950-1959). 2019. 224f. Tese (Pós-Graduação em História) – Centro de Ciências Humanas, Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2019.

## RESUMO

A tese propõe analisar o casamento por meio das revistas femininas *Vida Doméstica*, *Fon-Fon* e *O Cruzeiro*, entre os anos de 1950 e 1959. O objetivo foi compreender como as estratégias de discurso e propostas de moda ditadas pelas revistas femininas foram fundamentais dentro da história da moda e do casamento, transformando as maneiras de vestir, de organizar a festa e preparar o bolo. Para tal, tomou-se por fontes documentais as colunas de moda, culinária, imagens, textos e as cartas enviadas pelas leitoras das revistas direcionadas às noivas. Por fim, os vestígios encontrados na pesquisa permitem afirmar que as revistas femininas tiveram papel relevante tanto na divulgação e popularização dos modos de casar bem como na inserção de novos bens de consumo. As estratégias de moda apresentadas pelas revistas ampliaram os afazeres da noiva, com a criação um espaço para investimentos na organização do evento e nos elementos que compõem o cenário do casamento, impactando no modo como as famílias se preparavam para esse dia.

**Palavras-chave:** Moda. Casamento. Noiva. Revistas Femininas.

HARGER, Patricia Helena Campestrini. **Here comes the bride:** fashion narratives to get married. (1950-1959). 2019. 224f. Thesis (Posgraduate in History) – Human Sciences Center, Maringá State University, Maringá, 2019.

### **ABSTRACT**

This work intends to analyze the marriage using the women's magazines *Vida Doméstica*, *Fon-Fon* and *O Cruzeiro*, between the years 1950 and 1959. The objective was to understand how important their strategy inside the fashion history and marriage were, transforming the ways of dressing, party organization and the wedding cake preparation. For this purpose, this work used, as documentary sources, the magazine's fashion columns, culinary articles, images, texts and letters with bridal's subjects addressed from their readers. Finally, the traces found in the research allow us to affirm that women's magazines played a relevant role both in disseminating and popularizing ways to get married as well as in the insertion of new consumer goods. The fashion strategies presented by the magazines increased the bride's tasks, a market space is created for investments in the event's organization and in the elements that make up the wedding scene, impacting on how families prepares themselves for this day.

**Keywords:** Fashion. Marriage. Bride. Women's Magazines.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Capa <i>Vida Doméstica</i> (out. 1929) .....	31
Figura 2 – Coluna Moda, revista <i>Vida Doméstica</i> (1929, p. 98) .....	32
Figura 3 – Capas com presença de noivas, Revista <i>Vida Doméstica</i> entre 1920-1949. ....	33
Figura 4 – Nota publicada para que as leitoras enviassem correspondência à seção Copa e Cozinha, revista <i>Vida Doméstica</i> 1947, p. 108 .....	36
Figura 5 – Foto de casamento na revista <i>Vida Doméstica</i> 1920, p. 23 .....	38
Figura 6 – Casamento de alto nível social com destaque na revista <i>Vida Doméstica</i> 1950, p. 38-39 .....	39
Figura 7 – Propaganda da Casa Nascimento na revista <i>Fon-Fon</i> 1913, p. 15.....	46
Figura 8 – Capas com noivas, revista <i>Fon-Fon</i> , 1944 (a- nov., ed. 048; b- dez., ed. 050) .....	48
Figura 9 – Capa revista <i>Fon-Fon</i> (maio, 1948, ed. 2143).....	49
Figura 10 – Conteúdo da revista <i>Fon-Fon</i> , 1948 (a- p. 20-21; b- p. 22; c- 28-29).....	50
Figura 11 – Modas de <i>Fon-Fon</i> , 1951, p. 28; 30; 34; 38; 39; 42; 45; 46 .....	54
Figura 12 – Anúncio do Departamento de Modas da revista <i>Fon-Fon</i> 1952 p. 49 ....	60
Figura 13 – Revista <i>Fon-Fon</i> , 1952, p. 12-13.....	61
Figura 14 – Revista <i>O Cruzeiro</i> 1928, p. 45-46 .....	65
Figura 15 – Capas <i>O Cruzeiro</i> , década de 1940 .....	67
Figura 16 – Revista <i>O Cruzeiro</i> de maio de 1944 .....	69
Figura 17 – Coluna “Garotas” com as moças vestidas de noivas em <i>O Cruzeiro</i> , 1939, p. 21 .....	71
Figura 18 – Coluna da Rachel com noiva, década de 1940, revista <i>O Cruzeiro</i> .....	72
Figura 19 – Coluna “Etiqueta”, revista <i>O Cruzeiro</i> , 1949, p. 84.....	78
Figura 20 – Crônica sobre as formas de namoro, revista <i>Vida Doméstica</i> , 1952, p. 13 .....	107

Figura 21 – Cupom para inscrição das moças em curso preparatório para as noivas, revista <i>O Cruzeiro</i> , 1955, p. 52.....	111
Figura 22 – Anúncio sobre enxoval – <i>Vida Doméstica</i> , 1953, p. 75 .....	115
Figura 23 – Propaganda de enxoval em <i>Fon-Fon</i> , 1952, p. 41 .....	117
Figura 24 – Propaganda de Curso de Costura, revista <i>Vida Doméstica</i> , 1952, p. 79 .....	118
Figura 25 – Sobre o enxoval, revista <i>Fon-Fon</i> , 1951, p. 21 .....	120
Figura 26 – Quantidade de peças do enxoval da noiva, revista <i>Fon-Fon</i> , 1952 p. 16 .....	121
Figura 27 – Vestuário indicado para o enxoval da noiva, revista <i>Fon-Fon</i> , 1952, p. 30 .....	122
Figura 28 – Casamento de Grace Kelly, revista <i>Fon-Fon</i> , 1956, p. 20-21 .....	126
Figura 29 – Casamentos reais, revista <i>O Cruzeiro</i> , 1955.....	127
Figura 30 – Casamento de Maricy Camargo, revista <i>O Cruzeiro</i> , 1954, p. 15 .....	130
Figura 31 – Casamento de Glorinha Drummond e Ibrahim Sued em <i>Vida Doméstica</i> , 1958, p. 46 .....	131
Figura 32 – Noivas em <i>Vida Doméstica</i> , 1956 .....	133
Figura 33 – Casamento da Miss Brasil 1949 em <i>O Cruzeiro</i> , 1955, p. 104.....	134
Figura 34 – Nota publicada no casamento de Maria Helena Peixoto Palhares, dama da sociedade carioca, em <i>O Cruzeiro</i> , 1955, p. 63 .....	135
Figura 35 – Vestidos de noiva, revista <i>Fon-Fon</i> , 1953, p. 28 .....	137
Figura 36 – Opções de um mesmo vestido para ser usado como noiva ou vestido de noite, revista <i>Vida Doméstica</i> , 1951, p. 69 .....	138
Figura 37 – Modelos de vestidos que poderiam esconder uma possível gravidez, revista <i>Fon-Fon</i> , 1953 .....	144
Figura 38 – Modelo sugerido para noivas mais fortes, revista <i>Fon-Fon</i> , 1953, p. 29 .....	145
Figura 39 – Sugestões às noivas, revista <i>Fon-Fon</i> , 1953, p. 33 .....	148

Figura 40 – Propaganda de serviço especializado para festa de casamento, revista <i>Vida Doméstica</i> , 1957, p.112 .....	160
Figura 41 – Convite de Casamento indicado na coluna Etiqueta da revista <i>O Cruzeiro</i> , 1950, p. 77.....	163
Figura 42 – Convite para casamentos elegantes, revista <i>O Cruzeiro</i> , 1954, p. 130	164
Figura 43 – Guia para realizar a entrada na Igreja no dia do casamento, coluna Escola de Noivas, revista <i>Fon-Fon</i> , 1952 p. 14-16.....	166
Figura 44 – Fotos de Cortes de Bolo, revistas <i>Fon-Fon</i> (1948, p. 33); <i>Vida Doméstica</i> (1949, p. 45), <i>O Cruzeiro</i> (1950, p. 45) .....	169
Figura 45 – O corte do bolo em casamento, revista <i>Fon-Fon</i> , 1956, p. 6 .....	171
Figura 46 – Bolo do casamento de Mirian Chagas Mello e Silva e Milton Bezerra Cabral, em <i>O Cruzeiro</i> , 1952, p. 99 e 102.....	172
Figura 47 – Bolo do casamento de Noemia Martins da Costa e Euler Baptista de Oliveira, em <i>Vida Doméstica</i> , 1954, p. 42 .....	173
Figura 48 – Pedido de receita de bolo de noiva, revista <i>Vida Doméstica</i> 1950, p. 108 .....	175
Figura 49 – Bolos de Noiva, revista <i>Vida Doméstica</i> (1958, p. 94-95; 1959, p. 76)	176
Figura 50 – Anúncio de encomendas para bolos, revista <i>Vida Doméstica</i> 1958, p. 86 .....	177
Figura 51 – Dica de decoração de bolo de casamento em <i>Vida Doméstica</i> 1950, p. 110 .....	178
Figura 52 – Sobre decoração de bolo de casamento em <i>Vida Doméstica</i> 1951, p. 132 .....	178
Figura 54 – Bolos de <i>Vida Doméstica</i> (1952, p. 177; 1954, p. 137; 1955, p. 115) ..	179
Figura 55 – Fotos de noivos com bolos de casamento entre 1950 e 1959, em <i>Vida Doméstica</i> . Da esquerda para direita de cima para baixo respectivamente: 1950; 1951; 1953; 1954; 1955; 1956; 1957; 1958; 1959.....	180
Figura 56 – Carta sobre como decorar bolo de casamento, <i>Vida Doméstica</i> , 1950, p. 110 .....	183

Figura 57 – Buquê de <i>Muguet</i> .....	184
Figura 58 – Flor de miosótis branca e azul.....	185
Figura 59 – Coluna de Gil Brandão sobre conselhos para uma mesa de casamento, revista <i>Fon-Fon</i> , 1952, p. 23 .....	187
Figura 60 – Artigo sobre organização da recepção, revista <i>Vida Doméstica</i> , 1952, p. 42-43 .....	189
Figura 61 – Arrumação da mesa de casamento, <i>Vida Doméstica</i> , 1958, p. 14.....	191
Figura 62 – Exposição de mesas com flores, revista <i>Vida Doméstica</i> , 1952, p. 44	192

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> – Capas com noivas, revista <i>Vida Doméstica</i> , década de 1950.....	34
<b>Tabela 2</b> – Páginas de moda com noivas, revista <i>Vida Doméstica</i> entre 1950-1959..	41
<b>Tabela 3</b> – Edições com capas de noivas entre 1950-1958.....	52
<b>Tabela 4</b> – Capas com noivas na revista <i>O Cruzeiro</i> , de 1950 a 1959.....	74
<b>Tabela 5</b> – Capas das revistas selecionadas, 1950-1959.....	81
<b>Tabela 6</b> – Quadro com as cartas de leitoras .....	119
<b>Tabela 7</b> – Carta das leitoras publicada em <i>Fon-Fon</i> .....	141
<b>Tabela 8</b> – Respostas às cartas de leitoras.....	159

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	15
2 CAPÍTULO 1 .....	22
2.1 REVISTAS FEMININAS E A MODA PARA CASAR .....	22
2.2 EXPLORANDO AS COLUNAS DAS REVISTAS FEMININAS: <i>VIDA DOMÉSTICA</i> , <i>FON-FON</i> E <i>O CRUZEIRO</i> .....	23
2.2.1 Vida Doméstica .....	28
2.2.2 <i>Fon-Fon</i> .....	44
2.2.3 <i>O Cruzeiro</i> .....	63
2.3 CAPAS DE REVISTA.....	80
3 CAPÍTULO 2 .....	99
3.1 O DIA DA NOIVA.....	99
3.1.1 Do namoro ao noivado .....	100
3.1.2 O enxoval da noiva.....	113
3.1.3 Vestida de noiva.....	124
4 CAPÍTULO 3 .....	153
4.1 A FESTA DE CASAMENTO.....	153
4.1.1 Quem paga a conta? .....	154
4.1.2 Organização do casamento .....	161
4.1.3 Bolo da noiva .....	168
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	196
FONTES.....	200
REFERÊNCIAS.....	203

## PRÓLOGO

Desejo aqui contar um pouco da trajetória desta pesquisa que se iniciou principalmente ao frequentar o grupo de estudos *La Moda* coordenado pela Dra. Ivana G. Simili, hoje, minha orientadora. Para mim, foi um grande desafio embrenhar-me na área da História. Formada em Moda, venho de uma carreira estabelecida no mercado de trabalho. Iniciei a carreira acadêmica em 2009, no curso tecnológico da Universidade Federal do Paraná, o qual ministrou aulas laboratoriais e práticas. O mestrado em Ciências Sociais me oportunizou um contato mais profundo nas questões de identidade e moda, e na pesquisa acadêmica, e dentro do grupo *La Moda* aprendi muito sobre moda e gênero, principalmente sobre a história dos espaços ocupados pela mulher. O assunto mulher e revista me fascinaram, quando por indicação da orientadora de alguns títulos de revistas comecei a pesquisar no *site* da Biblioteca Nacional.

O contato com muitas fotos e assuntos que tratavam principalmente de relacionamento amoroso, vida privada, espaço feminino, etiqueta e disciplina me fez pensar em muitos aspectos da minha trajetória pessoal. Entre eles, o casamento. O contato com as revistas me fez recordar de meu casamento, e como toda a esfera desse acontecimento na vida de uma mulher está intimamente ligado à moda, em todos os sentidos, não somente na roupa pensada para esse dia. Harriet Worsley (2010) fala que o vestido de noiva talvez seja a peça mais cara que uma mulher vai usar durante toda sua vida.

É uma verdade que o vestido de casamento é sempre muito caro e não é somente pelo fato de serem muitos metros de tecidos utilizados, ou por serem bordados, rendados, babados estruturados, mas porque, além disso, ele é um suporte de signos e de papéis sociais e psicológicos. E não somente o vestido, mas tudo que compõe um casamento é formador desses signos.

Nunca imaginei casar nos padrões ditos como tradicionais pela sociedade, com vestido branco; Igreja; festa; lua-de-mel. Quando conheci meu marido e resolvemos juntar as nossas vidas, só tinha em mente oficializar o matrimônio. A ideia da noiva partiu do meu marido, e oficializar o casamento marcando-o com uma

festa e vestir-se de noiva são registros importantes para o casal. Nasceu assim o desejo de ter um dia de princesa, me vestir de todas as escolhas feitas sob medida para aquele dia e, como lembra Stallybrass (2008), me vestir com aquela roupa que faz parte da nossa vida e marca as rupturas que nela ocorrem.

Ser noiva foi uma das sensações mais marcantes que tive, algo que me recordarei para sempre, a roupa é um tipo de memória. Segundo Benarush (2013 p. 61), a roupa quando vira memória, evidencia trajetórias cotidianas e propõe reflexões que devem ser comparadas às suas representações textuais e imagéticas. Um vestido de noiva tem uma representação muito grande dentro do casamento porque ele está impregnado de valores identitários, culturais e econômicos.

Escolher meu vestido de noiva foi um misto de tensão com insegurança. Primeiro, você não sabe o que as pessoas vão pensar ao olhar suas escolhas estéticas. Tornar-se bela aos olhos dos convidados é outra expectativa que repousa sobre a escolha do vestido. Como lembra Benarush (2013) em seu texto, as mulheres que se vestem sozinhas, que fazem suas próprias escolhas e são responsáveis pelo próprio visual sabem a importância que a roupa demonstra na construção de sua identidade. Nesse caso, não somente a escolha do vestido de noiva me importava, mas a escolha de todo cenário de casamento, as roupas, assim como a decoração, o bolo de casamento, as cores e os materiais, todo esse conjunto que é mutável e efêmero conforme o ciclo da moda, como cita Lipovetsky (1989).

Agradar ao futuro marido e aos convidados são imperativos que transformam as noivas em suscetíveis ao mercado de roupas e de outros tipos de serviços direcionados ao casamento.

Vivenciei as ansiedades que fazem movimentar o mercado de consumo do casamento, o qual tem na noiva o seu motor. Casei-me em 28 de novembro de 2015, eu tinha 32 anos e meu noivo 37. A preocupação com o casamento durou meses. Passei a frequentar os casamentos de pessoas próximas para observar roupas e festas e ter um roteiro para fazer as minhas escolhas. No fundo, o que passou a guiar o meu olhar era observar os erros cometidos pelas outras noivas para tentar fazer melhor, mais bonito!

A escolha de tudo que compõe uma festa de casamento é rigorosamente pensado e escolhido a dedo, principalmente pela mulher, e assessorada por um profissional que lhe apresenta as opções disponíveis no mercado. A noiva é o centro das atenções desse dia, não tem como negar que o noivo fica em segundo plano, quando o que as pessoas mais esperam é ver a porta da Igreja se abrir e surgir uma princesa vestida de branco. Toda preparação de meses se materializa naquele dia, uma das partes mais prazerosas em minha opinião do casamento é a escolha do vestido ideal e todo conjunto que identifica uma noiva: grinalda; véu; penteado; maquiagem; unhas; acessórios; sapato e o buquê. Com isso, esse conjunto de escolhas é um marcador da identidade pessoal de cada mulher, quando você apresenta esse conjunto à sociedade está exibindo suas escolhas pessoais, podendo ser alvo de elogios ou críticas; o vestido é o primeiro marcador social dentro do evento do casamento. O segundo é a festa, a recepção no salão, o bolo da noiva, também vai demonstrar bom gosto, elegância, identidade, *status* social. Enfim, todo investimento realizado no casamento vai ser determinante de como o indivíduo quer ser visto, quer ser identificado perante seus convidados e como esses momentos serão eternizados por meio da memória e da produção de fotografias para registrar e fazer lembrar o dia das núpcias.

## 1 INTRODUÇÃO

Ao vivenciar a experiência como noiva, algumas indagações foram guias para iniciar os caminhos desta pesquisa, a qual consiste em uma pesquisa documental e bibliográfica com o intuito de investigar as práticas de casar em 1950, ou seja, todo o conjunto de regras e costumes desenvolvidos nessa época que envolve a maneira como as pessoas se casavam, os vestidos, a festa, cerimônia da Igreja, planejamento financeiro, entre outros aspectos. Assim, pretende-se averiguar de que forma ocorreram os fenômenos de ampliação dos preparativos do matrimônio na década de 1950 e estabelecer uma relação que visa compreender de que maneira os periódicos<sup>1</sup> da época foram constituidores de referências que transformaram a maneira como as famílias organizavam a preparação do casamento.

Como objetivo, a pesquisa busca analisar as seguintes interrogações: Como as revistas atendiam ao mercado de casamento na década de 1950? O que publicavam as revistas a respeito desse nicho? Como as propostas do casar publicadas pelas revistas eram recebidas pelas noivas no período? Quais as principais mudanças relacionadas aos afazeres da noiva, como enxovais, organização da festa de casamento, bolo de casamento, vestido de noiva?

Para responder a tais questionamentos as colunas de moda foram fontes fundamentais, pois, por meio das ilustrações publicadas, visualizamos quais eram as propostas das revistas para as noivas. No entanto, ainda ficam algumas lacunas a serem explicadas, como por exemplo, de que forma essas propostas eram absorvidas pelas jovens noivas e leitoras? O que era mostrado seria condizente com a moda do casar naquele período? Portanto, as cartas que eram enviadas pelas leitoras dessas revistas foram valiosas fontes para demonstrar os desejos e necessidades das noivas que estavam prestes a se casar.

O estudo se justificou sob vários aspectos, um deles é o uso de revistas femininas como fontes para se estudar uma narrativa sobre as maneiras de casar na década de 1950, visto que essas revistas eram referências únicas de moda, de

---

<sup>1</sup> Quando nos referimos a periódicos neste escopo fazemos menção às revistas femininas que circularam no Brasil dentro do período de abordagem.

comportamento, de estilos de vida, traduzindo muito o modo como as famílias se organizavam na materialização do casamento. As cartas enviadas pelas leitoras e respondidas pelas revistas colocavam em cena a realidade econômica e social dessas mulheres, tornando-se matérias-primas para essa pesquisa.

O princípio teórico e metodológico que fundamentou as análises do material levantado foi o de que as revistas desenvolviam estratégias para serem consumidas e adaptadas ou mesmo ressignificadas. Através das cartas enviadas pelas leitoras das revistas foi possível fazer uma análise da dinâmica dos preparativos para casar na década de 1950.

Foi elaborado um plano de pesquisa que dividiu a análise em duas etapas. Inicialmente, foi realizada a pesquisa bibliográfica visando aprofundar as questões teóricas relativas às práticas de casar, em livros e artigos científicos, a fim de dar suporte para concretização da segunda fase do trabalho, que consiste no levantamento documental propriamente dito.

A pesquisa documental consistiu em orientar-se pelas sensibilidades e experiências construídas, instituindo uma relação de diálogo entre o presente e o passado, bem como fazer uma reflexão acerca das implicações deste diálogo com a memória e a história que reflete diretamente nas condições e relações que as sociedades mantêm com o seu passado. Segundo Rezende (2009, p. 13):

Não podemos, no entanto, dispensar esse diálogo entre passado e presente. Ele é a base da vida, da narrativa e da constituição de memória. Sem ele, sepultaríamos qualquer reflexão sobre a história. A memória fortalece a relação entre as experiências e as sensibilidades construídas [...].

Foi realizada uma pesquisa sistemática e análise dos conteúdos de coleções de jornais, revistas e/ou publicações periódicas disponibilizadas em versão digital pelo acervo *on-line* da Hemeroteca Digital Brasileira (HDB) da Biblioteca Nacional (BN)<sup>2</sup>, cuja coletânea digitalizada é bastante vasta e inclui publicações antigas e raras dos séculos XIX, XX e XXI.

Para a localização do material na Hemeroteca Digital Brasileira (HDB) foram instituídos dois critérios de restrição: palavras-chave e período de busca. As

---

<sup>2</sup> BIBLIOTECA NACIONAL. Disponível em: <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>.

palavras-chave utilizadas foram “moda e casamento” e o período de busca estabelecido foi entre aos anos de 1950 e 1959.

O período selecionado levou em conta as constatações de diversos autores que relataram que no “pós-guerra” houve um fortalecimento e modernização da indústria brasileira, que acarretou o surgimento de uma nova classe média (HOBSBAWM, 1995; ORTIZ, 1994; PRADO, BRAGA 2011; PRIORE, 2017). Complementar a esse fato, Pinsky (2014) cita também que na década de 1950 as revistas eram a principal fonte de informação das mulheres no Brasil.

Cabe ressaltar, conforme apontado por Giordano (2016, p. 21):

Jornais e revistas preservam, em notícias, reportagens, crônicas e comentários de leitores e propagandas, informações valiosas àqueles pesquisadores interessados em recontar a história da sociedade a partir da realidade esboçada nos registros não oficiais escritos por jornalistas nas páginas das antigas publicações agora acessíveis nas hemerotecas digitais de Bibliotecas Nacionais, e que podem contribuir para o seu trabalho de investigação.

Figueiredo (2007) corrobora com a autora e acrescenta que esses documentos são utilizados como fontes de informações, indicações e esclarecimentos que trazem seu conteúdo para elucidar determinadas questões postas pelo pesquisador, servindo de prova para outras, de acordo com o interesse do mesmo. Adicionalmente, Silva e Grigolo (2002) adicionam que tais matérias-primas necessitam de análise que busque extrair sentido de acordo com o foco do estudo.

Na pesquisa documental do presente estudo, foram analisadas três revistas femininas<sup>3</sup> consideradas de grande influência sob o público feminino na cidade do Rio de Janeiro no período do estudo: *Vida Doméstica* (1920-1962), *Fon-Fon* (1907-1958) e *O Cruzeiro* (1928-1975). Essas revistas foram selecionadas pelo fato de publicarem com maior frequência as “Cartas de Leitoras”, coluna em que as mulheres expressavam seus anseios e dúvidas relativos à organização do casamento e, com isso, evidenciavam de forma mais aproximada com a realidade e

---

<sup>3</sup> As imagens das revistas *Vida Doméstica* e *Fon-Fon* constituem itens de domínio público, e a utilização dos conteúdos das revistas é livre e gratuita, sendo citados BNDigital como fonte de referência.

com o pensamento das leitoras em relação ao planejamento para esse evento (BARBOSA, 2007).

Além da seção “Cartas das Leitoras” também foi dada ênfase em colunas “Copa e Cozinha” de *Vida Doméstica*; “Segredos”, “Modas de *Fon-Fon*” e “Escola de Noivas” na revista *Fon-Fon*; e “Etiqueta” em *O Cruzeiro*, que além de publicarem as respostas às cartas tratavam de assuntos relativos ao matrimônio, com o intuito de averiguar os protocolos que envolviam toda organização do casamento no período em questão, já que diversos autores relataram em seus estudos que esse foi um período em que ocorreram diversas transformações no mercado de moda (CRANE, 2006; CALANCA, 2011; BONADIO, 2013). A análise mais aprofundada e o olhar crítico sobre essas colunas foram fundamentais para determinar elementos que organizavam a cerimônia do casar, formando um roteiro do que a noiva deveria seguir em relação às escolhas de roupas, comidas, decoração, convidados, espaços.

A metodologia proposta por Karnal e Tatsch (2009), a qual cita que o documento é a base para o julgamento histórico, foi utilizada para realizar as análises dos periódicos dentro da pesquisa. Foram apontados os grupos responsáveis pela linha editorial, público-alvo, tipo de distribuição, número de páginas, custo dos exemplares, presença ou ausência de capa, colunas de moda e mudanças relevantes ao longo das publicações destacando o período de análise, a década de 1950.

Outro aspecto relevante analisado no estudo se refere às imagens, ilustrações e fotografias apresentadas pelas revistas *Vida Doméstica*, *Fon-Fon* e *O Cruzeiro*, que complementam os textos e vice-versa. John Berger afirma que o olhar chega antes da palavra, ou seja, os seres humanos, antes de aprender a falar, comunicam-se pela visão (LITZ, 2009). Sob o mesmo aspecto, Mauad (2005) cita que assim como os textos históricos não são autônomos, necessitam de outros para sua interpretação, o mesmo se aplica com a imagem e acrescenta:

É a competência de quem olha que fornece significados à imagem. Essa compreensão se dá a partir de regras culturais, que fornecem a garantia para que a leitura da imagem não se limite a um sujeito individual, mas que acima de tudo seja coletiva (MAUAD, 2005, p. 142).

Contudo, baseando-se na importância das imagens, no presente estudo foi realizada uma pesquisa e sistematização das ilustrações e fotografias apresentadas nas revistas, considerando as restrições dos conteúdos publicados, os conceitos de elementos da forma e do conteúdo apontados por Mauad (2005, p. 145), que consistem em: agência produtora; ano; local retratado; tema retratado; pessoas retratadas; objetos retratados; atributo das pessoas; atributo da paisagem; período retratado (dia/noite).

O tamanho e enquadramento das imagens nos periódicos também foram analisados no presente estudo, pois a mesma autora afirma que “nas revistas ilustradas, o papel desempenhado pelo editor das matérias fazia com que as fotografias variassem de tamanho, de acordo com a sua importância nos termos da ênfase da notícia” (MAUAD, 2005, p. 147). A autora acrescenta, ainda, relativo à análise do enquadramento, que o espaço do objeto fotografado também deve ser levado em conta, bem como os elementos que compõem, objetos interiores, exteriores e pessoais e o espaço geográfico, ou seja, o local em que a foto foi tirada e a relação que esse objeto estabelece com o fundo.

Para construção das bases conceituais da pesquisa, diferentes autores nortearam o presente trabalho. Citamos Priore (2015; 2017); Pinsky (2012; 2013; 2014) e Sant’Anna (2014), fundamentais no entendimento acerca da história das mulheres no Brasil. Yalom (2002), no entendimento do ideal de casamento, o papel da esposa na antiguidade e na atualidade e padrões que perduraram durante o século XX. Também Vainfas (1992), para pensar na relação da moral cristã e modelos hegemônicos dentro do casamento.

Peter Burke (2010), contribuiu no sentido de entender o que são os hibridismos culturais e como as narrativas visuais podem ser tomadas como evidências históricas. Tratando de representações visuais e da interação de diferentes signos citamos Barthes (2005; 2009), um especialista em linguagem verbal e escrita, cujos esforços foram destinados ao entendimento da relação entre imagem e moda.

Simmel (1957) e Bourdieu (2008) permitiram entender as relações entre bens culturais e apropriações por segmentos sociais, e ainda as leituras de Roche (2007) sob o olhar da moda nas classes populares e suas trocas. Ainda Bourdieu, na visão de Ortiz (1983); Ortiz (1994) e Feijão (2011, 2012), na compreensão da

industrialização e modernização e desenvolvimento econômico do Brasil no período estudado.

Quanto aos conceitos que embasam a relação entre os preparativos do matrimônio que perfazem a moda citamos Lipovetsky (1989), que diz que a moda está ligada aos prazeres individuais, é uma prática estética, relacionada com a busca pelas coisas belas, pelas novidades, pela aparência e pela satisfação privada não somente aplicada ao vestuário, mas a todas as áreas.

Quanto ao entendimento da moda e seu papel social, e o quanto os sistemas da moda evoluem ao longo do tempo sendo cada vez mais complexos e, no entanto, continuam a ser impressos pela história e cultura do país a que pertencem, citamos Crane (2006) e Calanca (2011).

Braga (2005), Simili (2012, 2013, 2017) e Bonadio (2010, 2013), citam que a moda é uma expressão não verbal e que por seu intermédio, na qual se inclui a roupa, é possível identificar e acompanhar as influências sociais e políticas nas transformações ocorridas nos modos de os sujeitos serem, comportarem-se e se vestirem.

Sodré (1966), Luca (1999, 2005), Mira (2001) e Revel (1991) apontam em seus estudos esse domínio exercido pela imprensa como influenciadora e ditadora de comportamentos, modas e sobre os desejos de consumo.

Para estabelecer um diálogo entre a moda e as comidas, o bolo da noiva, consideramos ainda os trabalhos de Charsley (1988, 1992), Worsley (2010) e Sullins (2017).

Face ao exposto, para desenvolver uma narrativa sobre a moda para casar, a pesquisa foi dividida em três partes. A primeira parte “Revistas femininas e a moda para casar”, procurou apresentar as revistas selecionadas *Vida Doméstica*, *Fon-Fon* e *O Cruzeiro* por meio das suas capas, colunas de moda, imagens, textos e cartas, no intuito de destacar esses periódicos como sendo fundamentais na disseminação, popularização de moda, tendências, comportamentos e gostos. Propostas que, através de suas publicações, influenciavam as noivas e suas famílias na organização e preparação do dia do seu casamento.

A segunda parte “O dia da noiva”, abordou os aspectos relativos à jovem noiva, do namoro ao casamento e as escolhas que envolvem essa data, conceitos

do vestir, padrões de beleza e idade que são delineados pela moda e projetados pelas revistas e cartas, estimulando novos modos de consumo.

Por fim, na última parte – “O grande dia” – foi explorada a organização da recepção de casamento, todos os preparativos e a maneira como as famílias se preparavam para este evento. Guiadas pelas propostas dos periódicos, os modos de casar, de preparar a festa, de fazer o bolo, e as comidas se ampliaram na década de 1950, gerando demandas que engrenaram o consumo de bens e serviços no período.

Sob o título “Lá vem a noiva: narrativas da moda para casar”, pretendeu-se mostrar a figura da noiva como elemento central nas escolhas do casamento, o público alvo das revistas, a personagem que, por meio do vestido e do bolo evidenciam as escolhas feitas e a ligação com a moda. A moda para a noiva permite-nos conhecer os espaços de consumo, as personagens que participavam dos preparativos, como as costureiras e as confeitadeiras. A apresentação, composição da festa de casamento, constituem elementos que permitem avaliar a moda para esse segmento construída no período.

O casamento continua a remar num terreno movediço feito de exigências acerca de comportamentos e atitudes concebidas como ideais ao feminino. Nesse terreno, a moda encontra espaço para fazer da mulher o veículo para o consumo antes e durante o casamento.

## 2 CAPÍTULO 1

### 2.1 REVISTAS FEMININAS E A MODA PARA CASAR

Os periódicos selecionados *Revista Vida Doméstica*, *Fon-Fon* e *O Cruzeiro*, e suas colunas que respondiam às cartas das leitoras (coluna a qual as mulheres expressam seus anseios e dúvidas relativas ao casamento) nesse estudo, foram analisados como fonte de pesquisa para entender como se dava a preparação dos casamentos na década de 1950. Concebemos que as imagens, ilustrações e cartas neles veiculadas serviam como vetores de comunicação e propostas de moda que orientavam as noivas na organização do evento. As revistas criam desejos de consumo, demonstram tendências culturais e históricas (LUCA, 2005). A popularização do casamento encontrou nas revistas um poderoso suporte para criar tendências, remodelar gostos, reinventar tradições que influenciaram padrões de beleza e de comportamento, principalmente por meio das suas colunas de moda.

O capítulo buscou apresentar as revistas selecionadas para a pesquisa por meio das suas capas em que apareciam noivas, destacando a importância dos periódicos como fonte de estudo na organização do casamento. Preparativos que envolviam moda, tradições atualizadas pela moda, costumes e maneiras para realização do evento.

A primeira parte tratou da importância dos periódicos na disseminação, popularização de tendências, gostos, influência nos padrões de beleza e comportamento, que eram oferecidos por meio de imagens, de propagandas, textos ou ilustrações como propostas de moda, de roupas, acessórios, decoração e produtos às mulheres.

Posteriormente, os outros tópicos aprofundaram as colunas, imagens e textos, e as cartas enviadas por leitoras sobre casamento que tiveram maior evidência nas revistas selecionadas. Em *Vida Doméstica*, o assunto bolo de casamento e fotos de casamentos da sociedade carioca foram destacados. Em *Fon-Fon*, as páginas de moda que traziam propostas de vestido por meio das ilustrações e pedidos de moldes de vestidos de noivas. Em *O Cruzeiro*, a coluna que publicava respostas às leitoras sobre como planejar o dia do matrimônio.

O último tópico analisou as capas das revistas selecionadas que possuíam noivas, no sentido de explorar os elementos comuns entre elas destacando o crescimento do número de publicações com noivas na década de 1950. Corroborando com o pensamento de autores como Pinsky (2014; 2017), Sant'Anna (2014) e Priore (2015; 2017), de que nesse período cresce o número de casamentos, e de que se ampliam as práticas do casar tornando-se mais acessíveis a outras classes.

É importante ressaltar que alguns assuntos abordados nesse capítulo, como o vestido de noiva, o bolo de casamento e preparativos matrimoniais foram mais aprofundados em capítulos posteriores.

## 2.2 EXPLORANDO AS COLUNAS DAS REVISTAS FEMININAS: *VIDA DOMÉSTICA*, *FON-FON* E *O CRUZEIRO*

Os periódicos são fontes ricas para o estudo dos comportamentos sociais e históricos. É possível, por meio das revistas, visitar estilos de roupas que estavam em voga, identificar mudanças ocorridas nos padrões de corpos, cabelos, maquiagens, decorações, além de muitas vezes reconhecer marcas e estilos que perduram até os dias de hoje. Por isso, são fontes valiosas de moda.

Para Caldeira e Pinsky (2005), a moda ao retratar determinado período é dotada de um estilo, passando a identificar gostos e padrões estéticos, retratos de um tempo que busca a aceitação cultural e social mediante a democratização da essência do vestuário. Assim:

A moda tem um curioso caráter de autodestruição. A cada período, ela se destrói para se renovar e, conseqüentemente, para se manter viva. Ela propõe tendências, mas quando a tendência passa a ser aceita por todos, a moda busca novas propostas e desafios. É ciclo interminável. Muitas vezes, a novidade nem é tão nova assim. É algo reciclado, uma releitura e uma revisita ao passado, distante ou recente (CALDEIRA; PINSKY, 2005, p. 227).

As imagens, como vetores de comunicação visual das propostas oferecidas pelas revistas, representaram um dos objetos principais para ler a moda, especialmente em razão do fato de que sua reflexão possibilitou o entendimento das

representações culturais, indispensáveis para a compreensão dos fatores que expressaram a situação social. Na visão de Barthes (2005, p. 280-281):

A história da indumentária reflete, a seu modo, a contradição de toda ciência da cultura: todo fato cultural é ao mesmo tempo produto da história e resistência à história. O vestuário, por exemplo, é a cada momento um equilíbrio processivo, ao mesmo tempo produzido e desfeito por determinismos de natureza, função e amplitudes variadas, uns internos, outros externos ao próprio sistema.

Portanto, o estudo da indumentária possui a finalidade de identificar a pluralidade dessas determinações. Na visão de Mendonça (2013), a moda caminha lado a lado da imagem e, a partir do século XIX, a ideia de revista se consolidou na imprensa, cujas páginas eram voltadas para assuntos de entretenimento e, principalmente, dicas de como vestir-se, valores de comportamento e de como ter uma vida feliz. Assim, “a forma como a moda rege a imprensa dirigida para mulheres vai muito além da representação de roupas, mas passa pelo recorte das pautas, pelo estilo de vida sugerido, pela beleza, casa e toda uma ideia de feminilidade” (MENDONÇA, 2013, p. 53).

As revistas foram criadas visando lucro, visando atingir a maior quantidade de público, e as reportagens direcionadas às mulheres eram e são até hoje desenvolvidas com a intenção de criar o desejo de consumo. As capas e imagens pesquisadas demonstraram as tendências culturais e históricas expondo como a imagem de moda, de gostos, de mulheres foram se modificando, transformando poses, ângulos, cenários, volumes, tecidos e estilos.

Na visão de Barthes (2005, p. 288) existe um problema quando se estuda peças de roupas por meio das imagens porque por muito tempo apresentavam a tendência de relacionar o vestuário com uma realidade exterior à sua forma. Portanto, quando se estuda uma coleção de roupas é um desafio tentar afirmar seu período histórico, no entanto por meio das revistas, suas publicações foram as pistas para estabelecermos parâmetros de moda daquele período.

Esse pensamento é válido também ao analisar as imagens das revistas dos anos 1950, pois é necessária uma gama muito grande de material que possa saber se o que era apresentado em seus textos e imagens era de fato seguido por uma maioria, ou qual é o verdadeiro público que atingia, as revistas costumavam ser os meios de comunicação mais próximos da realidade e, como afirma Crane (2006, p.

52), as imagens publicadas em revistas associadas às roupas femininas podem ser vistas como um indício dos esforços para definir as identidades da mulher do século XX.

Ao estudar as revistas selecionadas podemos observar que estas foram as primeiras a popularizarem o evento de casamento, inserirem desejos, despertarem vontades de consumo de fazer uma festa de casamento bonita e elegante inspiradas pelas imagens mostradas dos casamentos das elites cariocas ou atrizes famosas. Serpa (2003) cita que os padrões das atrizes do cinema de Hollywood apareciam frequentemente nas revistas femininas influenciando padrões de beleza e comportamento. Sant'Anna (2014) também mostra em seu livro *História da Beleza no Brasil* como as atrizes hollywoodianas foram um ninho fomentador de imagens para as mulheres. Muitos autores apontam a influência das revistas femininas no cotidiano das mulheres. Podemos apontar Mira (2001): as revistas femininas exerceram, por muito tempo, um papel paternalista na vida das mulheres, que a cada edição ditavam o passo a passo de como utilizar a moda e a decoração para estar bela e conquistar um marido. Revel (1991) e Malta (2011): os periódicos são como manuais, cuja função manipuladora trabalha para a docilidade dos corpos e guiam os indivíduos para que ajam de determinadas maneiras; e Luca:

Os periódicos, como ferramentas dos historiadores, conseguem ser deslocados para o tempo presente a fim de entender as concepções e transformações culturais de uma determinada época e as imposições e manipulações às quais se dedicavam muitos dos periódicos, pois, como ressalta a autora, encontravam-se nos periódicos os projetos de futuro, baseados nos confrontos com a modernidade, na “[...] difusão de novos hábitos, aspirações e valores, as demandas sociais, políticas e estéticas das diferentes camadas que circulam pelas cidades, os conflitos e esforços das elites políticas para impor sua visão de mundo e controlar as “classes perigosas” (LUCA, 2005, p. 120).

As revistas femininas podem ser pensadas como veículos que traduziam a moda e faziam circular ideias, e permitiam várias apropriações. Os periódicos são produtos culturais de uma época, como no caso dos anos 1950, em que forneciam as pistas da modernização do casamento, atualizando vestidos de noivas, modelos de bolos e propostas de festas, que transformavam os modos de as jovens se casarem.

Burke trata essas transformações e adaptações que acontecem como hibridismos culturais. Com o passar do tempo valores vão sendo adaptados, o mundo vive um grande complexo de encontro de culturas, quando alguém copia alguma coisa, essa pessoa assimila algo, mas também insere suas próprias tradições de acordo com seus interesses (BURKE, 2010, p. 26). São esses contrapontos que fazem surgir adaptações e reorganizações, nos quais podem surgir formas híbridas que formam novas ou reforçam antigas. Esses hibridismos culturais permitem compreender a maneira através da qual a esfera de casamento foi se transformando e se adaptando de acordo com as mudanças históricas, culturais e sociais.

Quando nas revistas se copiam vestidos franceses, ingleses ou americanos, o mesmo vestido pode ser modificado pelo olhar do ilustrador que adapta o tecido para que possa ser comprado aqui ou para que se adapte ao clima, ou pode ser modificado pelo olhar da leitora para adaptá-lo ao seu gosto pessoal ou à ocasião em que irá usá-lo. Burke vai chamar esse processo de tropicalização e Certeau chama de adaptação cultural, retira-se um item de seu local original e incorpora-se partes da estrutura tradicional (BURKE, 2010).

Nesse sentido podemos afirmar que as revistas na década de 1950 ofereciam, por meio de imagens, de propagandas, textos ou ilustrações com propostas de moda, de roupas, acessórios, decoração e produtos de beleza e as mulheres consumiam esses mesmos produtos ou tentavam copiá-los moldando ao seu poder econômico. Silva afirma que:

A influência da mídia se fazia sentir no cotidiano da população, que buscava adquirir tudo o que estava na moda, o que era visto na tela do cinema, nas páginas das revistas e jornais, ou na publicidade do rádio. A mídia também teve influência notória sobre os produtos de beleza destinados ao embelezamento da mulher, prometendo manter a sua aparência juvenil e bela para atrair, através da sua beleza, seu pretendente, namorado, noivo e esposo (SILVA, 2016, p. 10).

Nesse contexto pode-se observar o quanto as mulheres seguiam esses ditos “conselhos” dados pelas revistas da época. As revistas femininas nesse período desempenhavam um papel enorme na forma de como a própria mulher se via diante da sociedade e de como a sociedade a via, ou seja, as revistas femininas eram

condutoras e influenciadoras de comportamentos, modos de pensar e agir que transformam até mesmo domínios tradicionais como o casamento.

Assim, as imagens veiculadas nas revistas ilustradas:

Compuseram o catálogo de valores, emblemas, comportamentos e representações sociais pelo qual a burguesia se imaginou e se fez reconhecer, criando a utopia de um mundo digno, porque civilizado e empreendedor, e livre, porque acessível e transparente aos olhos de todos. A imagem publicada torna-se o ícone, por excelência, de um modo de vida vitorioso, que prescinde da própria realização para existir, bastando para isso que as imagens fotográficas o reflitam (MAUAD, 2005 p. 172).

Muitas das revistas pesquisadas possuíam assuntos como política, vida social, economia, entre outras, e traziam páginas dedicadas à moda. Eram seções com textos que tratavam de modos e modas, mostravam ilustrações de roupas e descreviam a ocasião que elas poderiam ser utilizadas, tecidos que eram confeccionados e em alguns casos o molde das roupas vinha como um brinde, ou um *souvenir* na edição da revista.

As revistas *Vida Doméstica*, *Fon-Fon* e *O Cruzeiro*, além de outras contemporâneas a elas, como *Jornal das Moças*<sup>4</sup> e *Revista da Semana*<sup>5</sup>, possuíam grandes semelhanças nas publicações a respeito da moda, podendo-se destacar algumas como a valorização da moda parisiense, considerada o centro mundial da moda feminina (FEIJÃO, 2012). Destaque para a moda americana por volta de 1930, por meio das atrizes de Hollywood, podendo-se evidenciar que os jornalistas colaboradores utilizavam pseudônimos<sup>6</sup> e muitas vezes redatores masculinos assinavam as matérias com nomes femininos, contribuindo para reforçar estereótipos sobre as mulheres no período (CZRNORSKI; MEYRER, 2016).

Assim, o tópico seguinte apresentou um breve recorte das revistas selecionadas por meio das suas colunas de moda, no intuito de construir narrativas

---

<sup>4</sup> *Jornal das Moças* (1914-1961) – Pinsky (2014) relaciona os conteúdos das reportagens veiculadas no *Jornal das Moças*, citando que eram ligados ao comportamento feminino, em todos os segmentos desde a infância até a vida de casada. Assuntos como moda, beleza, cuidados com a saúde, higiene pessoal, lugares que podiam ser frequentados, assuntos também que se relacionavam com a atualidade como atrizes de cinema e rádio, transformações sociais. Como um manual da vida feminina dentro da sociedade brasileira.

<sup>5</sup> *Revista da Semana* (1900-1959) – Buitoni (2007) afirma que durante muito tempo a *Revista da Semana* foi responsável pelo imaginário visual brasileiro sob uma estética bastante ufanista.

<sup>6</sup> Pseudônimos significam nomes falsos, siglas ou abreviações de nomes para ocultar o autor da escrita.

por meio das colunas apresentadas nos periódicos. Sendo a moda um objeto privilegiado que reúne um conjunto de influências, interações, experiências, trocas e sistematizações entre indivíduo, como afirma Barthes (2009), o levantamento de informações acerca dessas colunas pode ser considerado uma fonte de possibilidades para se estudar as roupas e a moda pode ser mantida como a base para a observação de todas as manifestações culturais de uma época, evidenciada como um signo de expressão social e cultural, representando ideias, possibilidades e comportamentos, transmitidos a partir das vestimentas, texturas e cores.

Estabelecida essa relação se faz necessária a apresentação de cada uma das revistas pesquisadas por meio das páginas relacionadas a casamento e moda, principalmente por meio das edições que possuíam noivas nas capas, destacando os grupos responsáveis pela linha editorial, público-alvo, tipo de distribuição, número de páginas, custo dos exemplares, presença ou ausência de capa e mudanças relevantes ao longo das publicações.

### 2.2.1 Vida Doméstica

A revista *Vida Doméstica*, lançada em março de 1920, era de distribuição mensal, informava em seu subtítulo a quem se destinava: revista do lar e da mulher. O público que a revista visava eram as mulheres das famílias de elite, mas também era consumida pelos segmentos médios, em que se reforçavam e defendiam os valores desses segmentos sociais (CARDOSO, 2009).

Fundada pelo jornalista Jesus Gonçalves Fidalgo, repórter fotográfico do *Jornal do Brasil* e da *Revista da Semana*, tratava de assuntos variados, decoração, limpeza, culinária, cultivo de plantas, cuidados com animais. Em sua primeira publicação a revista se descrevia como diferenciada das outras por ter assuntos relacionados com avicultura e cuidados com animais em geral, e que seria dedicada à divulgação dos acontecimentos úteis sobre a natureza e a vida do lar. Seu número avulso custava 1\$000 (mil réis) e a assinatura anual 10\$000(10 mil réis).

A primeira edição em março com 24 páginas tratava de assuntos da vida do campo, atividades esportivas, fotografias e matérias sobre indústria, comércio e economia, em nada se referindo à moda feminina. Na contracapa eram

estabelecidos os valores de anúncios e textos sendo divididos por página (120 mil réis), meia página (65 mil réis), ¼ de página (35 mil réis), 1/8 da página (20 mil réis) e os textos custavam 180 mil réis por página. Sabendo disto, pode-se ter noção de que a revista permitia que qualquer pessoa que tivesse condições financeiras ou empresa pudesse divulgar seus produtos e textos, e de fato havia uma grande quantidade de propagandas em seu interior.

A segunda edição da revista apresentava a primeira coluna voltada à moda, que se chamava “Modas os Nossos Modelos”. A coluna ocupava meia página com ilustrações de mulheres e crianças em preto e branco com a descrição do modelo e tecido utilizado. As roupas mostradas seguiam a moda dos anos 1920, com a cintura mais baixa, próximo ao quadril e o uso de chapéus. As ilustrações de roupas nessa edição de abril mostram mulheres usando peles sobre as mãos, o que mostra o descompasso do clima das imagens que circulavam em nosso País. Não possuía assinatura de nenhum jornalista responsável, e as frases muito utilizadas nas páginas de moda eram: “bom gosto parisiense”; “últimos figurinos de Paris”, “nova moda de Paris”, mostrando que a revista estava inserida no contexto internacional, e que as mulheres podiam confiar nas roupas apresentadas, pois eram figurinos de bom gosto que se usavam em Paris.

Quanto às práticas do casar ao longo dos anos 1920, a revista publicava várias fotos de casamentos de pessoas da sociedade carioca, muitos eram de militares na coluna chamada “Vida Social”.

Nesse período foram encontradas três cartas publicadas pela revista em 1924, cujo conteúdo tratava da cor do vestido da noiva. Segundo a publicação, uma das cartas era de uma noiva da alta sociedade carioca, dotada de beleza e de inteligência, mas que não gostaria de ser identificada, pois seria um relato pessoal de seu gosto. A noiva explicava que a cor do vestido de casamento deveria ser branca como o lírio, que é a cor da pureza e da virgindade. “Somente o vestido branco poderia representar a castidade, a virgindade dos corações sem pecado” [...] “noivas como eu, façamos de tudo para que nossos vestidos, ricos ou pobres, sejam brancos, brancos de neve, simbolicamente brancos como a própria virgindade que somos portadoras” (*VIDA DOMÉSTICA*, 1924, p. 89). Esse texto da carta demonstrava claramente os valores morais inculcados na sociedade do período, valores pregados pela Igreja Católica sobre a pureza da virgindade, casar-se de

branco era demonstrar diante da sociedade sua pureza. Roche (2007) cita a roupa branca como uma das materializações da difusão das regras do comportamento, o casamento é o evento que demonstra que a moça é correta e entende-se aí por uma moça de boa família, bem-criada dentro dos limites da moral cristã. A virgindade, segundo Vainfas (1992), é um conceito de ideias vindo de Paulo apóstolo ao longo dos séculos III e IV, era um discurso de homens dirigido às mulheres, sobretudo às mães para que criassem as filhas longe do prazer carnal.

Segundo Galvão (2017), casar-se de vestido branco foi um costume popularizado pela Rainha Vitória. A união foi considerada um “acontecimento” à época por ter sido motivada por amor, depois de séculos marcados por casamentos arranjados na realeza. Segundo consta, a Rainha Vitória se casou com um esplendoroso vestido e véu branco, quebrando mais uma vez a tradição real, cujas noivas se casavam com a cor prata. Ela inspirou as noivas por todo o mundo, cuja escolha da cor branca passou a simbolizar a pureza e o ideal romântico do casamento e se tornou uma tradição no ritual na celebração do matrimônio (WORSLEY, 2010).

No entanto, ainda em 1924, a revista publicou posteriormente a opinião contrária de uma leitora chamada Hilda Ribeiro de Carvalho, que tem preferência pela cor azul celeste para o vestido de noiva. E que as mulheres deveriam escolher a cor que combinasse melhor com seu estilo. Que assim como o branco traduzia a castidade, o azul celeste simbolizaria o céu (*VIDA DOMÉSTICA*, 1924, p. 90).

E na última publicação acerca do tema “cor do vestido de noiva” a revista publicou sete cartas identificando o nome e a cidade de cada uma, sendo que em seis cartas existia unanimidade da cor branca para o vestido de noiva, considerando que as mulheres que desejavam outras cores seriam apenas moças que queriam chamar a atenção ou inventar “modas”.

Ao longo dos anos 1920 nenhuma das publicações da revista *Vida Doméstica* teve capas que mostrassem noivas, a primeira foi publicada no final de 1929 em outubro (Figura 1).

Figura 1 – Capa *Vida Doméstica* (out. 1929)



Fonte: BnDigital (2018)<sup>7</sup>

Essa edição não possuía o conteúdo completamente direcionado ao tema, na capa vinha escrito no canto inferior direito Srta. Vera Noronha, que segundo a revista casou-se com um oficial do exército, mas não tinha nenhum destaque especial, aparecendo junto com outros casamentos nas páginas sociais. Na mesma edição a revista apresentou vestidos de noiva de atrizes do cinema: Mona Rico que vestia um curto na altura dos tornozelos e Camilla Horne com um vestido até o chão, considerada uma noiva moderna (*VIDA DOMÉSTICA*, 1929, p. 90). E na coluna de moda são apresentados três modelos de vestidos de noiva ilustrados (Figura 2).

---

<sup>7</sup> Capa da revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/11407>

**Figura 2 – Coluna Moda, revista *Vida Doméstica* (1929, p. 98)**



Fonte: BnDigital (2018)<sup>8</sup>

A imagem não possuía assinatura da ilustração, os modelos estavam apresentados mais para o final da revista e traduziam a moda do período cinturas mais baixas, ombros retos sem decotes profundos e o comprimento das saias no tornozelo, um deles apresentando uma pequena cauda na altura do chão. Ao lado das imagens a descrição dos tecidos utilizados, e detalhes de bordados e drapeados nas saias.

Ao longo dos anos 1920 e 1930, poucas modificações na estrutura das páginas de moda aconteceram, alguns títulos mudaram, mas o conteúdo que se referia à moda eram na maioria das vezes textos descritivos, com poucas ilustrações e havia críticas às mulheres que seguiam a moda, pois consideravam dominadora, ditadora de estilos (no sentido de ser impositiva). Ainda fazia parte das colunas de moda desenhos de bordados manuais, moldes de roupas, receitas culinárias e assuntos ligados ao universo feminino. A revista se dizia ligada aos valores tradicionais da família, mas ao mesmo tempo muitas vezes traziam discursos que iam contra esses valores, havia uma recorrência da crítica à moda e aos produtos de beleza e, ao mesmo tempo, investimentos na constituição das mulheres enquanto consumidoras, sendo a moda e os cosméticos largamente ofertados a elas (CARDOSO, 2009).

<sup>8</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/11504>

Desde a criação da revista, de 1920 até 1949, foram encontradas somente três capas com noivas (Figura 3).

**Figura 3** – Capas com presença de noivas, Revista *Vida Doméstica* entre 1920-1949.



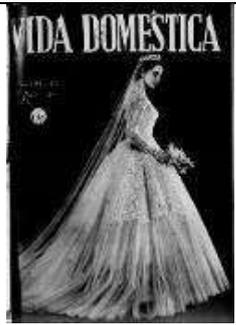
Fonte: BnDigital (2018)<sup>9</sup>

O conteúdo dessas revistas encontradas não tinha muitas páginas e artigos que se dedicassem ao assunto casamento, eram edições com variados assuntos como qualquer outra edição dessa revista. O que se pôde observar é que a coluna social mostrava muitas fotos de casamentos da elite carioca, no entanto essas fotos vinham publicadas em todas as edições de *Vida Doméstica* desde o seu lançamento, não sendo exclusividade das capas com noivas.

A partir da década de 1950 as capas de *Vida Doméstica* que apareciam noivas se multiplicaram, mostrando uma ampliação desse segmento na década de 1950. Entre 1950 e 1959, doze capas com noivas foram publicadas (Tabela 1).

<sup>9</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/11407>; <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/15102>; <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/46172>.

**Tabela 1 – Capas com noivas, Revista *Vida Doméstica*, década de 1950**

			
Maio/ 1950 ed. 386	Maio/ 1951 ed. 398	Maio/ 1952 ed.410	Maio/ 1953 ed.422
			
Maio/ 1954 ed. 434	Maio/ 1955 ed. 446	Maio/ 1956 ed. 458	Abril/ 1957 ed. 469
			
Maio/ 1958 ed. 482	Novembro/ 1958 ed. 488	Maio/ 1959 ed. 494	Novembro/ 1959 ed. 500

Fonte: BnDigital (2018)

As capas com noivas tornam-se mais comuns no mês de maio, que é conhecido como o mês das noivas, fato esse explicado pelo Brasil ser um país de maioria católica, no qual é celebrado o mês de Maria. A Igreja nesse período ditava os comportamentos da sociedade em geral, seu discurso era utilizado “para manter o seu domínio sobre o comportamento de família desejável, e a moral sexual vigente” (SCHROEDER, 1996, p. 28).

Os conceitos morais pregados pela Igreja com relação à mulher ditavam:

As mulheres estejam sujeitas aos seus maridos, como ao Senhor, porque o homem é a cabeça da mulher, como Cristo é a cabeça da Igreja e o Salvador do corpo. Como a Igreja está sujeita a Cristo, estejam as mulheres aos seus maridos (EFÉSIOS 5, 21-24).

D’Incao (2017) comenta que em períodos anteriores a Igreja era único meio de interagir socialmente e o trancafiamento e vigilância dos pais asseguravam a virgindade das filhas, e esse era o único sistema existente para a manutenção do casamento. Já no decorrer do séc. XIX e XX essa rigidez vai se afrouxando, e as mulheres, principalmente as burguesas, acabavam aprendendo a se autovigiar.

As revistas femininas responsáveis pelas informações das moças, naquele período, publicavam histórias, contos e crônicas que alimentavam o imaginário romantizado das mentes femininas, nas quais estavam arraigados preceitos da Igreja Católica. Essas publicações das revistas construíram o mês de maio como mês das noivas, fazendo essa ligação com o mês de Maria embebido nos conceitos da moral cristã. Yalon (2002) mostra que essa imagem da mulher bela, pura, bem-vestida, mãe de família e dedicada ao lar era uma imagem artificial projetada pelos meios de comunicação que muitas vezes serviam como questionamentos para as suas vidas nada perfeitas.

Ao pesquisar outros conteúdos da revista *Vida Doméstica*, voltados à temática da pesquisa, o casamento, chamou atenção a coluna de culinária, sendo que entre as revistas pesquisadas era a que mais possuía publicações de bolos de casamento, incluindo fotos e sugestões de receitas para bolos de casamento.

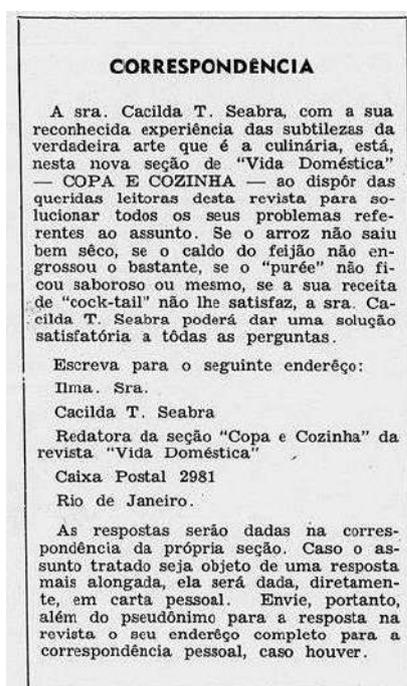
Quem escrevia os textos era Cacilda T. Seabra<sup>10</sup>, responsável pela coluna chamada “Copa e Cozinha”. Segundo a revista, D. Cacilda era professora da Arte Culinária na Escola Doméstica em 1934 (*VIDA DOMÉSTICA*, 1934, p. 144), e em 1937 passou ao cargo de diretora dessa escola, contribuindo para outros jornais como *Correio da Manhã*, que publica um pouco da sua trajetória profissional em junho de 1937, apresentando-a como sua nova colaboradora na arte da culinária (*VIDA DOMÉSTICA*, 1937, p. 37). A coluna “Copa e Cozinha”, geralmente localizada mais para o fim da revista, ocupava duas ou mais páginas mostrando receitas de diversos pratos destinadas à dona de casa.

---

<sup>10</sup> Cacilda T. Seabra era redatora da revista *Vida Doméstica*. Não foram encontradas mais informações.

Em 1947, a revista *Vida Doméstica* publicou uma nota citando que as dúvidas quanto a qualquer assunto culinário poderiam ser encaminhadas à nova seção Copa e Cozinha da revista (Figura 4), abrindo espaço para que as leitoras pudessem tirar suas dúvidas ou pedir conselhos culinários para a responsável pela coluna, a Sra. Cacilda T. Seabra (*VIDA DOMÉSTICA*, 1947, p. 108). Essa abertura da coluna, para que fossem respondidos questionamentos quanto aos assuntos culinários, são pistas que demonstravam quais eram os anseios dessas leitoras, quais pedidos chegavam até a Sra. Cacilda e como ela os atendia. Nesse mesmo ano de 1947 a professora lança seu livro denominado “Arte Culinária Brasileira”<sup>11</sup>. O lançamento de um livro sobre culinária é um aspecto relevante, pois mostra o surgimento de uma nova cultura doméstica, a qual cita Morgado (2017), alterando as formas de cozinhar, decorar, as maneiras de produzir e de servir à mesa. O surgimento de livros e revistas que ensinavam às mulheres os assuntos do universo doméstico foi um fenômeno importante, pois se tratava de produções que estavam inteiramente voltadas para o público feminino consumir.

Figura 4 – Nota publicada para que as leitoras enviassem correspondência à seção Copa e Cozinha, revista *Vida Doméstica* 1947, p. 108



Fonte: BnDigital (2018)<sup>12</sup>

<sup>11</sup> SEABRA, Cacilda T. **Arte culinária brasileira**. 4. ed. rev. Rio de Janeiro: Conquista, 1950. 516p. Inclui índice.

<sup>12</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/43803>.

Ao final de cada publicação havia o espaço destinado a respostas de cartas das leitoras. Foi possível encontrar receitas e dicas de comidas destinadas às recepções de casamento e pedidos de como confeccionar um bolo de casamento. Algumas vezes a resposta chegava com atraso deixando as leitoras na mão “quanto à receita de bolo de casamento, acho que já não é mais necessário, porque essas horas a moça já deve estar casada” (*VIDA DOMÉSTICA*, 1958, p. 106).

A revista *Vida Doméstica* em 1950 custava dez cruzeiros (Cr\$ 10,00), pouco menos que um quilo de farinha na época que custava doze cruzeiros (Cr\$ 12,00) (*VIDA DOMÉSTICA*, 1952, p. 121). Segundo o IBGE, o salário mínimo nesse período era de Cr\$9.600,00, fazendo com que a revista fosse bem acessível aos leitores, e o grande número de anunciantes de lojas e produtos de beleza em suas páginas possivelmente trazia um grande retorno financeiro (IBGE, 2019).

Destacou-se também, nas publicações de *Vida Doméstica*, o grande volume de propagandas de produtos diversos, em uma gradual ampliação de espaço e, provavelmente, de receita obtida com os anunciantes, que parecia ser importante para a sobrevivência da revista (SANTOS, 2011, p. 42).

Em diferentes textos de *Vida Doméstica* foram encontradas expressões como: “acessível”, “econômica”, “não fica custosa”, que retratavam a realidade à qual a revista estava inserida quanto ao contexto social e ao público a que se destinava.

Desde que *Vida Doméstica* foi lançada, trazia em seu conteúdo fotos de casamento. Abaixo (Figura 5), a primeira foto de casamento veiculada na Revista em 1920, na sétima edição.

**Figura 5** – Foto de casamento na revista *Vida Doméstica* 1920, p. 23



Fonte: BnDigital (2019)<sup>13</sup>

As fotos podiam ser enviadas à revista pelas mulheres que se casavam, ou eram tiradas pelos fotógrafos da própria revista, principalmente quando se tratava daqueles da alta classe carioca. Todas as fotos traziam descrições abaixo, essas podiam ser dos cargos ocupados pelo noivo ou pelos pais dos noivos, às vezes se comentava o local de realização da festa, ou a Igreja onde foi realizada a cerimônia, o padre que celebrou, entre outras informações, dependendo de quem se tratasse. Caso fosse alguma pessoa de renome ou celebridade, mais páginas eram dedicadas à reportagem e fotos, também dependia do acesso da revista nesse caso. Essas imagens publicadas permitiam ao leitor visualizar o acontecimento e conferia destaque para pessoas importantes do mundo social, econômico e político. Esses mecanismos usados pelas revistas ajudavam a construir a ideia de casamento como um momento que devia produzir registros visuais que indicassem o tamanho do acontecimento, medido pelas personalidades presentes e pelos objetos contidos, tais como as toalhas, arranjos decorativos, formas de compor a mesa, elementos que alimentavam os desejos de comprar e valorizar o evento do casamento.

Na década de 1950 as fotos de casamento eram publicadas em um espaço chamado “Social”, algumas vezes publicavam vários casamentos na mesma página, e em outras páginas fora dessa coluna em tirinhas ou nas laterais da página, também se publicavam casamentos que podiam ser “menos importantes”, de pessoas da sociedade em geral. A publicação das fotos dos casamentos dependia

<sup>13</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/237>.

do grau de importância e representação dos noivos, ou quem frequentava a cerimônia, como podemos observar abaixo (Figura 6).

**Figura 6** – Casamento de alto nível social com destaque na revista *Vida Doméstica* 1950, p. 38-39



Fonte: BnDigital (2018)<sup>14</sup>

Nesse exemplo, o casamento da filha de um deputado com um jornalista contou com a presença de Juscelino Kubistchek e a esposa e o então Presidente da República Gen. Eurico Gaspar Dutra. Duas páginas inteiras trazem fotos da noiva e dos convidados mais renomados com o texto descrevendo o local da celebração religiosa e da civil. Em todas as edições de *Vida Doméstica*, sem exceção, é possível encontrar fotos de casamentos. Esse fato é de extrema importância, pois são as visualidades engendradas nas páginas das revistas que produzem e permitem a inspiração para as noivas, as poses, o cenário e as roupas. As imagens, além de permitirem visualizar a composição da festa, servem de modelos que contextualizam e narram a moda, gostos, comportamentos e tendências do período, e que ficam mais bem elucidadas ao relacionarmos essas imagens com as cartas enviadas à revista a respeito de dúvidas de como organizar esse evento. As imagens movimentavam o consumo de moda se estendendo aos convidados, padrinhos e madrinhas. A moda produz e alimenta esse mercado de forma a fazer crescer o comércio de roupas, espaços, culinária, ornamentos e flores.

<sup>14</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/47778>.

A moda em *Vida Doméstica*, na década de 1950, ocupava cerca de 20 páginas, um número bastante elevado, como afirma Cardoso (2009). Dentro da revista *Vida Doméstica* a moda aparecia de forma bastante tangencial, sendo incorporada à vivência feminina desde que respeitados os limites da moral tradicional.

A coluna “Muito em Moda” tinha como responsável a jornalista Zenaide Andrea, as edições seguiam basicamente o mesmo formato durante toda década, traziam publicadas fotos de roupas de diversos estilistas internacionais, principalmente franceses, como Dior, Jacques Heim, Jacques Fath, Manguin, Carven, Schiaparelli, entre outros, seguidas de ilustrações de roupas de frente e um pequeno desenho de costas. As roupas ilustradas eram divididas nas páginas conforme seu uso, roupas para o dia, vestidos de casamento, roupas para crianças, para formaturas, primeira comunhão, roupas para passeio, em cada edição havia sugestões para diferentes ocasiões.

A moda dividia espaço com outras colunas voltadas ao cinema, fotos da sociedade carioca e muitas fotos de casamentos, no entanto a moda permeava os assuntos em todas as páginas, seja em fotos tiradas de corpo inteiro das atrizes e das mulheres famosas da rádio, ou nos vestidos de noiva que são detalhados nos textos, as decorações, as comidas e muitas vezes os valores gastos nessas suntuosas festas. Como no casamento de Ivo Pitanguy e Marilurde Nascimento em 1956: “a noiva [...] maravilhosa, vestido de cetim que amolda graciosamente sua fina silhueta e termina numa cauda enorme [...] na cabeça um véu finíssimo de rendas verdadeiras [...]” (*VIDA DOMÉSTICA*, 1956, p. 51).

Os vestidos de casamento apareciam nas colunas de moda ilustrados geralmente sem assinatura e com textos que descreviam o tecido. Também eram publicadas fotos de vestidos de casamento de lojas e estilistas americanos, franceses ou ingleses. Todas as revistas apresentadas na Tabela 1 (p. 34), cujas capas apareciam noivas, tinham em seu conteúdo colunas de moda. Aprofundando a pesquisa com foco nessas colunas foi elaborada a Tabela 2, que apresenta uma seleção de uma das páginas dessas colunas de cada uma das revistas com noivas de 1950 a 1959, para elucidar como os vestidos de noiva apareciam nas páginas de *Vida Doméstica*.

**Tabela 2 – Páginas de moda com noivas, revista *Vida Doméstica* entre 1950-1959**

			
<p>1950 ed. 386, p. 70</p>	<p>1952 ed. 410, p. 84</p>	<p>1953 ed. 422, p. 82</p>	<p>1954 ed. 434, p. 88</p>
			
<p>1955 ed. 446, p. 89</p>	<p>1956 ed. 458, p. 88</p>	<p>1957 ed. 469, p. 80</p>	<p>1958 ed. 482, p. 77</p>
			
<p>1958 ed. 488, p. 56</p>	<p>1959 ed. 494, p. 35</p>	<p>1959 ed. 500, p. 23</p>	

Fonte: BnDigital (2018)

As imagens de vestidos de casamento veiculadas na revista *Vida Doméstica* geralmente vinham de fora do País, lojas americanas especializadas em noivas, como Ohrbach's, Bonnie Bridal, Cinderela Bridals, Joelle Bridals; estilistas americanos, como Jay Thorpe, Murray Hamburger, franceses como Carven e Jean Dessés, e o inglês Ronald Peterson. Algumas fotos tiradas em estúdios fotográficos também eram veiculadas na revista. Alguns fotógrafos citados são: Cerri em São Paulo, Câmera Press de Londres, Carlos Rosen de São Paulo e Mafrá no Rio. A

maioria dos vestidos de casamento mostrados pela revista como “moda” ou como tendências vinha de fora do País, pois a moda internacional era mais valorizada no período. Essas imagens de vestidos de noiva encontravam na moda uma maneira de expandir o setor de consumo dessa espécie de roupa, criando e recriando cortes, detalhes e tecidos para movimentar o mercado de produção e consumo desse tipo de indumentária.

Na década de 1950 existia um discurso não só em *Vida Doméstica*, mas em outras revistas contemporâneas, de uma vontade de construção de uma identidade brasileira e valorização nacional (ORTIZ, 1994). Em 1958 começava a aparecer nas páginas da revista vestidos de noiva confeccionados pela loja Gabriela Modas, que segundo a revista era citada como sendo uma boutique que possuía costureiros próprios e era revendedora de marcas internacionais. Não foram encontradas publicações a respeito da loja Gabriela Modas, mas pode-se sugerir que foi uma das primeiras lojas do Rio de Janeiro com um serviço especializado na confecção de vestidos de noiva.

De acordo com os estudos de Bonadio e Guimarães (2010), o processo de legitimação da moda no Brasil teve início a partir da década de 1920, quando as indústrias têxteis nacionais começaram a produzir tecidos com características e qualidade equivalentes aos importados dos Estados Unidos e Europa e com preço competitivo. Nessa época, conforme apontado por Neira (2008), influenciadas pelo Movimento Modernista presente na época, as personalidades atuantes no campo da moda, como editores de revistas femininas e dirigentes têxteis, começaram a questionar se o mercado têxtil brasileiro deveria continuar seguindo as tendências estrangeiras que chegavam ao País por meio do cinema e revistas, já que as características climáticas e culturais no Brasil diferiam muito daquelas apresentadas no sistema de criação-consumo de moda europeu e americano.

Nesse sentido, na década de 1950 o estilista paulista Dener Pamplona de Abreu citava que “a moda brasileira nasceu da necessidade de adaptação climática” e, além disso, afirmava também que a moda nacional é tropical e, por esse motivo, “os tecidos mais leves e estampas mais vivas deveriam fazer parte do vestir do brasileiro” (DORIA, 1998).

A partir de então, os modelos que ousavam apresentar personalidade própria, voltados para o clima brasileiro e tecidos produzidos no País, começam a se

destacar e chamar a atenção da elite e da imprensa nacional. Entretanto, como não havia história cultural no Brasil que estimulasse a criação, a moda continuava a ser influenciada por tendências estrangeiras, ou seja, a moda brasileira nessa época consistia em ser uma cópia climaticamente adaptada dos modelos europeus (NEIRA, 2008). Segundo relatam Bonadio e Guimarães (2010), mesmo com a indústria têxtil e de confecção tendo alcançado um patamar de igualdade às concorrentes estrangeiras na década de 1920, a moda nacional entre 1930 e 1940 não expressava grandes movimentos e as revistas brasileiras de moda mantinham a cultura de se inspirar na moda internacional.

Na década de 1950, todo conhecimento em relação à moda e vestuário eram passadas entre as gerações da família, ou seja, de mãe para filha ou de pai para filho, no caso dos alfaiates. Bonadio e Guimarães (2010) afirmam que, embora houvesse cursos de formação em corte e costura no País, quem desejasse estudar moda propriamente dita, precisava ir para a Europa.

A moda no Brasil começou a se estruturar de fato a partir da década de 1960, em função da chegada da indústria francesa de fibras e tecido – Rhodia – ao mercado brasileiro. A vinda da Rhodia ao Brasil estimulou o consumo de roupas em função da redução de parte dos custos de produção (matéria-prima), além de propiciar a difusão da ideia da moda inspirada na tradição cultural e nas artes brasileiras através do trabalho de Livio Ragan (MESSIAS, 2009).

Em *Vida Doméstica* podem ser encontrados textos sobre a importância da valorização de uma moda original brasileira.

D. Mena Fiala, diretora da Canadá de Luxe, é uma autoridade nacional em matéria de modas [...] Criações originais já emparelham com os modelos dos grandes costureiros franceses, constituindo justo motivo de orgulho para a mulher brasileira (*VIDA DOMÉSTICA*, 1956, p. 100).

Assim podemos notar a presença de lojas brasileiras com confecção própria, como é o caso da Gabriela Modas e da Casa Canadá<sup>15</sup>, citada em outras revistas pesquisadas. Estilistas brasileiros começavam a se destacar nesse período, como um dos primeiros a ser citado em *Vida Doméstica*, o costureiro Nazareth, o qual,

---

<sup>15</sup> A Casa Canadá era uma loja de moda que atendia a um público elitizado. A loja revendia roupas importadas de estilistas famosos principalmente franceses.

segundo Prado e Braga (2011), era um português que teve uma trajetória curta, morreu com 52 anos devido a um acidente automobilístico. O costureiro tinha grande aptidão para promover desfiles e agregar pessoas e foi um dos idealizadores da criação da Câmara da Alta-Costura Brasileira, que nunca chegou a se concretizar.

A revista *Vida Doméstica* para de circular em 1962, nesse período as colunas de moda apresentavam uma maior variedade de criações, tanto de figurinistas<sup>16</sup> brasileiros quanto de estrangeiros, porém ainda existia a ideia de que os grandes costureiros e as grandes criações vinham de Paris.

### 2.2.2 *Fon-Fon*

A revista *Fon-Fon* surgiu em 1907, dirigida por Pederneiras, Duque e Lima Campos até 1914, quando Álvaro assumiu. Tinha os melhores ilustradores do Brasil: Raul, Calixto e J. Carlos na primeira fase e Correia Dias na segunda (SODRÉ, 1966). *Fon-Fon* tinha publicações semanais, além de muitas ilustrações a revista trazia fotografias, e tinha inicialmente como principal público-alvo a elite carioca.

No início do século XX ocorreram grandes transformações e inovações no Brasil, principalmente na capital Rio de Janeiro, com a implantação da modernização urbana na reforma de Pereira Passos. Muitas tecnologias invadiram a cena urbana e o imaginário social na virada do século XIX para o XX, introduzindo amplas transformações na cidade e também nos periódicos que ali circulavam (FEIJÃO, 2011). A reforma estava pautada em um modelo europeu, principalmente na França, que era referência em industrialização, modernidade e moda. Segundo Feijão (2011), nesse período a elite carioca desejava que o Rio de Janeiro se tornasse uma pequena Paris do Brasil, esse processo de modernização acelerado fez com que crescessem os espaços sociais e a rede urbana.

Em 1908 a revista publicou uma foto de Pereira Passos referindo-se a ele como “ilustre transformador da cidade do Rio de Janeiro” (*FON-FON*, 1908, p. 20),

---

<sup>16</sup> As revistas intitulavam os criadores de moda, que também eram costureiros e figurinistas. A função de estilista está mais ligada a quem desenha e cria modelos, o costureiro seria quem confecciona os modelos criados pelo estilista. Em muitas revistas encontra-se o termo costureiros também para aquele que idealiza o modelo e o confecciona, e em algumas revistas o termo figurinista tem essa mesma função.

demonstrando o ideal de civilização e progresso em que a cidade do Rio estava inserida.

Naquele período muitas revistas ilustradas tornaram-se moda e, sobretudo, ditaram moda. Segundo Zanon (2005), a *Fon-Fon* era uma das melhores publicações ilustradas do País, seu exemplar custava 400 réis e a assinatura anual 20\$000 (vinte mil réis).

Seguia o modelo dos periódicos europeus, pois tudo que vinha de fora era valorizado e o clima instaurado no Rio de Janeiro era de modernidade. O centro da cidade não podia ser frequentado por pessoas que não soubessem se trajar elegantemente, ou seja, era local onde a elite desfilava: “os rapazes no rigor *smart* dos trajes ingleses, as damas exibindo as últimas extravagâncias dos tecidos, cortes e chapéus franceses” (NOVAIS; SEVCENKO, 1998, p. 26).

*Fon-Fon* tinha aproximadamente 30 a 40 páginas quando lançada e após 1911 entre 40 e 60 páginas. Desde o início possuía capa com ilustrações coloridas e temas políticos até 1922. A partir desse período as capas da revista começam a ter a figura feminina como foco.

Quanto às colunas de moda, na primeira edição em 1907 com 30 páginas, está presente a chamada “Chronica da Moda”, localizada na última página da revista.

A coluna de moda é totalmente descritiva com um tom poético, o texto inicia falando dos primeiros frios do ano, o início do outono com o uso dos primeiros figurinos de inverno. “Enchem-se as lojas de modas e de perfumarias [...]”. Os cantos das páginas chamam a atenção para as flores delicadas desenhadas, que fornecem a ideia de feminilidade associada ao conteúdo e assinado por Paulette, algum pseudônimo desconhecido. Macena (2010) aponta que os nomes que aparecem em *Fon-Fon* como colaboradores regulares são pseudônimos.

*Fon-Fon*, segundo Cunha (2008), refletia a *Belle époque*<sup>17</sup> carioca voltada para o mundanismo e alegria, não à toa seu subtítulo era: Semanário, alegre, político, crítico e espusiente.

---

<sup>17</sup> A Belle Époque (1898-1914) é um período em que os modelos europeus são valorizados, ocorrem diversas transformações na cidade do Rio de Janeiro na esfera da moda, do comércio, das sociabilidades.

Nos primeiros anos de circulação da revista não existe uma frequência regular das colunas de moda, aparecem algumas fotos de mulheres no espaço social da cidade que era a avenida central, algumas descrições de trajes das senhoras da alta sociedade carioca e assuntos pontuais que tratam das novidades parisienses.

Macena (2010) comenta que a revista trazia vários assuntos com o intuito de agregar cada vez mais leitores, homens e mulheres.

Em julho de 1913 é possível encontrar uma coluna chamada “Chronica das Modas”, com textos que apresentavam e descreviam peças do vestuário e a revista indicava que essas peças poderiam ser encontradas na Casa Nascimento<sup>18</sup> (Figura 7). Havia muitas propagandas dessa loja, inclusive algumas direcionadas para noivas.

**Figura 7** – Propaganda da Casa Nascimento na revista *Fon-Fon* 1913, p. 15



Fonte: BnDigital (2018)<sup>19</sup>

A loja ficava na Rua do Ouvidor<sup>20</sup>, famosa por sua grande concentração de lojas destinadas à elite carioca. Lá estavam instaladas as melhores lojas de artigos finos, lojas de roupas de modas, cabeleireiros, perfumarias, cafés, confeitarias, joalherias, casas de música e livrarias, e se encontravam as sedes de revistas e

<sup>18</sup> Loja de moda que era propriedade de Miguel Nascimento, inaugurada em 1913 na Rua do Ouvidor, do Rio de Janeiro, direcionada à venda de artigos femininos (*Fon-Fon*, 1913, ed. 026, p. 58).

<sup>19</sup> Revista *Fon-Fon*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/15897>.

<sup>20</sup> Ver mais sobre Rua do Ouvidor em: <http://www.riodejaneiroaqui.com/portugues/rua-do-ouvidor-historia.html>.

jornais. A loja fazia vestidos de noiva sob medida, sugerindo o vestido da Figura 7, feito em seda. Possivelmente eram artigos de luxo, acessíveis apenas a uma pequena parcela da população. A revista nesse período não possuía colunas fixas que tratavam de moda, e tampouco que tratavam de casamento.

Macena (2010) retrata bem a divisão que havia dentro da revista entre os textos direcionados para os homens, que abordavam temas políticos e militares e os temas direcionados às mulheres, considerados leves e frívolos nessa época, como moda, bordados, beleza e assuntos relacionados ao lar<sup>21</sup>.

Segundo Dantas (2010), até 1930 a revista possuía um espaço significativo para sátira política e crônica social, que foi perdendo força e cedendo lugar à figura feminina com a divulgação de colunas relacionadas a comportamento, beleza, elegância e luxo.

Na década de 1940 a revista tinha publicações semanais de moda, com conteúdo voltado aos assuntos femininos, aos contos, novelas, rádio e cinema de Hollywood, distribuídas em aproximadamente 60 páginas. É possível observar que as ilustrações de roupas nesse período vão cada vez mais sendo substituídas por fotos de mulheres elegantes e atrizes de cinema e rádio. A moda dentro da revista estava associada à ideia de elegância, sendo possível encontrar frases como “trajar elegante”, “a mulher elegante”.

Nesse período foi publicada a primeira capa da revista com a foto de uma noiva no mês de novembro, seguida de outra no mesmo ano no mês de dezembro.

É possível observar que antes da década de 1950 as capas da *Fon-Fon* com noivas eram de atrizes famosas do cinema americano (Figura 8).

---

<sup>21</sup> Ver sobre a revista *Fon-Fon* em: MACENA, Fabiana Francisca. **Madames, mademoiselles, melindrosas: “feminino” e modernidade na revista *Fon-Fon* (1907-1914).** 2010. 128 f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade de Brasília, Brasília, 2010. Disponível em: <http://www.repositorio.unb.br/handle/10482/5947>. Acesso em: 16 abr. 2018.

**Figura 8** – Capas com noivas, revista *Fon-Fon*, 1944  
(a- nov., ed. 048; b- dez., ed. 050)



Fonte: BnDigital (2018)<sup>22</sup>

Na capa de novembro 1944, *Fon-Fon* trouxe como suplemento, na última página, o molde do vestido mostrado pela atriz Barbara Hale<sup>23</sup>. Descrevia o tecido como feito em organza de seda rendada, os créditos do molde eram de J. Dias Portugal, professor na Academia de Corte e Alta-Costura (*FON-FON*, 1944, p. 68). O conteúdo da revista nada tratava sobre casamento, salvo o molde apresentado.

Na revista de dezembro de 1944, que tinha a mesma atriz na capa, não havia páginas que abordassem o tema casamento, mas, assim como na edição do mês anterior, trouxe o molde do vestido apresentado por Barbara Hale na última página. E indicou que o professor J. Dias tirava gratuitamente dúvidas sobre qualquer molde publicado em *Fon-Fon*, anunciando seu endereço.

As páginas de moda ao final de 1945 traziam modelos e ilustrações de roupas que não tinham uma coluna fixa, eram espalhadas pela revista, algumas vezes ocupavam as laterais das páginas, outras com duas páginas inteiras. Os desenhos e sugestões apresentadas pela revista acompanhavam o que se vivenciava, um período de tensão ocasionado pela Segunda Guerra.

<sup>22</sup> Revista *Fon-Fon*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/114657>; <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/114792>.

<sup>23</sup> Famosa atriz de Hollywood que, segundo o jornal *New York Times*, faleceu em janeiro de 2017. Sua carreira foi marcada por uma série de TV chamada *Perry Mason*.

O período de guerra refletia no vestuário apresentado pela revista *Fon-Fon* a ideia de que a elegância da mulher moderna era a simplicidade, vestidos para o trabalho como o *tailleur* entravam em cena em favor de vestidos longos com grandes quantidades de tecidos. É possível também observar o incentivo ao uso de roupas pretas e sóbrias. Segundo Veillon (2004, p. 28), a moda desse período estava no *tailleur* estrito, alegrado apenas por algum casaquinho de crepe, o guarda-roupa era sóbrio avisando que o tempo de frivolidade havia passado.

Em 1948 mais uma capa com noiva era publicada, essa do mês de maio tratava-se de um “número de modas dedicado às noivas” (Figura 9).

**Figura 9** – Capa revista *Fon-Fon* (maio, 1948, ed. 2143).



Fonte: BnDigital (2019)<sup>24</sup>

A descrição de apresentação da capa era a seguinte:

O bonito modelo de noiva da capa, assim como as outras “toilettes” apresentadas por Ginger Rogers no filme “It had to be you”, e estampadas em várias páginas desta edição de *Fon-Fon* foram especialmente desenhadas por Jean Louis<sup>25</sup> para a insinuante “estrêla” da Columbia (*FON-FON*, 1948, p. 11).

<sup>24</sup> Revista *Fon-Fon*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/125084>.

<sup>25</sup> Segundo Leal (2017), Jean Louis nasceu em 5 de outubro de 1907 e se tornou um *designer* de sucesso em Hollywood. Chegou a ganhar um Oscar. Trabalhou e ganhou experiência em Nova York ao trabalhar com Hattie Carnegie, um empresário que conhecia o chefe da Columbia Pictures. Foi o suficiente para que fosse indicado ao cargo de *designer* principal da Columbia. Entre 1944 e 1960 ele vestiu famosas, como o vestido usado por Rita Hayworth no filme *Gilda*. E foi o responsável pelo vestido de Marilyn no dia em que cantou feliz aniversário ao presidente

Segundo Crane (2006), uma profissão alternativa para o criador de moda americano era desenvolver figurinos para a indústria do cinema de Hollywood e, por terem grande repercussão, muitas vezes rivalizavam com os estilistas franceses. É possível observar que o conteúdo de moda da revista se dividia em ilustrações feitas por colaboradores ou responsáveis pela coluna, fotos de vestidos das estrelas de Hollywood com créditos do criador do vestido e fotos de mulheres com vestido de noiva de criadores franceses.

As páginas de moda da edição mostrada na Figura 9 de *Fon-Fon* têm muitos vestidos de noiva apresentados como sugestões de modelos. A capa destaca-se por ser uma edição para noivas, tem uma média de quinze páginas com modelos de vestidos para a ocasião do casamento, algumas selecionadas e mostradas na Figura 10.

Figura 10 – Conteúdo da revista *Fon-Fon*, 1948 (a- p. 20-21; b- p. 22; c- 28-29)



Fonte: BnDigital (2019) – selecionado pelo autor

As ilustrações nas duas primeiras páginas (Figura a) acima não possuem assinatura, mostram sugestões para noivas, para madrinhas e daminhas, com miniaturas das costas para facilitar a reprodução. Apesar de a revista citar que os figurinos de Jean Louis apareceriam em várias páginas na descrição da capa, somente uma página mostra um vestido do estilista americano (Figura b), e seis páginas seguintes com vestidos de noiva de famosos estilistas franceses, como Molyneuse, Jeanne Lanvin, Lucien Lelong, Pierre Balmain, Nina Ricci, Marcel Rochas, Balenciaga e Jacques Griffe. Esses estilistas franceses eram bastante citados em outras edições e em outras revistas, indicando que seus vestidos de noiva traduziam bom gosto de estilo e tendência do período. A França dominava o mundo da moda, ainda que houvesse outras opções de ingleses e americanos a moda francesa era sinônimo de bom gosto, de modernidade e elegância. Os dois vestidos mostrados nas duas últimas imagens acima são respectivamente de Molyneuse e Lanvin, os outros seguintes também eram retratados da mesma maneira, uma foto ocupando a página toda com descrição de tecido ao lado.

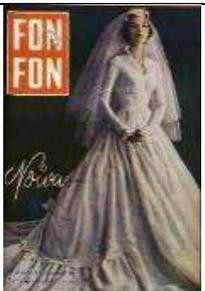
Em 1950 a revista passou a ter um número maior de páginas dedicadas à moda, a assinatura anual da revista (52 números) saía por 250 Cr\$, cada número saía por 3 Cr\$, sendo acessível à grande parte da população. Sua distribuição continuava sendo semanal. Segundo Franqui e Periotto (2015), em 1950 as propagandas veiculadas em *Fon-Fon* completavam o discurso disseminado em seus conteúdos, que nesse período estão concentrados nos temas femininos como beleza, cuidados com o lar, com a educação dos filhos e manutenção do casamento. “Era indisfarçável o conformismo da maioria das mulheres diante da condição de sujeição imposta pelas leis e pelos costumes: serva do marido e dos filhos, sua única realização aceitável acontecia no lar” (PRIORE, 2015, p. 248).

A década de 1950 era foco de análise desse escopo, a revista *Fon-Fon* destacou-se nesse período por algumas colunas selecionadas chamadas “Segredos” e “Modas de *Fon-Fon*”. Tinham títulos diferentes, mas a coluna “Segredos” trazia textos que geralmente antecediam a coluna “Modas de *Fon-Fon*”. Essas colunas eram de responsabilidade do “Departamento de Modas de *Fon-Fon*” criado em 1950 e assinavam por ele Gilberto Brandão e D. Eloyna A. de Araújo. A importância dessa coluna se devia fato de serem encontrados textos que tratavam da moda para casamento, tendências e dicas para a preparação do grande dia, bem

como vinham ilustrados vestidos de noiva, e moldes desses vestidos podiam ser comercializados às leitoras, a coluna também respondia a pedidos e cartas enviadas. Em *Fon-Fon* foram encontradas 35 cartas de leitoras relativas a pedidos de moldes de vestidos de noiva e dicas de casamento, 20 textos relacionados ao vestido de casamento, à cerimônia e recepção de casamento.

Nesse período, assim como em outras revistas, as capas e publicações sobre casamento apareciam com maior frequência nas edições de *Fon-Fon*. Podemos notar que foram três edições com capas de noiva na década de 1940, já a partir de 1950 o número aumenta para treze capas (Tabela 3).

**Tabela 3 – Edições com capas de noivas entre 1950 e 1958**

			
9 dez./ 1950 ed. 2278	17 mar./1951 ed. 2292	26 abr./ 1952 ed. 2350 <sup>26</sup>	26 jul./ 1952 ed. 2363
			
4 out./ 1952 ed. 2373	22 nov./ 1952 ed. 2380	11 abr./ 1953 ed. 2399 <sup>27</sup>	6 jun./ 1953 ed. 2408 <sup>28</sup>
			
24 out./ 1953 ed. 2428	8 maio/ 1954 ed. 2457	8 dez./ 1956 ed. 2592	28 maio/ 1957 ed. 2607 <sup>29</sup>

<sup>26</sup> Edição dedicada às noivas.

<sup>27</sup> Edição especial tudo para casamento.

<sup>28</sup> Sugestões para as noivas.

<sup>29</sup> Edição dedicada às noivas.

			
<p>1ª quinzena maio/1958 ed. 2630</p>			

**Fonte:** BnDigital (2019) – selecionado pelo autor

A capa de uma revista consegue unir, de maneira provocativa e instigante, informação e estética, ou seja, não basta ser apenas bonita e informativa. Souza (2008) compara a capa de uma revista ao seu cartão de visita e acrescenta que sua função primordial é atrair a atenção dos leitores e vender a revista. A capa apresenta os assuntos principais que eram tratados naquela edição da revista e, no geral, possui quatro elementos básicos: o logotipo, a imagem principal, o tipo de letra e as cores.

Carlos Grassetti (apud SOUZA, 2008), *designer* da Editora Abril, afirma que “a capa é a voz que te chama na banca”. Segundo ele, para serem bem-sucedidas, as capas devem levar em consideração quatro fatores que necessitam agir em sinergia no intuito de conquistar o leitor: estética, conteúdo, identidade da revista e, por fim, o apelo de vendas.

Outra função importante da capa de uma revista é fazer com que o leitor identifique imediatamente a publicação, entretanto, sem deixar de sempre surpreender pelas constantes inovações que a edição deve trazer. Portanto, é primordial que a capa da revista traga uma logomarca marcante, limpa, de fácil assimilação e que esteja relacionada ao estilo de vida do público ao qual a revista se direciona.

Além disso, a beleza estética da capa também é de suma importância, pois chama a atenção dos consumidores que irão comprar a revista. Souza (2008) aponta ainda que bom gosto na seleção de fotos e na combinação das cores da capa é essencial e destaca que, apesar disso, a forma jamais deve prejudicar o conteúdo, mas sim valorizá-lo.

Na Tabela 3, a primeira capa em dezembro 1950 é uma foto da *Warner Bros. Pictures*, com a atriz Ruth Roman<sup>30</sup> vestida de noiva. Como nos anos anteriores, a revista não apresenta muita informação em seu conteúdo sobre o assunto casamento, nem mesmo trata se a atriz da capa havia se casado ou se tratava de algum filme ou foto de divulgação do criador. O interior da revista mostra mais duas fotos de noivas, possivelmente compradas, uma da Warner e outra da *Fashion News Bureau* de Nova York.

A capa de março de 1951 possuía uma ilustração de noiva assinada por Gil (Gilberto) Brandão, que coincidentemente assumia a coluna de moda naquele mesmo ano. Chamada “Modas de *Fon-Fon*”, sua assinatura vinha abreviada, G.B., e mostrava modelos de estilistas americanos e franceses. Nessa edição a coluna de moda possuía trinta páginas, algumas delas selecionadas na imagem da Figura 11, número bastante expressivo, correspondendo praticamente a 50% da revista dedicada à moda.

**Figura 11 – Modas de *Fon-Fon*, 1951, p. 28; 30; 34; 38; 39; 42; 45; 46**



Fonte: BnDigital (2018) – selecionado pelo autor

<sup>30</sup> Atriz de Hollywood, nascida em 1922, que iniciou sua carreira no cinema norte-americano em 1945 com o seriado chamado “A Rainha das Selvas”, e o auge da sua carreira foi na década de 1950. Segundo a revista *Fon-Fon* de 11/11/1950, no período de um ano a atriz participou de sete filmes.

A primeira página geralmente trazia um texto tratando da moda da estação. Nessa edição da Figura 11 a coluna trazia comentários a respeito das novas opções de vestidos de noiva que podiam ser reutilizados e transformados para serem usados em outras ocasiões. Outros comentários a respeito das rápidas reproduções de vestidos de noiva, como da Rainha Elizabeth da Inglaterra e de Elisabeth Taylor no filme americano “O pai da noiva”. Crane (2006) fala que nesse período havia lojas de departamentos que vendiam roupas *prêt-à-porter*<sup>31</sup>, no entanto essas lojas não eram consideradas de bom gosto pelas classes média e alta, sendo as costureiras responsáveis por fazer cópias e reproduções de vestidos dos grandes costureiros franceses.

Observa-se nas páginas mostradas na Figura 11 que as roupas eram representadas em ângulos diferentes para que as mulheres pudessem mandar fazer tal como o modelo. Maleronka (2007) cita que na década de 1950 muitas mulheres sabiam costurar, havia oficinas e cursos de capacitação para que elas pudessem aprender o ofício que poderia servir como fonte de renda para as de classes inferiores ou era como um atributo para as mulheres mais abastadas, o saber costurar reiterava o papel de boa dona de casa. Naquele período a necessidade permanente por inovação e “o crescimento da produção do vestuário também faz com que se ampliem as ocupações de modistas e de costureiras independentes” (MALERONKA, 2007, p. 87).

As revistas difundiam as modas usadas pelas mulheres da alta classe que inspiravam outras mulheres a copiarem seus modelos. As lojas que comercializavam roupas que seguiam a moda, ou que eram consideradas de bom gosto, estavam longe do acesso da maioria das mulheres, e ainda que esses estabelecimentos atendessem a uma clientela restrita que podia comprar roupas prontas, as roupas para ocasiões formais como casamentos e vestidos de noite ficavam a cargo das costureiras que ali trabalhavam ou que tinham ateliês independentes.

As páginas da capa de 1951 (Figura 11) estão divididas entre fotos e ilustrações, os textos se referiam à moda em voga, também eram comentados os locais adequados para usar as peças apresentadas, tecidos, cores e tendências de

---

<sup>31</sup> Termo utilizado para roupas compradas prontas para vestir, ou seja, não eram feitas sob medida por uma costureira.

estilos. Como a edição era voltada às noivas, eram apresentados modelos de vestidos para noiva e para madrinhas, damas de honra, para os convidados para cerimônia, para o casamento no civil e também algumas fotos de atrizes famosas com vestidos que seguiam as mesmas tendências dos apresentados nos desenhos. As descrições mostravam o tecido que poderia ser confeccionado e citavam que as opções apresentadas podiam variar de acordo com as “posses de cada uma”.

As ilustrações são assinadas por Gil Brandão e Ramón, e as fotos que não estão apresentadas na Figura 11, mas que constam nas páginas seguintes na revista, são de atrizes americanas, como Peggy Wood e Ginger Rogers com vestidos para casamento. Essas ilustrações e imagens apresentadas pelas colunas de moda de *Fon-Fon* foram fundamentais para que as jovens moças pudessem buscar inspirações de modelos para seus vestidos e guiar não somente na cerimônia da Igreja, mas no casamento civil, em como vestir suas madrinhas, mães, irmãs, enfim, havia propostas de estilos para todos os gostos.

Segundo consta na revista, Gilberto Brandão e D. Eloyna A. de Araújo eram colaboradores no Departamento de Modas de *Fon-Fon*<sup>32</sup>. Pouco se sabe sobre D. Eloyna A. de Araújo, mas seu nome pode ser encontrado em outras revistas como colaboradora, como é o caso do *Jornal das Moças*, no qual seu nome é assinado como Professora Eloyna Anecchini de Araújo: Criadora do ensino sem mestre<sup>33</sup>. D. Eloyna contribuiu com a divulgação de moldes e novos métodos de corte e costura por meio de revistas na década de 1950, para que as mulheres pudessem confeccionar o que era apresentado em suas páginas<sup>34</sup>. Segundo Silveira (2014), a prática de oferecer moldes de roupas em revistas já ocorria desde 1930, eram direcionadas ao público leigo, no entanto ofereciam modelos em um único tamanho, deixando de atender diferenciados tipos de corpos.

Já na década de 1950, o método que D. Eloyna utilizava estava mais dissipado, sendo substituído por um sistema no qual as medidas corporais eram realizadas pelas próprias donas de casa. Esse foi um aspecto crucial no período para a reprodução dos modelos oferecidos pelas revistas via moldes, pois as

---

<sup>32</sup> FON-FON. Correspondência, 1952, ed. 2336, p. 33.

<sup>33</sup> *Jornal das Moças*, 1957, ed. 2214, p. 4.

<sup>34</sup> FIRMO, F. S. **Método centesimal**: corte sob medida – uma abordagem histórica. 2014. Disponível em:  
<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20%202014/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO3-CULTURA/CO-Eixo-3-Metodo-Centesimal-corte-sob-medida.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2018.

mulheres poderiam assim seguir as tendências de moda apresentadas, com roupas confeccionadas por elas mesmas, podendo ainda inserir seu toque pessoal nos modelos. Em junho de 1954, D. Eloyna não aparece mais como colaboradora da revista, que passa agora a contar com Enaide de Oliveira<sup>35</sup> e Gilberto Brandão<sup>36</sup>.

Gil Brandão (Gilberto), como era assinado nos desenhos, também era colaborador de outras revistas além de *Fon-Fon*. Segundo Carvalho e Linke (2013), como médico e arquiteto ele foi de grande contribuição para a moda nacional, visto que suas ilustrações e moldes revelavam as tendências internacionais e as adaptava para o clima e a cultura de nosso País. Gilberto Brandão ilustrou sugestões de estilos e vestidos de casamento em todas as edições de *Fon-Fon* que estão relacionadas na Tabela 3. Ele também era responsável pela coluna intitulada “Segredos” desde 1951, que eram artigos que antecedia a seção de “Modas de *Fon-Fon*”. Eram textos referentes a moda, estilistas, dicas e conselhos com relação ao vestuário, aos estilos que combinavam com as estações do ano, como tecidos e acessórios, beleza e elegância da mulher e algumas vezes o assunto casamento estava presente em suas colunas. Brandão pregava que a moda não deveria ser seguida de olhos fechados, mas sim interpretada de acordo com o tipo físico de cada mulher, com a idade e conforme suas posses (*FON-FON*, 1952, p. 25).

Gil Brandão possuía um programa na rádio chamado “Modas de *Fon-Fon*”, que tratava de moda e respondia a perguntas de leitoras referentes ao assunto, sendo publicado na revista o suplemento gráfico do que não era possível pelo rádio (*FON-FON*, 1953, p. 47). Falava com autoridade nos assuntos, fazia duras críticas às mulheres deselegantes, malvestidas, ou consideradas feias para o padrão da época, dizia que a mulher que fosse bonita poderia mostrar o corpo, mas que uma mulher feia jamais deveria considerar algo assim, e acrescentava: “Imoral é aquela que expõe um par de pernas ossudas e desgraciosas ou um busto anguloso e sem graça” (*FON-FON*, 1952, p. 18).

Seus textos possivelmente faziam muito sucesso, muitas cartas enviadas elogiavam seu trabalho: “Considero Gil Brandão o maior desenhista de modas” (*FON-FON*, 1951, p. 45); “depois que o Sr. Gil Brandão começou a nos enfeitiçar os olhos e aguçar a vaidade com seus bonitos modelos, essa revista tornou-se a

---

<sup>35</sup> Não foram encontradas referências sobre Enaide de Oliveira, somente sabe-se que ela trabalhou juntamente com Gilberto Brandão no departamento de Modas de *Fon-Fon*.

<sup>36</sup> *Fon-Fon*, 1954, p. 3.

melhor do gênero” (*FON-FON*, 1953, p. 64). Gilberto Brandão notoriamente era figura respeitada dentro da revista, assim seus modelos de vestidos e propostas de moda para casar possivelmente foram bastante copiados pelas jovens da época. Ele foi o primeiro modelista da revista manequim a partir de 1965 e, “pode-se afirmar que Gil foi um dos precursores da moda prêt-à-porter que começou a se destacar no período” (CARVALHO; LINKE, 2013, p. 8).

O Departamento de Modas de *Fon-Fon* possuía um espaço para publicar respostas a cartas, chamado “Coluna dos Leitores”. Ali eram respondidas dúvidas variadas relacionadas à moda, como o que usar em uma festa de casamento, formatura, quais tecidos se adequariam aos modelos publicados, dúvidas sobre as roupas que eram ilustradas nas páginas da revista, e também elogios ou críticas à coluna. Essa coluna era fundamental para ajudar as jovens que se preparavam para casar, pois eram respondidas suas dúvidas e ajudavam com certas inseguranças a respeito do que vestir para o grande dia.

Em 1951 uma leitora pediu que a Revista tivesse uma seção de ensino de corte e costura, de modo a permitir que as mulheres se vestissem bem por pouco dinheiro. A revista respondeu que a “Direção de *Fon-Fon* está estudando a proposta e assim que for possível voltará a publicar” (*FON-FON*, 1951, p. 42). Na edição seguinte a revista publicou que as “transmissões via rádio sobre corte e costura estão paradas, pois estuda-se a possibilidade de uma seção ampla de ensino de corte e costura” (*FON-FON*, 1951, p. 40). As cartas eram uma maneira de dialogar com as noivas e a proposta de uma coluna de ensino para corte e costura poderia auxiliar aquelas mulheres que costuravam suas próprias roupas a também confeccionarem seus próprios vestidos de casamento.

Em outras revistas contemporâneas de *Fon-Fon* esses métodos de corte e costura a distância eram também bastante disseminados, como por exemplo, o Método Vogue pelo Jornal das Moças. Saber costurar era exigência do período às mulheres para benefício próprio e da família, e a imprensa cumpria seu papel de disseminadora de conhecimentos e incentivos para tal ofício (SIMILI; FRASQUETE, 2017).

Em meados de 1951, o departamento de modas da revista *Fon-Fon* ampliou as opções da coluna oferecendo alguns moldes grátis como um brinde às suas leitoras. Cada número da revista tinha um cupom que deveria ser preenchido com as

medidas corporais e dava direito ao molde (*FON-FON*, 1951, p. 46). No final de 1951 *Fon-Fon* deu início ao “Método *Fon-Fon* de Corte e Costura” e ofertou moldes de roupas publicadas em suas páginas gratuitamente, isso incluiria modelos de vestidos de noiva que eram publicados. A revista pedia um mês e meio de prazo para enviar o pedido das leitoras.

Não é possível saber quantos pedidos de moldes de vestidos de noivas haviam sido enviados, no entanto, a revista parecia receber grande quantidade deles. Em 1952, em resposta a uma leitora, a revista falou que cerca de 3.000 moldes eram enviados mensalmente pela revista, que eram comuns também extravios de moldes por parte do correio ou que as leitoras que preenchessem o cupom errado também não seriam atendidas (*FON-FON*, 1952, p. 54). Em outra edição falou que eram 2.000 moldes e que isso sobrecarregava o departamento de modas e que às vezes aconteciam equívocos (*FON-FON*, 1952, p. 56).

O saber costurar era algo que geralmente acontecia no próprio lar. Ferron e Ferlini (1996) citam que se constituía em um tipo de saber feminino transmitido de geração para geração, como uma maneira de disciplina do corpo feminino para o trabalho, sendo que muitas vezes a prática da costura era utilizada como ganha-pão de mulheres pobres que necessitavam complementar renda em casa ou mesmo sustentar a família.

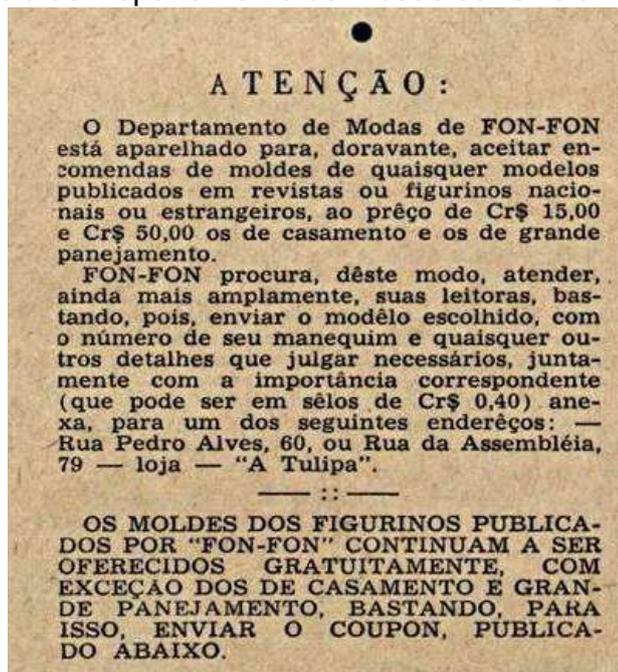
Segundo Ferron e Ferlini (1996), entre 1930 e 1940, durante a vigência do Estado Novo, propagava-se um discurso de que o ofício da costura era um exemplo de profissão feminina exemplar, pois a costura era algo que poderia ser feito em casa corroborando com a mentalidade da sociedade do período, a qual designava os espaços femininos como sendo a família e a casa; a domesticidade feminina.

Pode-se dizer que o papel da mulher brasileira esteve influenciado pelo discurso ideológico da “costura” como “coisa de mulher”, que permeado por ideias educacionais rígidas reafirmavam os papéis indissociáveis de mãe, esposa e dona de casa exemplar, a quem a atuação profissional consistia em trabalhos que poderiam ser realizados no seio do lar, como maneira de servir aos filhos e marido e, em último caso, de complementar a renda da família (SIMILI; FRASQUETE, 2016, p. 270).

Portanto, as revistas alimentavam esse discurso do que era o papel feminino quando publicavam ilustrações com desenhos de frente e costas ou enviavam

moldes para as leitoras gratuitamente para que elas pudessem fazer em sua própria casa. E o fato de a *Fon-Fon* divulgar anúncios avisando as leitoras que a revista disponibilizava moldes de vestidos de noiva e cobrar por esse pedido, era um indício de que havia demanda para tal (Figura 12). Em algumas ocasiões a revista respondia às leitoras: “Angela Pereira pede-nos molde de um vestido de noiva, mas esqueceu de nos remeter a quantia de Cr\$50,00”.

Figura 12 – Anúncio do Departamento de Modas da revista *Fon-Fon* 1952 p. 49



Fonte: BnDigital (2018)<sup>37</sup>

Os anúncios do Departamento de Modas publicados por *Fon-Fon* costumavam avisar que os moldes eram enviados gratuitamente para as leitoras, mas para aqueles que precisavam de grande planejamento, como vestidos de noiva, costumava-se cobrar, justificando que os moldes desse tipo de vestido eram mais trabalhosos que os outros (*FON-FON*, 1952, p. 49). Além dos pedidos de moldes, algumas leitoras possuíam dúvidas quanto ao tecido que deveriam utilizar nos vestidos, ou dúvidas quanto a algum molde publicado pela revista que eram esclarecidos pelo departamento. Em 1953 os moldes de casamento e vestidos mais elaborados passaram a custar 100 Cr\$. Entre 1951 e 1953 os moldes passaram de 50 para 100 cruzeiros, podendo significar que ou a revista possuía uma enorme quantidade de pedidos de vestido para casamento tendo que subir o preço para tentar diminuir a demanda, ou pelo trabalho que esse tipo de vestido costumava

<sup>37</sup> Revista *Fon-Fon*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/137141>.

trazer aos criadores. Se cada mulher enviava suas próprias medidas à revista, cada molde deveria ser desenvolvido de acordo com essas medidas, algo que despendia tempo. Outro fator do aumento de valor é que o departamento de modas de *Fon-Fon* possivelmente obteve sua receita por meio do envio desses moldes.

Outra coluna de curta circulação entre 1952 e meados de 1953, chamada “Escola de Noivas”, dirigida por Elza Maria<sup>38</sup>, contribuía com conselhos às noivas quanto a dúvidas sobre casamento, entradas na Igreja, cerimônia e recepção e textos publicados em respostas a cartas enviadas à seção. A coluna “Escola de Noivas” inicialmente era publicada junto à coluna “Sonho de Amor” (Figura 13), um espaço chamado confessionalário sentimental, sugerindo que as mulheres enviassem suas dúvidas, pedidos de conselhos ou esclarecimentos sobre seus casos pessoais (FON-FON, 1952, p. 12).

Figura 13 – Revista *Fon-Fon*, 1952, p. 12-13

**O CORAÇÃO, PALPITA através dos séculos**

PIEDRO como o próprio mundo, o Amor tem sido, através dos séculos, o grande inspirador das almas de artista. Cantou o Salomão em salmos; escreveu a sua música Beethoven; Beethoven transpôs amor em sua sinfonia; Dante e Petrarca nele beberam inspiração.

Os gregos o representavam como um voluntarioso e travoso menino alado, sempre disposto a fustigar coarctados com a flecha habilitadamente dirigida por seu arco. Na mitologia grega o amor era Eros, filho de Afrodite e Ares. Adotaram-no os romanos sob o nome de Cupido, filho da deusa da beleza, Vênus, e do deus da guerra, Marte.

Apelido filósofo platônico, conta-nos a lenda admirável de Cupido e Psique — o Amor e a Alma — numa alegoria à alma humana que sofre no reverso da vida e das paixões terrestres até atingir a felicidade puramente celestial.

Psique era tão bela que os mortais, confundindo-a com alguma divindade, não cessavam amá-la e ela adorava-na como à própria Vênus. Isto excitou os ciúmes da deusa, que mandou seu filho Cupido fustigá-la com uma flecha palada pelo mais despretensioso dos deuses. Mas, essa o manobrou e despedaçado Cupido o deus do Amor, escapou nas costas de Psique. Levou-a então para o Palácio dos Frades, onde, lá, vista-la, sempre embobado pelas trevas da noite, retirando-se antes da aurora raiar.

Psique teria gozado as delícias eternas se seguisse os conselhos de seu amante, mas, dando ouvido aos pedidos avisos das trevas (irmãs, espíritos que lhe admoestavam para ver-lhe as feições à luz de uma lamparina de óleo. Em vez do monstro que esperava, verificou estar aliada com o mais belo dos deuses. Tomada de indelével paixão, curvou-se para beijá-la e deixou cair uma gota de óleo fervente no ombro do amado. Com a dor, Cupido despertou e correu-a pela encanidade e castigou-a com sua ausência. Começa então a triste peregrinação de Psique. De tempo em tempo, de paiado em paiado, lá vai ela em busca de seu esposo. Em vão tenta, desesperada, lançar-se às águas do rio, e em vão que apela para a deusa do Amor e da Beleza. Vênus, então, aprisiona-a e obriga-a a trabalhar como escrava. Junco, favelado, conseguem abandonar o cordão da vingança divina. E unem-se então em íntimo casamento.

Es a lenda de Cupido e Psique, símbolo da alma sempre em busca do amor, símbolo da felicidade depois que a encontra.

**DEVIDAÇÕES SOBRE O AMOR**

GOSTARIA de ser uma rosa espiã. Tais não me colheriam, e então me concederia a graça de colozar-me entre os seus séios de neve.

Eu te amo fôda inteira. Toda inteira? Não. Odeio teus olhos. Eles se divertem em observar homens odiosos.

Faz-se a colheita uma vez por ano. E ao cortar os cachos de uva ninguém se refere às garrafas com, palavras de deuses.

Enviado delicadamente por meus os teus braços de rosas — tu és todo o meu cuidado. Como o amor sem um preocupado garanhão com, palavras de deuses.

FON-FON — 2-2-1952

**SONHO DE Amor**

SONETO (OLAVO BILAC)

Como a floresta secular, sombria,  
Virgem do passo havana e do machado,  
Onde apenas, horrorado, ecoa o brado  
Do tigre, e coia a gente ramarã.

Não afretasses nunca a luz do dia,  
Assim também, dá luz do amor privado,  
Trabalha o coração sereno e fechado,  
Como a floresta secular, sombria...

Hoje, entre os ramos, a canção honora  
Sobrem, festivamente os passarinhos,  
Triste o riso das arvores a anora...

Palmeiras fôdas, estremeçam ramos,  
E o sol do amor, que não entre os outros,  
Entre dourando a areia dos caminhos.

**FENSAIMENTOS**

A mulher mais complicada está mais perto da natureza do que o homem mais simples.

As mulheres levam o espírito de imitação até o delírio.

As mulheres não foram feitas para pensar: foram feitas para sentir. (Remy de Gourmont)

O olhar é a mais forte arma do amor. Tudo se pode dizer em um olhar, e este é a mais preciosa conservação de duas almas. (Stendhal)

O que faz que os namorados nunca se aborrecem de estar sempre juntos, é que eles fazem sempre de si mesmos. (La Rochefoucauld)

**CONFESSARIÁRIO sentimental**

Aqui neste cantinho estamos prontos a responder às leituras que nos escreverem solicitando explicações, esclarecimentos ou conselhos referentes a seus casos pessoais. Será como uma continuação de “Escola de Noivas” e esperamos seja mais um meio realmente útil às nossas amigas, que são todas as leitoras de FON-FON.

Escrevam para “Sonho de Amor”, Redação do FON-FON, rua Pedro Alves n.º 60, D.F.

Quer sejam negras, os teus cabelos, como uma bela noite, quer sejam loiros, queridas como um lindo dia de verão, conserva o supremo encanto. E quando eles se tornarem como a neve de um fete inverno, ainda e sempre serão adoráveis.

Os meus mais dedicados leitores, de que me serviram? Para cantar a tua fronte? Mas vejo os teus olhos. Cantarei as tuas faces. Mas vejo os teus lábios — lábios ardentes que me chamam e que atraemem muitos almas em seu hábito perfumado.

Tomara esta coroa de rosas, seja bem-amada. Mas não creio que ela te seja um ornamento. E tua beleza jovem é que lhe vai prestar o esplendor.

(Dr. A. Giraldo de Afrodite, de A. Ferdinand Herold)

FON-FON — 2-2-1952

**Escola DE NOIVAS**

VOCE o conheceu na praia, numa festa, no cinema... Não importa. O certo é que você o conheceu, achou-lhe maneiras agradáveis e simpáticas e descobriu terem ambos idênticos pontos de vista. Agora não mova e espere, prepare-se para viver com ele as horas alegres e as tristes, partilhar com ele os trabalhos e as satisfações. Seus prazeres serão os dele, sim, mas guarde-se para si os seus pequenos desgostos. Será melhor contentar-se então quando você o procurar nos momentos de singulares maiores. E nunca se esqueça: um carinho a tempo poupa-lhe a dor... Felizes por outra.

Cuide, você mesma, de renovar. Este parece-lhe-a assim de maior valor, pois você sabe quanto preciosa e quanto trabalho custou cada folha bordada, cada peça cuidadosamente escolhida. Se você poder fazer um Renova! — com letra manuscrita. De contrário, nada de sacrifícios, pois a felicidade não depende de um renova! grande e caríssimo. Limite-se, então, a fazer o indispensável apenas o indispensável, mas de boa qualidade. Mais vale uma peça de boa fazenda — que dura mais e é melhor para um aspecto de velhas logo depois da primeira lavagem. Procure ter toalhas de mesa e toalhas mais simples para o uso diário e dias, como aniversários, especialmente o do casamento. Porque, por mais ilustrado que seja, o marido há de notar que tal data merece de você um carinho especial. Não faça, porém, com muitas outras que só arrumam a mesa com excesso de cuidados quando têm visitas. Neste ponto você deve considerar seu marido como a visita mais desejada, aquela que deve merecer de você as maiores atenções, até mesmo nas pequenas coisas.

FON-FON — 2-2-1952

Fonte: BnDigital (2018)<sup>39</sup>

<sup>38</sup> Não foi possível encontrar nada sobre a jornalista Elza Maria, nem ao menos seu nome contava no Sumário da revista como colaboradora.

<sup>39</sup> Revista *Fon-Fon*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/136131>.

A coluna “Escola de Noivas” posteriormente ganhou um espaço maior dentro da revista. Foram 41 publicações em 1952 e 22 em 1953, sendo que em algumas edições a coluna ganhava maior destaque ocupando várias páginas, como nas edições dedicadas às noivas (Tabela 3). Os assuntos tratados estavam relacionados aos cuidados do lar e da casa, a primeira edição demonstrava o direcionamento da coluna: “[..] você deve considerar seu marido como a visita mais desejada, aquela que deve merecer de você as maiores atenções, até mesmo nas pequeninas coisas”. A coluna dirigida por Elza Maria era como um guia para a preparação ao casamento, considerada importante dentro dessa pesquisa por tratar de assuntos que envolviam as práticas do casar. Entre esses assuntos, grande parte se tratava de respostas às perguntas que as leitoras enviavam à revista, e ainda trazia algumas ilustrações de como deveria ser a cerimônia e a festa de casamento, que serão exploradas posteriormente. A coluna de Elza Maria circulou até julho de 1953, contribuindo com conselhos sentimentais às noivas, conselhos de limpeza da casa e dúvidas sobre casamento.

*Fon-Fon* teve uma maior concentração de capas e publicações direcionadas à preparação do casamento em 1952 e 1953; após maio de 1954 e 1955 *Fon-Fon* não publicou capas com noivas, a data coincide com as mudanças políticas ocorridas no Brasil durante esse período. Segundo Franqui e Periotto (2015), a revista tinha grande engajamento político e a sociedade na Era Vargas era embalada por valores ideológicos, onde o papel da mulher era cuidar do lar. Corroborando com a autora, Nahes (2007) cita que a Era Vargas preparou cuidadosamente uma cartilha de retorno às mulheres ao lar, pregando que somente no espaço doméstico é que a mulher poderia servir a pátria e a família ao mesmo tempo.

Esse discurso de mulheres sendo as rainhas do lar na revista permanece inalterado nos anos seguintes. Ainda que estivesse ocorrendo mudanças políticas e sociais no País, as regras que todas as jovens deveriam conhecer para ser uma boa moça conservaram-se arraigadas na sociedade do período bem como nas páginas de *Fon-Fon*.

As edições de 1956 e 1957 com capas de noivas seguiam muito próximas, sem referências às fotos da capa, o conteúdo não tratava exclusivamente de casamento, a concentração do assunto era por conta da coluna de moda que

publicava fotos e ilustrações de vestidos de casamento, vestidos para o civil, algumas opções de grinaldas e cabelos, e um texto que tratava da beleza da noiva e a importância de estar bem descansada no dia e dormir bem às vésperas. No entanto, percebe-se que em todas as publicações a atenção era voltada às moças novas, os textos seguiam com expressões “para as jovens noivas”, “juvenil traje nupcial”, afirmando os valores da sociedade que Pinsky (2014) trata, de que a mulher com mais de 20 anos que não havia se casado corria um sério risco de ficar “encalhada”, sendo considerada uma noiva de “certa idade” aquela que tivesse mais de 25 anos.

A capa de 1958 não possuía nenhum conteúdo relacionado a casamento, salvo pela capa e contracapa, com uma foto da atriz Audrey Hepburn<sup>40</sup> vestida de noiva, segurando um buquê, sem maiores referências.

A revista *Fon-Fon* circulou até 1958, naquele ano a revista não publicou nenhum texto sobre casamento, e nenhuma coluna de moda que possuísse vestidos de noiva. O último número em setembro anunciou a suspensão das edições, em virtude de a empresa não ter recebido a maquinaria encomendada na Alemanha, impossibilitando-a de melhorar os aspectos gráficos, necessários àquele tempo (*FON-FON*, 1958, p. 25).

### 2.2.3 O Cruzeiro

Em 1928 a revista *O Cruzeiro*, fundada por Carlos Malheiros Dias e logo vendida a Assis Chateaubriand Bandeira de Mello, era propriedade da Empresa Graphica Cruzeiro S.A. e foi um dos primeiros órgãos a integrar os Diários Associados<sup>41</sup>.

Tinha distribuição semanal e foi um periódico que teve grande reconhecimento nacional como veículo de imprensa na disseminação de

---

<sup>40</sup> Audrey Hepburn ficou famosa aqui no Brasil ao estrelar no filme “A princesa e o Plebeu” (Roman Holiday) em 1953.

<sup>41</sup> Segundo Sodré (1966), Diários Associados reunia jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão, que era uma tendência desse período, a pequena imprensa tende a desaparecer sendo incorporada e comprada por grandes corpora es, atingindo milhares de leitores e tendo um poder muito maior de manipula o de opiniões, conduzindo a preferências, mobilizando sentimentos, arrasando reputa es e derrubando governos (p. 447).

informações, apresentando seções dedicadas às diversas transformações enfrentadas pela moda, alcançando seu ápice de sucesso especialmente nas décadas de 1940 e 1950, quando o número de páginas passou de uma média de cinquenta páginas para mais de cem.

Em 1928 seu número avulso custava 1\$000 (mil réis) e a assinatura anual 45\$000 (45 mil réis). Mantinha matérias voltadas para a família brasileira, destacando assuntos que faziam parte do cotidiano, dentre eles, esporte, humor, notícias em geral e moda (LIMA, 2012).

Quando lançada, a revista *O Cruzeiro* foi um marco na história do jornalismo brasileiro, tanto por introduzir uma linha editorial de influência marcadamente norte-americana quanto pelo aumento significativo no uso de fotos (MAUAD, 2005, p. 153).

Suas capas eram bem coloridas e a figura feminina elemento central, o que aumentava o poder de percepção das leitoras para seus anúncios e reportagens. Desde sua criação até sua extinção, a revista *O Cruzeiro* manteve colunas que tratavam de temáticas sobre a moda, abrangendo apresentações visuais, conteúdos próprios e destaques de autores renomados na área.

“O Cruzeiro” intitulava-se “a revista dos arranha-céus”, alardeando-se como um modelo moderno de imprensa não poderia deixar de focar um fenômeno igualmente caro à modernidade, à moda. Pensada nessa primeira metade do século XX como um elemento quase que exclusivamente feminino. Moda e mulher é outra associação constante na bibliografia sobre o tema (LIMA, 2008, p. 05).

A seção de moda dentro da revista inicialmente era chamada de “Dona”, assinada por Madame Thèrèse Clemenceau, uma correspondente francesa que direcionava a moda para o contexto brasileiro. Esta seção retratava a realidade a partir de fotografias em preto e branco com descrições dos modelos usados para que as leitoras pudessem compreender os detalhes e as cores das vestimentas (LIMA, 2012). Conforme relata Lima (2008, p. 03), “a linguagem jornalística de então era bastante rebuscada e a coluna possuía uma infinidade de termos franceses não traduzidos, o que supunha leitoras conhecedoras do idioma”. A linguagem utilizada deixava claro a quem se endereçava, às mulheres da elite brasileira, bem como as roupas apresentadas eram criações de estilistas franceses.

O primeiro casamento mostrado nas páginas de *O Cruzeiro* em 1928 é do vice-presidente da república Sr. Dr. Fernando de Mello Vianna. A imagem mostra os noivos sentados em uma cadeira, a noiva segurando um buquê com vestido de cor clara e a descrição aponta que a foto foi tirada após o casamento do civil (*O CRUZEIRO*, 1928, p. 57). Naquele período, segundo Leite (1991, p. 185), havia duas poses mais comuns para fotos de casamento “os retratos das duas famílias, com membros de duas ou três gerações, com os noivos sentados ou de pé na primeira fila, ou o retrato frontal dos noivos, de pé, fixando a objetiva”. Nesse caso os noivos estavam sentados, mas com a postura reta lado a lado frontalmente.

Eram práticas comuns muitas vezes tirar fotos de casamentos e enviá-las a parentes ou amigos que não puderam comparecer à cerimônia. Essas fotos eram tiradas geralmente “na Igreja, no local da celebração ou no estúdio após a celebração religiosa do casamento e muitas vezes dias depois da data da festa. O estúdio fotográfico era uma espécie de camarim, palco, cenário” (SCHNEID, 2013).

O assunto casamento também aparecia com frequência nas páginas de moda, o primeiro texto na coluna Dona a tratar sobre casamento apareceu em dezembro de 1928<sup>42</sup> (Figura 14).

**Figura 14 – Revista *O Cruzeiro* 1928, p. 45-46**



Fonte: BnDigital (2019)<sup>43</sup>

<sup>42</sup> Todas as imagens utilizadas da revista *O Cruzeiro* possuem direitos autorais, patrimonial e moral, com base nos incisos do art. 7º da Lei n. 9.279 de 1996 (LPI) e artigo 5º, inciso XXIX, da Constituição de 1988. Portanto, foram adquiridas legalmente por meio da empresa Diários Associados pelo [E-mail dapress@dabr.com.br](mailto:E-mail:dapress@dabr.com.br).

O texto da coluna era uma crítica à moda do casamento da época, tratando de como os casamentos vinham se modificando, o quanto os vestidos de noiva não eram mais como antigamente, os quais tinham grandiosidade e seguiam a tradição rígida de serem confeccionados com muitos metros de renda ou cetim e possuíam longa cauda.

Solicitados pelas futuras esposas, os costureiros tiveram que procurar um novo estilo para o vestido nupcial, e assistimos uma surpreendente evolução no traje de casamento. Vê-se a “petit robe” de musselina branca, confeccionada como um objeto de lingerie, curta e sem cauda. Esse vestido imprime à noiva uma silhueta adolescente de primeira comunhão, que me parece absolutamente deslocada (O CRUZEIRO, 1928, p. 45).

Assim, Madame Thèrèse tratou da importância em se manter a tradição do vestido de casamento, reforçando que a ideia de bom gosto e elegância é traduzida nos trajes solenes escolhidos pelas noivas. Citando ainda: “A *toilette* da noiva não é só um assumpto de moda. É também um assumpto de moral”. Observamos assim os valores morais que estão incutidos no traje da noiva, possivelmente as duras críticas do texto fizeram com que muitas mulheres repensassem sobre a utilização de um traje de noiva que estivesse fora dos padrões tradicionais. A jornalista citou ainda a importância da cor branca para o vestido, pois havia conhecido uma noiva que usou a cor rosa em seu vestido, e que esse seria lindo, mas para um baile a fantasia ou para um casamento de cinema. O texto culpou o cinema pela influência teatral na moda casamento com trajes escandalosos que não caberiam à ocasião, se o vestido não fosse branco com véu longo, cauda e buquê de laranjeira poderia ser considerado de mau gosto ou sinal de leviandade.

Pinsky (2014) fala que as moças que não seguissem o padrão da moral hegemônica seriam consideradas levianas, aquela moça que fugia à regra ficava malfalada por não se comportar corretamente. Podemos afirmar que o texto mostrou o quanto a roupa da noiva não é tratada somente como moda, mas o quanto os valores morais e de religião deveriam estar presentes na ocasião do casamento, e o quanto existia uma certa rigidez à tradição, quando o assunto é o matrimônio.

---

<sup>43</sup> Revista O Cruzeiro. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/431>.

A partir de 1934, a coluna “Dona” foi substituída por outras que mantinham ilustrações e comentários mais sintéticos que nem sempre havia a identificação dos autores.

Em 1940, a revista *O Cruzeiro* possuía uma tiragem de 120.000 exemplares e entre os “repórteres que faziam parte do quadro regular da revista constavam: David Nasser, Edmar Morel, Rocha Pita, Nelly Dutra etc. Como colaboradores eventuais: José Lins do Rego, Rachel de Queiroz e Millôr Fernandes” (MAUAD, 2005, p. 155).

Foi a partir da década de 1940 que *O Cruzeiro* incorpora o padrão de qualidade das revistas internacionais, que se assimilava com outras do período como *Life*, *Look*, *Paris Match*, entre outras (MAUAD, 2005).

A primeira capa de *O Cruzeiro* a aparecer uma noiva é de maio de 1940 (Figura 15), ao longo da década foram cinco capas, quatro delas no mês de maio.

**Figura 15 – Capas *O Cruzeiro*, década de 1940**



Maio 1940  
ed. 0028



Maio 1944  
ed. 0029



Ago. 1946  
ed. 0042



Maio 1948  
ed. 0028



Maio 1949  
ed. 0030

Fonte: BnDigital (2019)<sup>44</sup>

<sup>44</sup> Revista *O Cruzeiro*. Disponível em:

A primeira capa em maio 1940 divulgou um molde no suplemento, o conteúdo não trazia nenhum texto que abordava casamento, somente três fotos de noivas e seus vestidos. A noiva da capa aparecia na página 21 com outras três noivas, que segundo a revista todas eram irmãs, atrizes do cinema e com vestidos criados por famosos figurinistas de Hollywood: Milo Anderson, Howard Shoup e Orry Kelly. Não existem muitas informações sobre os criadores, mas os três são homens que foram contemporâneos e tiveram o auge de suas carreiras na década de 1940 desenvolvendo figurinos para os filmes de Hollywood. Orry Kelly, um dos mais famosos criadores de Hollywood, foi ganhador de três Oscars de melhor figurino, segundo a revista Vogue (YAEGER, 2016).

Para Canabarro (2005), a fotografia possibilita que a história se aproxime do presente, e permite que aquele que a vê entenda a história oficial, a secreta, a individual e a coletiva.

A fotografia é um produto social e cabe ao historiador perceber como as imagens constituem uma certa maneira discursiva de colocar em cena questões e fragmentos da história, percebidos no encaixe de uns documentos com os outros na tentativa de se entender sua forma evolutiva e, ao mesmo tempo, descontínua (CANABARRO, 2005, p. 24).

A história da fotografia passou por uma grande evolução desde o início do século XIX, no que se refere tanto às técnicas de captação da imagem quanto aos aparelhos fotográficos, que se tornaram cada vez mais populares. Le Goff (1996) afirma que as fotografias revolucionam a memória e dão caráter de exatidão que poucas fontes históricas podem oferecer, além de servirem como uma forma de democratização da memória social.

A imprensa começou a utilizar a fotografia a partir de 1880, o que causou um grande impacto junto aos leitores. As imagens possibilitaram a criação de uma narrativa visual importante para a divulgação da cultura e da ciência, pois apareciam ao lado dos textos escritos, comprovando algumas ideias e fatos trazidos pelas

revistas e jornais e que, anteriormente, eram apenas narrados ao público (CANABARRO, 2005).

Segundo Mauad (2005), as fotografias da revista *O Cruzeiro* eram a maioria da Europa Ocidental e de Hollywood. Sendo Hollywood onde o carioca mais se espelhava, se “reciclava e assimilava o padrão burguês de comportamento como uma norma de atitude” (MAUAD, 2005, p. 161). Ainda cabe ressaltar que a utilização das fotografias e cores nas páginas de moda facilitaram a visualização dos detalhes das roupas e acessórios.

A edição de maio de 1944 trazia uma página ilustrada direcionada ao casamento assinado por Alceu Pena, localizado nas páginas finais da revista (Figura 16).

**Figura 16** – Revista *O Cruzeiro* de maio de 1944



Fonte: BnDigital (2019)<sup>45</sup>

Na descrição da ilustração lê-se “duas sugestões de Saks<sup>46</sup> para noivas e damas de honra”. Segundo a revista, Alceu se inspirava nos modelos de estilistas para ilustrar as páginas da revista. Nessa mesma edição Alceu desenhou sugestões

<sup>45</sup> Revista *O Cruzeiro*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/003581/41069>.

<sup>46</sup> A *Saks Fifth Avenue* foi idealizada por Horace Saks e Bernard Gimbel, que operavam lojas de varejo independentes na 34th Street de Nova York em Herald Square no início de 1900. Ao oferecer as melhores roupas masculinas e femininas, assim como um extraordinário programa de atendimento ao cliente, a *Saks Fifth Avenue* se tornou sinônimo de gosto e elegância. Em 1926, Adam Gimbel tornou-se presidente da *Saks Fifth Avenue*, trazendo consigo a previsão imaginativa que levou a *Saks* ao auge de seu sucesso. Disponível em: <https://www.saksfifthavenue.com/About-Us>. Acesso em: 09 jan. 2019.

de *tailleur* para casamento no civil, roupas para a lua de mel e para as daminhas. As duas últimas páginas dessa edição de *O Cruzeiro* traziam fotos de quatro atrizes do cinema americano trajando modelos de vestidos de noiva.

A edição de agosto de 1946 exibia na capa uma atriz de Hollywood chamada Michele Morgan, em nota dizendo “kodacrome especial para *O Cruzeiro*”. Diferente das outras revistas, essa edição foi publicada em agosto e não maio, mas o conteúdo da revista não apresentou outros textos sobre casamento.

Na capa de maio de 1948, outra atriz do cinema “Janis Paige, num kodacrome de Eugene Richel, especial para *O Cruzeiro*”. Esse termo kodacrome, que tratava a revista, possivelmente é a marca de um tipo de filme produzido comercialmente pela Kodak, o KODACHROME<sup>47</sup>, provavelmente com a grafia errada nas publicações anteriores.

Na edição de maio de 1949, novamente outra atriz do cinema na capa “Dorothy Malone, da Warner Bros, num kodachrome especial para *O Cruzeiro*”, a nota apareceu com a grafia do nome do diapositivo corretamente. Em nenhuma dessas edições citadas de 1940 a revista abordou matérias sobre casamento.

Dos anos 1930 aos 1940, o cinema norte-americano influenciou significativamente a moda, sendo que:

Isso se deve ao sistema de publicidade dos estúdios cinematográficos, que utilizava a divulgação, através das revistas, antes do lançamento do filme, de fotos da(s) atriz(es) principal(is) usando alguns modelos que apareceriam no filme (NACIF, 2000, p. 08).

Nesse mesmo período Alceu Penna, que já era colaborador da revista, lançou a coluna “Garotas”<sup>48</sup> entre 1938 e 1940, tornando-se uma das colunas que mais fazia sucesso na revista (Figura 17).

<sup>47</sup> Primeiro filme colorido para amadores comercializado com sucesso. Inicialmente oferecido no formato 16 mm para cinema e, em 1936, seguiram-se os *slides* de 35 mm e o filme doméstico de 8 mm. Disponível em: <https://www.portalsaofrancisco.com.br/curiosidades/historia-da-kodak>. Acesso em: 09 jan. 2019.

<sup>48</sup> Mais sobre as colunas de Alceu em: LIMA, Laura Ferraza de. **Vestida de frivolidades**: a moda feminina em suas visões estrangeira e nacional na revista *O CRUZEIRO* de 1929 a 1948. Dissertação para obtenção do grau de mestre apresentada ao programa de pós-graduação em História da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2009. BONADIO, Maria Cláudia. **O fio sintético é um show!**: moda, política e publicidade. Tese (Doutorado em História) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.

**Figura 17** – Coluna “Garotas” com as moças vestidas de noivas em *O Cruzeiro*, 1939, p. 21



Fonte: BnDigital (2019)<sup>49</sup>

A coluna “Garotas” ocupava geralmente duas páginas e se localizava antes da metade da revista. Na edição acima, “Garotas e o Casamento” citou que as garotas também se casam, mas com partidões, aqueles garotos que têm pai rico, afirmando a ideia de que as meninas deveriam buscar um marido por suas posses. O discurso e as reportagens da coluna “Garotas” giravam em torno das conquistas da modernidade, promovendo os desejos individuais consumistas e era destinada às jovens de classe média e alta carioca. Observamos que as ilustrações representadas por Alceu se diferem das outras colunas de moda das revistas do mesmo período, as moças tinham o rosto de boneca com bochechas rosadas e ainda que os modelos dos vestidos representassem o recato exigido para ocasião, notamos as posturas mais soltas e gestos mais expressivos. A coluna chamava a atenção das jovens, que se viam representadas nos desenhos de Alceu. A

JUNIOR, Gonçalves. **Alceu Penna e as garotas do Brasil**. Moda e imprensa 1933-1980. São Paulo: CLUQ, 2004.

NETTO, Accioly. **O império de papel**: os bastidores de *O CRUZEIRO*. Porto Alegre: Sulina, 1998.

CAMPOS, Daniela Queiróz. **Espectros dos anos dourados**: imagem, arte gráfica e civilidade na coluna “Garotas” da revista *O CRUZEIRO* (1950-1964). Dissertação do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

<sup>49</sup> Revista *O Cruzeiro*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/25887>.

divulgação era feita em material impresso colorido, o que chamava maior atenção para seus anúncios e reportagens. As notas ao lado das imagens traziam uma historinha com tom divertido – Amnesia “...e com certeza não se recorda que também prometeu casar comigo agora as 5.30?” (ilustração na segunda página superior esquerda). Assim as colunas de Alceu refletiam o estilo de vida jovem, moças de opinião forte, que iam à praia, praticavam esportes, bem vestidas, alegres e em poses sensuais.

Quanto às colunas de moda de *O Cruzeiro*, em 1945 eram assinadas por Rachel, uma ilustradora não identificada ou pseudônimo de algum outro colaborador. As páginas de Moda nesse período passavam a ser coloridas, estavam localizadas do meio para a frente na revista, os desenhos indicavam os locais e horários em que as vestimentas poderiam ser usadas e em algumas constavam os desenhos das peças em detalhes e de costas, possibilitando a reprodução dos modelos. Na coluna de Rachel eram disseminadas reportagens sobre a moda Hollywoodiana, havendo a promoção das vestimentas usadas no cinema. Rachel também ilustrava nas colunas de moda (Figura 18) temas que possivelmente faziam sucesso entre as mulheres, citados por Lima (2009) como roupas íntimas, roupas para ir à feira, a prática do *footing* e, entre eles, o casamento.

**Figura 18** – Coluna da Rachel com noiva, década de 1940, revista *O Cruzeiro*



Fonte: LIMA (2009, p. 98)

A imagem analisada por Lima (2009) descreve a noiva com vestido recatado e cor branca seguindo a silhueta da época, a ocasião do casamento exigia trajes mais fechados. A cor branca representa a pureza da noiva, conceito que foi consolidado no séc. XIX. O casamento, como um tema recorrente das seções de moda, demonstra a importância que a revista confere para ele no universo feminino (LIMA, 2009, p. 99). Notou-se ainda uma grande diferença nos padrões de ilustração das noivas apresentados por Rachel, o cenário é composto por várias pessoas lado a lado, dificultando a visualização dos modelos propostos, a noiva se mistura com os convidados, não estando em posição de destaque. A seção de moda da revista por um curto tempo manteve ilustrações de Rachel e Alceu Penna, no entanto após esse período somente Alceu permaneceu ilustrando as colunas, ele foi figura-chave em *O Cruzeiro* na representação da moda em voga. Possivelmente, o formato apresentado por Rachel não foi bem aceito, as representações de Alceu tinham traços melhor definidos, podendo as peças ficar mais bem visualizadas, o que facilitaria a reprodução.

Entre 1937 e 1945, muitos jornais e revistas foram fechados por determinação do executivo, e muitos jornalistas presos, a ditadura impôs um modelo nazista de controle criando um órgão específico – o Departamento de Imprensa e Propaganda – que era chefiado por Lourival Flores (SODRÉ, 1966). Foi nesse período que muitas revistas que já tinham uma posição estabelecida desapareceram, a revista *O Cruzeiro* ainda se manteve e foi nessa ocasião que passou a ser incorporada na empresa dos Diários Associados.

Em 1950 cada edição da revista custava 3 Cr\$, o mesmo cobrado por outras revistas contemporâneas como *Fon-Fon*. Nesse período o número de capas com noivas em *O Cruzeiro* aumentou significativamente, sendo encontradas nove capas durante o período, cinco delas concentradas no mês de maio, o mês das noivas.

Tabela 4 – Capas com noivas na revista *O Cruzeiro*, de 1950 a 1959

12 maio/ 1951  
ed. 030



13 nov./ 1952  
ed. 048



1 maio/ 1954  
ed. 029<sup>50</sup>



3 set./ 1955  
ed. 047<sup>51</sup>.



1 out./ 1955  
ed. 051



5 maio/ 1956  
ed. 029



4 maio/ 1957  
ed. 029



7 dez./ 1957  
ed. 08



20 maio/ 1959  
ed. 032<sup>52</sup>

Fonte: BnDigital (2019)

<sup>50</sup> Edição Mês das Noivas.

<sup>51</sup> Edição Os grandes casamentos do ano.

<sup>52</sup> Edição Casamento e Superstições.

Analisando o conteúdo das revistas com as capas de noivas, a primeira de 1951 seguia os moldes dos anos anteriores, somente trazia uma noiva na capa citando que seria uma homenagem de *O Cruzeiro* às noivas brasileiras.

A capa de 1952 novamente trazia uma atriz de Hollywood, Ruth Roman, sem conteúdos relacionados a casamento.

Em 1954 a capa foi a foto de Conchita Canto Chmura, uma jovem filha de suecos que se casou no mês de maio, a coluna das garotas de Alceu nessa edição falou que maio é o “mês por excelência dos casamentos e por isso mesmo é o mês ideal das garotas” (*O CRUZEIRO*, 1954, p. 59). Na coluna de moda dessa edição, duas páginas ilustradas por Alceu com vestidos de noiva de Paris, dos estilistas Pierre Balmain, Givenchy, Jacques Heim, Jacques Fath e Carven indicando tecidos a serem confeccionados.

A capa de setembro de 1955 indicava “Os grandes casamentos do ano”, assim a revista mostrava reportagens de seis grandes casamentos que foram realizados naquele ano. O que chama atenção na reportagem são os detalhes apontados pela revista nos comentários junto às fotos ressaltando detalhes como: a Igreja da cerimônia, principalmente no Rio de Janeiro, a Igreja Nossa Senhora do Outeiro da Glória e a Igreja da Candelária, essas duas eram bastante citadas nos casamentos da alta sociedade carioca, podendo indicar que se casar ali era algo bastante cobiçado e desejado pelas noivas.

O celebrante também era citado com recorrência nas fotos de casamento com destaque caso fosse um Cardeal, Bispo, Arcebispo, Monsenhor, ou altas hierarquias da Igreja Católica. Nessa edição foi possível encontrar uma foto de noiva cujo vestido havia sido costurado por uma brasileira, Mary Angélica. Segundo Prado e Braga (2011, p. 199) Mary (ou Maria) Angélica foi uma modista de origem uruguaia famosa no Rio nos anos 1950. Essa edição falava que o vestido havia sido criado por ela, em outras edições que citavam o nome de Mary Angélica falava-se de modista, costureira ou figurinista, mas sempre ligadas às criações de roupas para a elite carioca.

Em outubro do mesmo ano, outra capa com a noiva e atriz de Hollywood famosa Pier Angeli, que havia se casado um ano antes. As atrizes do cinema eram figuras atrativas, vendiam uma ideia de liberdade, incentivavam as mulheres a terem uma vida mais solta (SANT’ANNA, 2014), o conteúdo da revista com a noiva Pier

Angeli na capa trazia um texto sobre a vida da atriz, mostrando o lado recatado da moça, que ao dar beijos em atores desconhecidos sentia vergonha. O texto sobre a atriz destacava qualidades como sua ingenuidade, seu recato e seu amor verdadeiro pelo marido Vic Damone. A influência do *American Way Life* sobre os modelos de beleza divulgados pela imprensa contribuiu para reforçar valores estéticos entre as mulheres (SANT'ANNA, 2014).

Em maio de 1956 a capa era uma noiva da sociedade carioca e no conteúdo da edição *O Cruzeiro* mostrava em quatro páginas o casamento de Grace Kelly com o Príncipe de Mônaco em abril do mesmo ano.

Em duas capas de 1957 com noivas, em maio e em dezembro, notou-se uma melhora na qualidade das fotos, e não há presença de ilustrações, os textos valorizavam os vestidos da alta-costura francesa que *O Cruzeiro* citava selecionados por Alceu Penna. A revista fazia uma crítica aos vestidos de noiva americanos que tentavam inovar e valorizar os vestidos de estilistas franceses por seguirem a tradição, entre eles, Balmain, Jacques Heim, Jacques Fath, Maggy Rouff, Jean Patou, Jean Desses, Guy Laroche, Givenchy, Germaine Le Comte, Lanvin Castillo, Carven. *O Cruzeiro* apontava que no Brasil o dia 8 de dezembro era a data dos casamentos: “as brasileiras colocam sua felicidade sob o patrocínio de Nossa Senhora da Conceição” (*O CRUZEIRO*, 1957 p. 110). Nas notas publicadas pela revista pode-se notar o quanto ela reforçava os valores tradicionais da Igreja Católica, citando como o tradicional é elegante, e que o casamento é uma data que deve seguir o rigor, principalmente no vestido de noiva.

Na década de 1950, sob as normativas dos dispositivos legais, o ensino religioso era matéria constituinte nas escolas públicas primárias, secundárias, com participação facultativa do estudante. Nessa perspectiva, 95% dos brasileiros, na década de 1940, declaravam-se católicos apostólicos romanos, com predomínio de adeptos do gênero feminino (SIMIELE *et al.*, 2014, p. 113).

Com esses dados pode-se ter uma ideia das concepções tradicionais católicas predominantes na sociedade e principalmente dentro de um ritual religioso que é o casamento.

Na edição de maio de 1959 foi destacado na capa “Casamento e Superstições”. Algo que chama atenção é o fato de a revista citar o ato da noiva jogar o buquê e jogar arroz na saída da Igreja nos noivos. Em outras publicações

pesquisadas, não se falou nada a respeito desse costume, no entanto é algo que remonta de tempos antigos que pode ter sido lembrado pela revista para quem sabe ser adotado pelas leitoras em seus casamentos.

A vestimenta do casamento da década de 1950 seguia o rigor dos valores da Igreja Católica. O vestido devia ser branco, como significado da pureza, o mês de maio é o mês das noivas, por ser o mês de Maria, o mês das mães e o significado do casamento é a formação de família, o nascimento dos filhos, ser mãe.

Até a década de 1950 era difundida a ideia de que o Brasil devia ser povoado, o que era incentivado por meio da legislação que protegia a maternidade e as famílias numerosas (CORTÊS, 2013).

Por meio das imagens dos vestidos de noiva de *O Cruzeiro*, é possível estabelecer conexões com a moda para casar em voga no período, no entanto, para além dessas análises, a pesquisa buscou entender como as leitoras recebiam, aplicavam e remodelavam essa moda para a sua realidade financeira, seus gostos e costumes. Essa análise foi possível por meio das cartas publicadas pela revista na coluna Etiqueta.

Em 1946 começa a ser veiculada na revista *O Cruzeiro* a coluna chamada “Etiqueta”, assinada por Emily Post<sup>53</sup>. Muito possivelmente eram colunas compradas ou copiadas do livro da autora que, segundo *O Cruzeiro*, era uma autoridade norte-americana no assunto. Durante 3 anos a coluna “Etiqueta” circulou com assinatura de Emily Post. Em 1949 a revista publicou um texto falando que as crônicas sobre etiqueta haviam se esgotado e não seria possível atender a demanda de cartas que chegavam, passando assim a ser responsável pelas respostas a tais dúvidas Madame Jeanne Lorraine, que se tratava de uma autoridade parisiense no assunto, e que estava residindo no Brasil (*O CRUZEIRO*, 1949, p. 74).

Na revista *O Cruzeiro*, a coluna “Etiqueta”, sob responsabilidade de Jeanne Lorraine, publicava respostas às leitoras em formatos de textos aconselhando sobre

---

<sup>53</sup> Emily Post nasceu em 1872, seu primeiro livro, publicado em 1922, foi *Etiqueta: na sociedade, nos negócios, na política e em casa*, encabeçou a lista de *bestsellers* de não ficção, e a frase “de acordo com Emily Post” entrou logo em nossa língua como a palavra final sobre o assunto conduta social. A sra. Post, que, quando garota, fora informada de que mulheres de boa condição social não podiam trabalhar, foi repentinamente uma celebridade e uma excelente mulher de carreira americana, posição que manteve durante toda a sua vida. Seus numerosos livros, uma coluna de jornal sindicalizada e um programa regular de rádio em rede fizeram dela uma figura de estatura e importância nacional (tradução livre). Disponível em: <http://emilypost.com/about/emily-post/>.

variados assuntos baseando-se em regras de etiqueta. Não eram publicados os nomes das correspondentes, mas para quem lia já poderia ter uma ideia de como havia sido feita a pergunta e poderia servir como resposta a outras leitoras.

Nessa coluna foram encontrados assuntos como traje de casamento, recepção de casamento, tipos de tecido, tipos de flores, convites e organização da festa de casamento, somando-se 141 respostas de cartas com assuntos relativos ao tema casamento.

Não foram encontradas indicações sobre a jornalista “Madame Jeanne Lorraine”, uma vez que parece ser mais algum pseudônimo adotado com o título de Madame parisiense para atestar confiança às leitoras, podendo até mesmo ser algum redator homem. Segundo Almeida (2016), a presença de nomes franceses femininos era marcante nessas revistas, pois Paris vivenciava uma época de desenvolvimento, sendo reconhecida como capital criadora e difusora da moda, sendo, portanto, uma estratégia eficaz e coerente para que as colunas mantivessem redatoras francesas, ou ao menos nomes franceses que eram considerados autoridades para tratar dos assuntos femininos.

No entanto, as colunas “Etiqueta” foram fundamentais na construção das narrativas das práticas do casar dentro da pesquisa, pois tratavam de como as imagens e textos sobre casamento eram recebidos pelas noivas da década de 1950, suas dúvidas, anseios e inseguranças com relação ao matrimônio.

**Figura 19** – Coluna “Etiqueta”, revista *O Cruzeiro*, 1949, p. 84



Fonte: BnDigital (2018)<sup>54</sup>

<sup>54</sup> Revista *O Cruzeiro*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/61245>.

A coluna de Jeanne Lorraine estava localizada da metade para o final da revista, ocupava geralmente metade de uma página e algumas vezes apenas uma tirinha na lateral da página. Basicamente a coluna era composta por respostas a leitoras, as cartas enviadas à revista de pessoas que possuíam dúvidas sobre etiqueta eram respondidas e publicadas, os nomes eram abreviados ou substituídos por algo relativo ao assunto como, por exemplo, “noivinha desesperada”; “noiva de Minas”, seguido da cidade remetida. Algumas vezes eram construídos pequenos textos baseados nas perguntas sobre determinado assunto. Era corriqueiro, nas colunas dúvidas sobre casamento. Podemos relacionar as dúvidas mais comuns relativas ao assunto casamento – Convite de Casamento; Cerimônia; Traje do Noivo; Vestido de Noiva; Cortejo Nupcial; Padrinhos e Damas; Bolo de casamento; Recepção; Local da Recepção; Responsabilidade das Finanças; Modelos de Vestido da Moda; Horário Adequado; Tecidos; Lanche Nupcial; Pedido de Casamento; Casamento Civil; Alianças; Presentes; Buquê; Casamento Simples; Arrumar Mesa.

Todos os assuntos que envolviam o dia do casamento eram respondidos pela jornalista e por meio dessas respostas conseguimos ter uma ideia da dinâmica estabelecida de como era feita a preparação do casamento pelas moças e suas famílias na década de 1950.

A revista *O Cruzeiro* ficou em circulação até 1975, contando com importantes colaboradores intelectuais como Gilberto Freyre, Sérgio Buarque de Holanda, Austregésilo de Athayde, Oswald de Andrade, Nelson Rodrigues, entre outros. A revista reapareceu em dezembro de 1977, comunicando que “*O Cruzeiro* continua vivo e voltará a ser o que foi nos tempos que pontificou com suas grandes reportagens” (*O CRUZEIRO*, 1977, p. 3). A última edição foi em outubro de 1982, sendo que em 1983 ainda foram publicados mais três números.

De certa maneira todas as revistas femininas do período estudado pregavam ideais conservadores de casamento, de vida social, de família e de diferenças de gêneros, e pregavam ao mesmo tempo valores modernos (daquele tempo), impulsionando novas modas do vestir e do casar. As fotos e ilustrações de noivas eram os vetores de comunicação com as leitoras que promoviam e influenciavam o consumo de roupas, acessórios, decorações, comidas e modos para casar.

São as permanências e mudanças, o conservador e o inovador, engrenagens das transformações fundamentais na compreensão da história. O

assunto casamento dentro das revistas femininas era algo que fazia muito sucesso, explicado pelo valor social e cultural que tinha no modelo de feminino e feminilidade dominantes, que pode ser dimensionado pelo número de informações acerca do assunto dentro das revistas pesquisadas.

Essa valorização do casamento como estratégia da moda era medida pelas cartas endereçadas às colunas das revistas, como consultas das noivas aos jornalistas para que as ajudassem a resolver os problemas acerca de como bem casar. Por meio das cartas mensurava-se as angústias e as ansiedades exploradas pela moda para fortalecer sua importância no evento.

As respostas das cartas feitas são figuras-chave para a pesquisa em questão, principalmente pelo fato de que muitas abordavam diversos temas a respeito do casamento, e as jornalistas responsáveis por respondê-las passam a ocupar um lugar de destaque na arbitragem dos assuntos sobre o casamento e são pistas sobre o tema no bojo das revistas.

### 2.3 CAPAS DE REVISTA

Sendo a ocasião do casamento na década de 1950 considerada um evento de relevo, as revistas investiam em capas e publicações dedicadas às noivas, como mostrado nos tópicos anteriores.

As capas são linguagens não verbais desenvolvidas para serem atraentes aos olhos do leitor, demonstram ao público a que se destinam, com o intuito de serem vendáveis, ou que despertem o desejo de compra para que o leitor possa ter acesso ao seu conteúdo.

As capas de revista são consideradas gêneros discursivos secundários por exigirem um processo de elaboração mais aprimorado de que participam vários elementos em sua composição, tais como fotos ou imagens, letras em tamanhos variáveis que compõem títulos e subtítulos, além dos componentes que caracterizam o gênero, tais como assinatura e outras informações pontuais: data, número de edição, logotipo da empresa (PUZZO, 2009, p. 128).

Em certa medida, a capa demonstrava a importância do evento casamento, e principalmente pelo crescimento do número de capas com noivas a partir de 1950, indicando um investimento potencial nesse setor. A quantidade de capas com noivas indicava que o casamento era algo vendável, de interesse das mulheres, que ansiavam por copiar os modelos publicados, conhecer as referências dos casamentos das elites, os modos como a alta sociedade organizava a festa, muitas vezes servindo como inspiração para seu próprio casamento.

Naquele período não havia segmentações das revistas para as noivas. Contudo, em algumas edições as revistas traziam números especiais (destacados em vermelho) dedicados às mulheres que se preparavam para as núpcias e seu conteúdo total ou parcial era relacionado ao casamento. As capas selecionadas são as que possuem noivas e estão em ordem cronológica que aparecem disponibilizadas pela Hemeroteca Digital (Tabela 5).

**Tabela 5 – Capas das revistas selecionadas, 1950-1959**

	<i>Vida Doméstica</i>	<i>Fon-Fon</i>	<i>O Cruzeiro</i>
1950	 <p>maio/ 1950, ed. 00386</p>	 <p>9 dez./ 1950, ed. 2278</p>	
1951	 <p>maio/ 1951, ed. 0398</p>	 <p>17 mar./ 1951, ed. 2292</p>	 <p>12 maio/ 1951, ed. 0030</p>

	<i>Vida Doméstica</i>	<i>Fon-Fon</i>	<i>O Cruzeiro</i>
1952	 <p>maio/ 1952, ed. 00410</p>	 <p>26 abr./ 1952, ed. 2350<sup>55</sup></p>	 <p>13 nov./ 1952, ed. 0048</p>
		 <p>26 jul./ 1952, ed. 2363</p>	
		 <p>4 out./ 1952, ed. 2373</p>	

<sup>55</sup> Edição dedicada às noivas.

		 <p>22 nov./ 1952, ed. 2380</p>	
	<b>Vida Doméstica</b>	<b>Fon-Fon</b>	<b>O Cruzeiro</b>
1953	 <p>maio/ 1953, ed. 00422</p>	 <p>11 abr./ 1953, ed. 2399<sup>56</sup></p>	
		 <p>6 jun./ 1953, ed. 2408<sup>57</sup></p>	

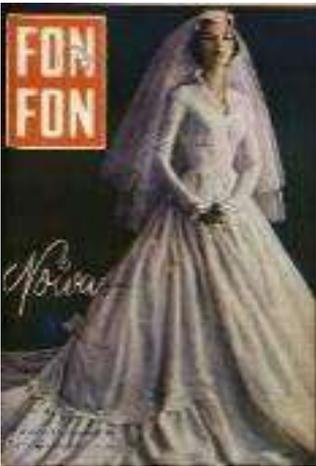
<sup>56</sup> Edição Especial “Tudo para Casamento”.

<sup>57</sup> Edição Especial “Sugestões para noivas”.

			
1954			
	<i>Vida Doméstica</i>	<i>Fon-Fon</i>	<i>O Cruzeiro</i>
1955			
	maio/ 1954, ed. 00434	8 maio/ 1954, ed. 2457	1 maio/ 1954, ed. 0029 <sup>58</sup>
	maio/ 1955, ed. 00446		3 set./ 1955, ed. 0047 <sup>59</sup>

<sup>58</sup> Edição Especial Mês das Noivas.

<sup>59</sup> Edição "Os grandes casamentos do ano".

			 <p>1 out./ 1955, ed. 0051</p>
	<b>Vida Doméstica</b>	<b>Fon-Fon</b>	<b>O Cruzeiro</b>
1956	 <p>maio/ 1956, ed. 00458</p>	 <p>8 dez./ 1956, ed. 2592<sup>60</sup></p>	 <p>5 maio/ 1956, ed. 0029</p>
	<b>Vida Doméstica</b>	<b>Fon-Fon</b>	<b>O Cruzeiro</b>
1957	 <p>abr./ 1957, ed. 00469</p>	 <p>28 maio/ 1957, ed. 2607<sup>61</sup></p>	 <p>7 dez./ 1957, ed. 008</p>

<sup>60</sup> Edição “Noivas”.

<sup>61</sup> Dedicado às Noivas.

			 <p>4 maio/ 1957, ed. 0029</p>
	<b>Vida Doméstica</b>	<b>Fon-Fon</b>	<b>O Cruzeiro</b>
1958	 <p>maio/ 1958, ed. 00482</p>	 <p>1ª quinz. maio/ 1958, ed. 2630</p>	
	 <p>nov./ 1958, ed. 00488</p>		

	<i>Vida Doméstica</i>	<i>Fon-Fon</i>	<i>O Cruzeiro</i>
1959	 <p>maio/ 1959, ed. 00494<sup>62</sup></p>		 <p>20 maio/ 1959, ed. 0032<sup>63</sup></p>
	 <p>nov./ 1959, ed. 00500<sup>64</sup></p>		

Fonte: BnDigital (2018)

Por meio da tabela podemos observar que muitas capas de revistas tinham a figura de uma noiva, algumas eram exclusivamente dedicadas a elas, ou seja, a maior parte da revista trazia como assunto central o casamento, que pode ser observado nas revistas selecionadas com um subtítulo em cor vermelha após a data e a edição. Isso mostrava que aquele periódico trazia as reportagens exclusivamente voltadas ao assunto casamento.

Quanto ao número de capas com noivas dentro das revistas estão:

- *Vida Doméstica* – 12 capas.

<sup>62</sup> Edição Noivas.

<sup>63</sup> Edição Casamento e Superstições.

<sup>64</sup> Revista dedicada às noivas.

- *Fon-Fon* – 13 capas.
- *O Cruzeiro* – 9 capas.

Se compararmos a quantidade de capas das mesmas revistas na década de 1940 temos:

- *Vida Doméstica* – 2 capas (agosto de 1944 e abril de 1949).
- *Fon-Fon* – 3 capas (novembro e dezembro de 1944 e maio de 1948).
- *O Cruzeiro* – 5 capas (maio de 1940; maio de 1944; agosto de 1946; maio de 1948; maio de 1949).

Essas capas da década de 1940 traziam estrelas do cinema que haviam se casado, ou fotos de mulheres vestidas de noivas compradas de algum estúdio. De uma década para outra houve um aumento de 340% nas capas com noivas. Como já citado, as publicações voltadas à esfera do casamento se tornaram mais frequentes a partir da década de 1950 e por meio das capas pode-se ainda enfatizar a ideia de que nesse período existia um grande fortalecimento das práticas do casar sendo disseminadas através das revistas femininas. As revistas voltavam seus discursos aos jovens e publicavam muitos conselhos e opções de consumo dedicados a esse público, e o matrimônio era assunto recorrente e campo fértil de exploração das revistas, ainda que os discursos não deixassem de lado o ideal dominante, o qual os homens eram “chefes da casa” e as mulheres “rainhas do lar” (PINSKY, 2014).

Analisando a tabela elaborada com as capas da década de 1950, pode-se afirmar que havia no mínimo uma publicação anual nas revistas que tinha seu conteúdo quase que exclusivamente dedicado ao casamento.

Considerando todas as capas pode-se destacar alguns elementos que são comuns entre elas.

As expressões faciais das noivas das capas da década de 1950 são um tanto mais contidas, com sorrisos leves e com posturas menos livres. A abertura à sexualidade feminina ocorreu a partir da década de 1960 e somente após esse período é que a publicidade dentro das revistas começou a explorar cenas de mulheres em poses mais livres ou sensuais (SANT’ANNA, 2014). Até então as mulheres consideradas de boa família, ideais para casar, deviam seguir uma postura mais contida, a moça elegante deveria falar baixo, conter o riso exagerado, não

demonstrar sentimentos e acima de tudo manter a boa aparência. Esse conjunto de bons modos estaria diretamente ligado ao quanto ela serviria para ser boa esposa (PINSKY; PEDRO, 2013).

Sant'Anna (2014) também aponta que o sorriso demonstrava saúde pelo fato de a mulher ter os dentes brancos, sinal de que ela sabia se cuidar. Esse fato corrobora com a ideia de Pinsky e Pedro (2013), de que a boa aparência definia o ideal de mulher para casar.

Fazendo uma análise geral de todas as capas dedicadas às noivas na década de 1950, o mais aparente são algumas permanências que atravessam os tempos, como o estilo do vestido de noiva, o fato de ser rico em detalhes, trazendo sempre um pouco de volume, rendas, babados, bordados ou mesmo uma associação desses.

Lê-se em *Fon-Fon* de 1951:

Nos dias após guerra, com as mudanças radicais [...] transformaram-se tradições, subverteram-se métodos. O casamento, no entanto, continua a merecer um capítulo especial. [...] a cerimônia religiosa tornou-se mais imponente. O branco é e será sempre a cor da noiva (*FON-FON*, 1951, p. 34).

O vestido branco é a cor hegemônica do casamento, ainda que existissem indícios dentro da revista de noivas que casaram com outras cores, como azul claro, ou rosa (apontados com tom de crítica pelas revistas), o uso do tecido branco para o traje nupcial é uma tradição que vai sendo atualizada pela moda.

Casar com outra cor que não fosse o branco poderia ser um sinal de que a moça não era mais pura. Na confissão que acontecia antes do casamento o padre perguntava às noivas sobre a vida amorosa do casal.

[...] caso houvesse um relacionamento sexual entre ambos, e a moça estivesse grávida, sofreria algumas sanções da família e da sociedade. A Igreja a condenava, obrigando-a a casar-se com roupa diferente das noivas virgens, por ter cometido pecado, era considerada impura (CORREIA *et al.*, 2006, p. 137).

Ao casar vestida de branco a jovem moça estaria provando diante da sociedade sua pureza, sua virgindade para orgulho da sua família, sendo ainda atestada pelo padre que confirmava sua condição.

Quanto aos tecidos dos vestidos de casamento nota-se uma predominância dos rendados até meados de 1950. As rendas e as sedas são tecidos que transmitem nobreza, por serem caros e delicados. Segundo Crane (2006), o vestuário feminino considerado elegante era dotado de ornamentos, e as mulheres da alta classe se diferenciavam das demais trabalhadoras por suas roupas, não somente pelo estilo, mas pelos tecidos e ornamentos empregados nelas. Ainda que na década de 1950 as roupas das mulheres não tivessem a mesma estrutura do início do século XX, na esfera do casamento esses valores de feminilidade, nobreza e elegância permaneciam no emprego dos tecidos, os considerados “finos” eram os mais ressaltados pelas revistas nas fotos de casamento das atrizes ou das elites cariocas.

A revista *Fon-Fon* (1953, p. 21) fala que “alguns anos atrás não se concebia um vestido de noiva que não fosse confeccionado com tecidos nobres como tafetá de pura seda, cetim, organzas suíças bordadas e vários tipos de renda”. Esses tecidos citados pela revista possivelmente eram muito caros por serem importados, nesse período a fabricação brasileira de tecidos era pequena, no início da década de 1950 não se investia em tecidos mais elaborados, a produção era voltada para um mercado interno majoritariamente de baixa renda (PRADO; BRAGA, 2011, p. 223). Somente mais para o final de 1950, início de 1960, o mercado passou a ter uma produção em escala e os custos e acessos a esses tipos de tecido se tornaram mais populares com preços atrativos. Em 1949 a filial brasileira da Rhodia começou a fabricar a fibra artificial, o raiom (ou *rayon*), o náilon passou ser produzido aqui em 1955 e em 1958 a Companhia Química Rhodia Brasileira iniciou a produção do poliéster, fibra que substituíu o algodão e o linho (PRADO; BRAGA, 2011). Ainda que existissem fábricas como a Santa Constância, que surgiu em 1948 produzindo tecidos finos em seda, era voltada a atender o mercado externo.

Entre as capas das revistas selecionadas, o que chama atenção pelo fato de se manter quase inalterado, é o véu e a grinalda. É como se somente o vestido não caracterizasse a noiva, pois existem também vestidos de debutantes que podem ser brancos, ou vestidos de baile, mas se o branco estiver acompanhado do véu e

grinalda muda totalmente o significado da roupa, como cita Worsley (2010). O conto de fadas fica completo: o véu, a grinalda, uma cauda longa, o cortejo de madrinhas e um buquê cascata (WORSLEY, 2010, p. 15).

O véu é um elemento que para a religião católica significa respeito, ele é citado na bíblia como um traje obrigatório da mulher na Igreja. A primeira epístola aos Coríntios V (11,2-16) cita que toda mulher que não tem a cabeça coberta desrespeita ao Senhor.

Nesse período a Igreja Católica continuava a orientar condutas e impingir modelos (PINSKY; PEDRO, 2012). As revistas femininas eram responsáveis por reforçar concepções tradicionais, nesse sentido elas exaltavam os padrões tradicionais da moral e da religião, portanto a noiva deveria usar branco, véu e grinalda.

O véu também torna a noiva misteriosa, no início do século XX as noivas entravam na Igreja cobertas pelo véu que só seria retirado no altar pelo futuro marido. O noivo retira o véu numa cerimônia que consiste, enquanto ritual público e manifestação social, na passagem do estado de inocência, testemunhada pelos pais, padrinhos, vizinhos e amigos, para o estado de casada (MITIDIÉRI, 2008, p. 7). No casamento de Glorinha Drummond e Ibrahim Sued em 1958, a revista *Vida Doméstica* relatou que a noiva saiu do carro coberta com o véu para evitar curiosos (VIDA DOMÉSTICA, 1958, p. 47).

O véu era pensado como um refúgio para a noiva ao evitar olhares curiosos, para esconder sua insegurança, as lágrimas, ou expressões indesejadas ao entrar na Igreja. Atualmente não é comum as noivas entrarem com o véu escondendo seu rosto, esse costume entrou em desuso, a moda deve ser ostentada em sua maquiagem e acessórios desde a abertura das portas e ingresso da noiva no cortejo. Segundo Edwards (2011), o primeiro véu remonta dos tempos romanos, tinha cores vibrantes e servia para cobrir o rosto das mulheres durante as cerimônias de casamento porque era símbolo de bom presságio.

Na Grécia Antiga, o véu era utilizado como proteção aos maus espíritos, infortúnios e possíveis admiradores durante a cerimônia de casamento, enquanto que na Idade Média ele se tornou parte do vestuário feminino e passou a ser símbolo de nobreza, pois quanto maior o véu, maior era a riqueza da família (GALVÃO, 2017)

O cristianismo atribuiu o véu como símbolo da virgindade. Por meio das capas das revistas pode-se dizer que o véu mudava conforme valores históricos, econômicos e sociais, acompanhando tendências de estilos e de moda. Ora apresentava-se curto, emoldurando o rosto, acompanhando o penteado, ora longo, bordado, rendado, mas sem o véu a noiva não se caracterizava como tal.

Entre as trinta e quatro capas pesquisadas, em 25 os vestidos são de manga longa, podendo ser coincidência ou não, mas em todas as capas em que as noivas aparecem com mangas curtas são de outros meses, exceto maio.

Jeanne Lorraine trata das questões que devem seguir as tradições do casamento em sua coluna “os braços devem ser cobertos ou pelas mangas ou pelas luvas longas, e o decote discreto” (*O CRUZEIRO*, 1956, p. 138).

O mês de maio é um mês sagrado por ser o mês de Maria, um mês que simboliza virgindade e pureza. Os valores morais e a manutenção da virgindade de uma moça eram essenciais para o casamento. “Todo e qualquer desvio de comportamento poderia gerar críticas, desqualificação e, até mesmo, marginalização social” (SCOTT, 2013, p. 21).

O uso da manga longa é referente à forte influência católica em nosso País, a Igreja é um local sagrado no qual as pessoas devem estar vestidas com recato, sem mostrar muito as partes do corpo, e ainda na década de 1950 a Igreja e a sociedade eram rigorosas quanto a essas convenções. Roche (2007) fala da sociedade do século XIX, a qual exigia decoro na roupa, “vestir-se corretamente significava respeitar os costumes e usar roupas adequadas à própria condição e idade, adaptando-se de forma comedida à moda”. Apesar do conceito ser antigo, as revistas seguiam esses valores em seus discursos que eram apoiados pela Igreja e imperativos morais da sociedade cristã.

Nas revistas pesquisadas o que se dizia a respeito do vestido ideal para casar é que ele deveria ser escolhido considerando o tipo físico da noiva, a estação à qual iria ser realizada a cerimônia e o tecido que melhor se adequasse ao modelo escolhido.

Outro elemento observado é o uso de luvas em 13 dessas capas. O Brasil até 1930 era completamente influenciado pela moda de Paris, senhoras elegantes no Rio de Janeiro se vestiam a rigor com capas de pele e luvas. As luvas eram acessórios obrigatórios no traje da senhora elegante (FREYRE, 2009). Crane (2006)

fala que em ocasiões especiais as luvas não eram retiradas nem para comer ou dançar. Com a Segunda Guerra, a entrada da mulher no mercado de trabalho, o racionamento de tecidos e a ideia de que as roupas deveriam ser práticas, acompanhando o ritmo das cidades, o uso da luva foi ficando restrito a ocasiões pontuais, como bailes, casamentos e jantares ou festas requintadas.

Com o lançamento de uma linha que resgatava a feminilidade, conhecida como o New Look (novo visual), do estilista Dior em 1947, que não possuía nada de muito novo, pois seria uma releitura de trajes do sec. XIX, as luvas voltaram à cena fazendo grande sucesso entre as mulheres (MENDES; HAYE, 2003). O estilo era marcado pela cintura fina, ombros estreitos, saias amplas que iam abaixo do joelho. Também o uso de luvas, chapéu e salto alto completavam o visual (BAUDOT, 2002). “Esse estilo impulsionou não apenas a indústria têxtil, mas também os fabricantes de muitos acessórios que o acompanhavam” (MENDES; HAYE, 2003, p. 129). Assim, o uso de luvas na década de 1950 estaria ligado à feminilidade e elegância, sendo utilizadas nas cerimônias de casamento, como visto nas capas das revistas. Ainda que não fosse mais um item obrigatório para o dia a dia as revistas recomendavam que a mulher elegante devesse usar sapato, bolsas, chapéus e luvas que combinassem (MENDES; HAYE, 2003, p. 157).

Quanto ao buquê, em 22 capas existe a presença de flores no cenário ou no buquê da noiva e pode-se notar a predominância da cor branca. O buquê, ramo de flores que a noiva carrega nas mãos no percurso até o noivo durante a celebração do matrimônio representa outro elemento simbólico, que compõe o traje. Esse ritual surgiu também na Grécia Antiga, quando as noivas carregavam um ramo composto de ervas, cereais e alho, como proteção a maus agouros e espíritos malignos. Com o tempo, a tradição sofreu modificações e as flores foram incorporadas ao buquê, que passou a ser símbolo de vida e fertilidade. Acredita-se que a disseminação do costume do uso do buquê pela noiva se deva à divulgação das imagens do casamento da Rainha Dona Amélia de Orleans, da corte portuguesa, com D. Carlos, em 1886, no qual ela segurava um buquê de flores (GALVÃO, 2017).

Em 1950, em *Fon-Fon*, na propaganda de um produto de beleza, o “leite de rosas”, era citado um texto falando que o buquê da noiva deveria ser feito de flores naturais para que o perfume ficasse associado à memória do jovem casal como recordação do momento mais feliz de suas vidas (*FON-FON*, 1950, p. 30).

A revista *Vida Doméstica* (1958, p. 12) citou em seu conteúdo que as flores mais utilizadas para decorações de casamento era o copo-de-leite. Lírios e copos-de-leite apareceram em outras publicações como sendo ideais para ornamentar as cerimônias, por serem brancos, que é a cor predominante nesse dia. As flores de laranjeira foram citadas por *O Cruzeiro* em 1959 como as prediletas das noivas em seus buquês, por serem símbolo de fecundidade, pois a laranjeira é uma árvore que dá frutos em todas as estações. Lírios expressam delicadeza de sentimentos, a pureza, e a rosa vermelha favorece o amor, a alegria e a beleza (*O CRUZEIRO*, 1959, p. 81).

Em uma das capas de *Fon-Fon*, de 6 junho de 1953, ed. 2408, a noiva segura um livro, que é citado em uma das respostas às leitoras em 1952, por Elza Maria. A jornalista dizia que o buquê poderia sim ser substituído pelo rosário, mas que então deveria ser acompanhado pelo livro de reza, e que os dois teriam que ser na cor branca (*FON-FON*, 1952, p. 48).

Entre os textos pesquisados, em duas reportagens em *O Cruzeiro* (1953, p. 59) e em *Vida Doméstica* (1956, p. 53) sobre casamentos, as revistas comentavam o ato de após a cerimônia de casamento as noivas entregarem seu buquê para a imagem de Nossa Senhora como um pedido de bênção e proteção ao casamento. Essas notas eram ressaltadas pelas revistas e podiam ser vistas como um sinal de manutenção da tradição e dos valores conservadores da Igreja Católica, demonstrando que a noiva seguiria esses valores em sua vida conjugal.

Os anos 1950, ao mesmo tempo em que a moda jovem invadia a cena social, o estilo despojado americano, a sofisticação de Paris ainda imperava nas ocasiões formais como no casamento.

A moda se dividia entre a juventude liberal, que seguia o estilo de vida americano das atrizes, iam à praia como as “Garotas de Alceu”, usavam jeans e calças, mas que ao mesmo tempo deveriam ser moças de família, cuidar para não ficarem malfaladas, usar roupas que não fossem curtas ou decotadas para arranjar um marido e se casar de branco na Igreja seguindo as tradições católicas do nosso País. Sant’Anna (2013) retrata bem esse contraponto entre o que era nesse período ser uma moça moderna, ao mesmo tempo bela e como as revistas manipulavam esses valores.

No geral os vestidos de noiva parecem variar pouco, estilos e tendências não ficam claros a partir das capas, no entanto alguns desses elementos apontados podem servir como pequenos registros, retratando essas permanências e mudanças entre o início da década de 1950 e 1959. Podemos dizer que a moda do casamento acompanha os estilos de uma época em que esse nicho se amplia, surgem novos modelos de vestidos, assim como novos afazeres para a noiva, novas ideias e padrões de festas que passam a ser referências, como afirma Crane (2006, p. 274), que modelos de consumo, estilos e comportamento são extraídos da cultura de mídia como astros da televisão, cinema, música popular e esportes.

Ao apresentar de que forma as revistas femininas utilizadas para esta pesquisa apresentavam suas imagens e textos direcionadas às noivas, pode-se aprofundar a análise para entender como se davam os preparativos matrimoniais. Para tanto, as cartas veiculadas nas revistas trazem importantes informações de como essas imagens circulavam na sociedade e a repercussão que tinham em outras searas. As fotos, ilustrações e textos apresentados são referências que indicam possibilidades, no entanto as cartas demonstram a receptibilidade desses elementos no dia a dia das moças que estavam a preparar suas núpcias. Assim, o próximo capítulo irá tratar do período que antecede o dia do casamento, desde o namoro até a escolha do vestido da noiva.

### 3 CAPÍTULO 2

#### 3.1 O DIA DA NOIVA

Táticas de como reinventar o vestido das noivas, tecidos, maneiras de usos e modelos são disseminadas pelas revistas nesse período. Como já citado, as revistas popularizaram e influenciaram a moda do casamento fazendo com que ocorressem mudanças no formato da festa e ampliação dos afazeres das noivas. Nesta parte do texto, aborda-se aspectos envolvidos na escalada da jovem ao casamento. Narra-se, portanto, a história do namoro, noivado e casamento como expectativas que recaiam sobre as jovens, guiada pelos pensamentos de Pinsky (2012, 2014, 2017) e Del Priore (2015, 2017).

Apoiado ainda na visão de Sant'Anna (2014) e Crane (2006), este tópico busca entender como os conceitos do vestir, os padrões de beleza, de idade e os modelos de referência são desenhados pela moda e usados como estratégias pelas revistas para estimular novas formas de consumo.

Por meio das imagens projetadas pelas revistas, e as respostas das cartas publicadas, é possível fazer um balanço sobre como se dava a preparação das noivas na fase do namoro até a escolha do vestido para as núpcias.

O primeiro tópico irá tratar do período de namoro da jovem, o quanto a moda fazia parte do processo da conquista feminina. As revistas como grandes conselheiras do amor iam moldando as relações amorosas do período, ditando o tempo ideal de namoro, de noivado, a idade que a moça deveria se casar, não deixando de reiterar os discursos de moralidade por meio das publicações.

Após o período do namoro, assim que ficavam noivas, as moças deveriam iniciar a preparação do enxoval, sendo esse o próximo tópico a ser explorado no capítulo. A organização das peças que incluíam o vestir da casa e da mulher eram parte da condição para a vida de casada. As cartas e propagandas demonstravam o interesse das moças quanto aos itens que compunham o enxoval e as recomendações de investimento em peças do enxoval que atendessem as necessidades pessoais e financeiras de cada jovem.

Para concluir o capítulo, será tratado um dos elementos centrais do casamento, o vestido de noiva. O vestido pode ser tratado como um marcador social, a vestimenta mais importante da vida da mulher. Fruto do mercado de moda, o vestido segue tendências que ficam visíveis nas páginas das revistas pesquisadas, nas quais se destacam vestidos reais, vestidos das elites, das estrelas de cinema e de modelos famosas. Seus usos e adaptações refletem bom gosto e condições econômicas. Evidenciamos ainda a intencionalidade das revistas em valorizar tecidos nacionais por meio de modelos sugeridos para o casamento.

Outro ponto destacado em relação ao vestido de noiva é o quanto a moda para casar estava relacionada com o padrão de corpo e de idade que era estabelecido nas imagens projetadas pelas revistas. E, ainda, as expectativas e pressões que ficam evidentes nas respostas das cartas, fazendo com que as preocupações das moças em casar movessem o mercado de consumo. Na ânsia de transparecer bom gosto e elegância perante a sociedade geravam a ampliação de serviços, tecidos e investimentos para o grande dia.

### 3.1.1 Do namoro ao noivado

O casamento era um tema valorizado pelas revistas femininas. Na infância as mulheres já aprendiam os modos sobre como ser uma boa moça a fim de garantir um casamento bem-sucedido. Neste sentido, as revistas publicavam artigos com a finalidade de instruir as moças do que seria o papel de uma boa dona de casa, os afazeres domésticos, cozinhar, bordar, educar os filhos, além de estarem sempre elegantes para quando o marido chegasse do trabalho.

Relembrando esses conceitos que são hegemônicos desde o século XIX e atravessam o século XX, já citados por Mira (2001), Yalon (2002), Sant'Anna (2014), Pinsky (2014) e Silva (2016), o casamento era via de mão única para as mulheres. Ser bela e elegante eram conceitos direcionados pelas revistas que demonstravam o quanto a moda iria estimular até mesmo a ideia de gostar de casar.

Perrot (2009) cita esses conceitos como sendo o destino social das mulheres dentro do espaço privado. As mulheres de diferentes classes sociais

tinham nuances em seus papéis dentro do espaço privado; as burguesas tinham privilégios de não fazer serviços domésticos e se ocupar da administração dos empregados; as do meio rural sofriam com o isolamento e o trabalho que a vida do campo exigia; e, as donas de casa das classes populares cuidavam em atender a necessidade da família guiada pelo ritmo das atividades dos filhos, principalmente da escola. O papel social das mulheres por muito tempo teve seus valores impostos pela Igreja, pelo Estado e pelo controle masculino imperativo.

Na revista *Vida Doméstica* um artigo aborda como ser bela, mantendo a boa aparência no vestir e nos cuidados com a beleza, e com objetivo principal de conquistar o amado, ou mantê-lo em um casamento feliz (*VIDA DOMÉSTICA*, 1951, p. 95).

Muitos dos assuntos tratados nas revistas pesquisadas abordavam a forma de como encontrar um marido e ainda como manter o casamento. Tais periódicos definiam a casa como o espaço da mulher, ou seja, de sua inteira responsabilidade. Conforme Priore (2015), o casamento mantém uma importância na vida em comunidade, uma vez que é uma maneira de legitimar a concepção da família, sendo o amor uma das principais razões que permeiam a vida feminina.

A família modelo na década de 1950 era a que os homens possuíam autoridade majoritária, sendo os responsáveis pelo sustento da casa, enquanto às mulheres cabia a prática dos afazeres domésticos. E cuidar dos afazeres domésticos era uma maneira de estimular o consumo e o fortalecimento da indústria e do comércio do período. Nesse ponto os periódicos foram espelhos condutores de novas modas, de visibilidade das aparências, de produtos a serem adquiridos.

Segundo Morgado (2017), o mercado, portanto, foi um grande estimulante das conquistas femininas, pois, ainda que reiterando o papel de rainhas do lar, os periódicos abriram condutas alternativas por meio do consumo. Assim, as revistas foram importantes veículos na inserção de novas maneiras de pensar a festa de casamento e em projetar as ideias de copiar o formato elitizado em suas páginas.

Quando pensamos em analisar o universo do casamento, fazemos referência a tudo que envolve este dia, o qual foi preparado por etapas que se iniciavam no namoro e passavam pelo noivado, como preparativos para chegar no dia escolhido.

De tal modo se faz necessário apresentar um pouco de cada elemento que consideramos importante na composição do dia de núpcias, começando pela jovem moça à procura do namoro e a fase do noivado.

A Igreja dominou a instituição do casamento no Brasil até meados de 1860, quando o aumento da imigração fez surgir a demanda de uma legislação que visasse a regulamentação o casamento de não católicos. A primeira Constituição Brasileira entrou em vigor logo após a Proclamação da República, em 1890, e promulgava sobre o casamento civil. Este passou a ser o único reconhecido pelo Estado até 1934, quando o casamento religioso passou a ter também efeitos civis.

O amor conjugal não se imporia como valor ideal do casamento antes do século XIX, segundo Vainfas (1992) e Perrot (2009). O amor era proveniente da relação do ser humano com Deus, e o ideal de casamento estava associado à virgindade e à castidade. Os casais deveriam ter relações sexuais apenas com objetivo de procriação. A ideia de casamento perante a Igreja era a formação da família. Os casamentos eram estabelecidos pelos pais, que tinham interesse na manutenção ou ampliação do patrimônio das famílias envolvidas.

A partir da metade do séc. XIX, segundo Ariès (1985), Yalon (2002) e Perrot (2009), o casamento passa a ser baseado em relações de amor. As inúmeras mudanças ocorridas no decorrer da história do casamento alteraram grande parte dos costumes e papéis sociais influenciando hábitos e tradições.

Mary Del Priore (2015) trata a moda como um elemento capaz de entrelaçar os padrões físicos disseminados pela conjuntura industrial e cultural com as transformações da vida urbana, conquistas econômicas, transitoriedade social e outros fatores e que contribuiriam com o entendimento sobre a história das mulheres no Brasil na perspectiva do casamento e dos comportamentos femininos.

Yalon (2002) fala que a partir de 1900 as mulheres começam a ingressar no mercado de trabalho, tendo apoio de alguns<sup>65</sup> que acreditavam que o complemento da renda familiar e ampliação da força de trabalho poderiam ser vistos com bons

---

<sup>65</sup> Segundo Yalon (2002), a linha europeia a favor das mudanças progressistas incluíam alguns ilustres escritores como Henrik Ibsen e Bjornstjerne Bjornson, na Noruega; Frederika Bremer e Ellen Key, na Suécia; a diarista franco-russa Marie Bashkirtseff; as ativistas francesas Marie Maugeret e Nelly Roussel; o romancista sul-africano Olive Schreiner; o dramaturgo irlandês Bernard Shaw e a crítica social austríaca Bertha Von Suttner (YALON, 2002, p. 297).

olhos. Mas na maioria das vezes ser mulher e trabalhar fora eram sinônimos de não cuidar do lar e abandonar a educação dos filhos.

Na década de 1950, embora os elementos de convivência tenham sofrido algumas mudanças, os homens ainda escolhiam suas esposas com base nos esquemas tradicionais, optando por aquelas que se comportavam de acordo com os valores morais e ideais de pureza.

De modo geral nos anos 1950:

O bem-estar do marido era a medida da felicidade conjugal e essa adviria, em consequência, de um marido satisfeito. E, para tal bem-estar, qual a fórmula? Seu primeiro componente eram as prendas domésticas. Afinal, a mulher conquistava pelo coração e prendia pelo estômago. Outro quesito: a reputação de boa esposa e de mulher ideal. Quem era essa? A que não criticava, que evitava comentários desfavoráveis, a que se vestisse sobriamente, a que limitasse passeios quando o marido estivesse ausente, a que não fosse muito vaidosa nem provocasse ciúme no marido (PRIORE, 2015, p. 291-292).

Esses modelos idealizados de família que davam à mulher casada um *status* de mulher direita e confiável faziam com que a maior preocupação das jovens e das famílias de meninas fosse arranjar um casamento, ocupando grandes esforços monetários na compra de roupas melhores. Crane (2006) cita que em sociedades mais antigas, os gastos com roupas eram principalmente voltados às filhas mulheres mais velhas, no intuito de conseguirem casar.

A boa aparência era fundamental e as insatisfações femininas eram mascaradas e desqualificadas pelas revistas, que insistiam em afirmar que os erros e defeitos dos homens eram provenientes de sua natureza masculina, citando os mesmos como defensores e donos da razão, mesmo nas brigas conjugais.

Frequentemente esses periódicos diziam para as esposas esquecerem algum desvio masculino, pois o dever da mulher era mais importante. “Na prática, a moralidade favorecia as experiências sexuais masculinas enquanto procurava restringir a sexualidade feminina aos parâmetros do casamento convencional” (PINSKY, 2015, p. 609).

O início da década de 1950 trouxe mudanças significativas para a sociedade, em razão das crescentes ondas de urbanização e industrialização, e uma

maior participação da mulher no mercado de trabalho, ainda que em profissões consideradas femininas como o Magistério e a Enfermagem (AREND, 2012).

Priore (2015) fala que após a Segunda Guerra o País viveu um momento de ascensão da classe média e o mercado criou espaços para consumo e lazer que implicavam em novas maneiras de namorar. O carro populariza-se possibilitando aos jovens frequentar clubes, cinemas, fazer excursões, ocorrendo assim um contato mais direto entre as moças e os rapazes. Segundo Pinsky e Pedro (2012), os flertes e início de namoro ocorriam nos bailes de salão ou reuniões dançantes nos finais da tarde. E as revistas nesse ponto tinham o papel de modelar no que dizia à vida amorosa, bem como grandes formadoras de opinião.

Com a ampliação do mercado nacional e a industrialização, as revistas se tornaram muito procuradas por serem de fácil compreensão e por trazerem confiabilidade para as mulheres consumirem o que estava na moda, o que era de bom tom quanto aos usos e comportamentos.

Pinsky (2014) cita que, enquanto jovens, a preocupação com a aparência era fundamental para a conquista do marido, e essa se estendia às mães que se empenhavam ao máximo costurando, ou mandando fazer roupas para que a filha não ficasse “encalhada”.

Qual o vestido ideal para as mocinhas? Essa era uma dúvida que preocupava as mães e costureiras. *Fon-Fon* fala que as jovens americanas começavam a sair muito cedo com os rapazes, geralmente aos 14 anos, e assim já precisavam estar com roupas adequadas para esses encontros. Assim, a revista retrata opções de vestidos que poderiam ser mandados fazer para que as moças ficassem bem apresentáveis ao sair para namorar. “Nossas belas brasileirinhas poderão aproveitar as ideias, sendo de notar que qualquer um desses vestidos não fica demasiado caro, sendo acessível às posses da classe média” (*FON-FON*, 1951, p. 37).

Com relação ao consumo, Andrade (2009) afirma que a cultura jovem passou a ser influenciada pela descoberta dos símbolos de identificação, representando um estilo próprio de vida e revolução dos modos e costumes. A moda apresentava tendências da alta costura e os trajes eram determinantes sociais.

Grande parte das mulheres buscava essa forma de consumir, de se mostrar bela, de querer usar o que está na moda. Para elas, a beleza, o uso dos artifícios da moda e da cosmética seriam alocados para seduzir, encantar e conquistar.

O casamento e a família “farão perdurar o sentido da feminilidade: agradar, mostrar-se bela, bem-arrumada, o que colocaria a mulher à mercê das práticas, das representações e do consumo de moda” (SIMILI, 2012, p. 124). As moças solteiras buscavam ser belas e alinhadas para arranjar um namorado que fosse um bom partido. Nesse ponto a roupa escolhida por parte das jovens durante o namoro fazia toda a diferença na hora de arrumar um rapaz para se casar e as revistas eram suas fontes de consulta.

As roupas mostradas nas páginas das revistas pesquisadas de 1950, na maioria das vezes eram de estilistas famosos como Chanel, Carven, Schiaparelli; Jacques Fath; Givenchy; Christian Dior; Jean Dessés; Maggy Rouff; Pierre Billet; Lanvin; Balenciaga; Pierre Balmain; Philip Mangone; Jean Patou; Marcel Rochas; Jacques Heim; Jacques Griffe; Madame Grès; Paquim; Lucile Manquin e Madeleine de Rauch.

Ao final dos anos 1950 outros nomes de estilistas aparecem com frequência, como Yves Saint Laurent, Pierre Cardin; Nina Ricci e Marc Bohan da Casa Patou.

Podemos citar atrizes e modelos internacionais que eram ícones e referências de moda seguidas pelas moças do período, como Ava Gardner, Teresa Wright, Marilyn Maxwell, Greta Garbo, Sophia Loren, Brigitte Auber, Anne Vernon, Dany Robin, Marie Daems; Brigitte Bardot; Françoise Arnoux, Marlene Dietrich e Rita Hayworth. Também algumas famosas brasileiras consideradas ícones de beleza e elegância, como Marta Rocha, Ângela Maria, Marlene (Rainha do Rádio) e Nora Ney.

Sant’Anna (2014) aponta que esses modelos de beleza nos anos 1950 eram apresentados pelas revistas por meio de mulheres famosas, ícones de beleza, como Marta Rocha.

Como a grande maioria da população não tinha condições para comprar essas roupas de grife por serem caras, o acesso ficava impossível, desse modo as dicas mostradas nas revistas como opções mais baratas eram úteis ao compor o guarda-roupa da moça que precisava ir aos bailes, namorar e se apresentar à

sociedade bem alinhada, principalmente para ser escolhida por um homem respeitável.

É possível perceber o quanto a moda influenciava nesse processo de conquista por parte da moça, e se vestir bem estava ligado à ideia de arranjar um bom partido. O estilo da roupa da mulher dizia muito sobre sua identidade, se era vaidosa, recatada, se usava maquiagem, cuidava dos cabelos, a aparência poderia ser o reflexo do que seria uma “boa esposa”.

A fase do namoro era algo explorado pelas revistas femininas, principalmente tratando-se do modo de se comportar que as moças deveriam seguir. Pinsky (2014) cita que as meninas deveriam ter muito cuidado para não se tornarem malfaladas, o que incluía também o modo de vestir, o cuidado com a aparência mostrava se a menina era boa moça ou não. Silva (2016) fala de como as moças buscavam se vestir, de acordo com os modelos explícitos nas revistas femininas. No item 2.2.3 deste trabalho menciona-se como modelos de referência do vestir das jovens nos anos 1950 a coluna “As Garotas de Alceu”. Segundo Oliveira *et al.* (2016), a coluna mostrava garotas inteligentes, irreverentes, alegres e levemente irônicas, tornando-se sucesso entre as jovens de 14 a 21 anos, que desde então procuravam referências nas “Garotas”, como o jeito de vestir, a dança, as atitudes, as ideias, o penteado, a maquiagem, a fantasia, o vestido de noiva.

Pinsky e Pedro (2012) enfatizam que nos anos 1950, o consumo direcionado ao público jovem já estavam favorecidos. Embora as mulheres estivessem um pouco mais livres para estudar, trabalhar e circular na sociedade, ainda se encontravam sob vigilância crítica em seu entorno social. O casar-se seria seu grande objetivo de vida, devendo-se tomar o devido cuidado para não se tornarem “rueiras” ou má influência para as amigas. O ideal de virgindade permanecia presente não apenas nas elites, mas também nos setores menos abastados. As relações sexuais antes do matrimônio eram condenadas socialmente, bem como as mães solteiras e aquelas que optavam pela realização do aborto em clínicas clandestinas, uma vez que o mesmo era criminalizado e reconhecido como pecado.

Durante o namoro, segundo Pinsky (2014), as regras eram de que as mulheres não poderiam parecer muito fáceis, os olhares eram vigilantes sobre os casais, mas na década de 1950 as revistas já publicavam algumas mudanças nas formas de namoro e noivado, que podiam ser vistas como mais liberais.

Em *O Cruzeiro* se publica: “não se vai mais ver filmes pela qualidade, mas apenas para passar o tempo, para o namoro no escuro e as liberdades que os casais tomam mesmo com a luz acesa” (*O CRUZEIRO*, 1950, p. 48).

*Vida Doméstica* trazia ilustrações de como seria o jeito correto de namorar e o jeito errado (Figura 20).

Figura 20 – Crônica sobre as formas de namoro, revista *Vida Doméstica*, 1952, p. 13



Fonte: BnDigital (2019)<sup>66</sup>

Na imagem, a primeira coluna corresponde às formas corretas de namorar na rua, no cinema e no baile. A revista cita que a moça deve manter atitudes corretas para evitar comentários da vizinhança, e são utilizadas as expressões atitudes corretas, dignas, respeito é indispensável, escolha com distinção para evitar

<sup>66</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/51469>

arrependimentos. Em contraponto, a segunda coluna, com o “jeito errado” de namorar, cita frases como: a moça ficará malvista, isso é atitude condenável e deprimente, um grande vexame, é perigoso para seu prestígio entre os rapazes do próprio bairro.

Assim se favoreciam e incentivavam que as moças mantivessem certas distâncias dos rapazes, aproximações ou abraços em público seriam condenados com a punição de a moça ficar mal falada para com os “outros”. Nesse ponto podemos sugerir que o fato da revista demonstrar atitudes condenáveis no namoro era porque pudesse ser visto moças namorando “do jeito errado”. Uma pesquisa com as mulheres americanas casadas na década de 1920 revela que 50% delas tiveram experiências sexuais antes do casamento (YALON, 2002, p. 390). Nesse ponto, mesmo que as revistas reiterassem os discursos sobre a moralidade, muitas jovens na década de 1950 já não se casavam mais virgens. E Priore (2015) aponta que, caso acontecesse uma possível gravidez, o “desastre” era punido com o casamento. Ter decoro, zelar pela virgindade, era algo que dizia respeito à moça, mas que se estendia a toda sua família.

Com relação à honra da família como um todo, Pinsky (2015) cita que a própria revista *O Cruzeiro* abordava sobre a importância da boa reputação das filhas para a honra do pai de família, afirmando que a moça não deveria sair com qualquer rapaz, mas sim escolher amigos que faziam parte do seu círculo social e demonstrassem confiança para seus pais.

Do flerte ao noivado, o casal realizava planos para o casamento e permanecia envolvido em um cenário sentimental pautado no compromisso formal do futuro matrimônio, sendo os encontros muitas vezes vigiados pelos pais da noiva que era orientada a cultivar boas maneiras e assegurar que sua virgindade estivesse intacta até o casamento (GRASSI, 2016).

Alguns conservadores chegavam a criticar o cinema americano por trazer para o Brasil más influências, mostrando como normais hábitos condenáveis, tais como mocinhas ousadas e cheias de iniciativa que não respeitam os mais velhos ou que não veem mal algum em passar horas com um rapaz em seu carro ou apartamento. A literatura também estava sob suspeita e os pais e educadores deveriam procurar controlar as leituras das moças recomendando obras edificantes ou, ao menos, inofensivas à moral e aos bons costumes (PINSKY, 2015, p. 610).

Esse discurso fazia todo sentido para o período, pois a sociedade pregava que a moça deveria casar, as revistas advertiam o perigo de ficar solteira, publicavam histórias e contos românticos fazendo muitas jovens acreditarem em ideologias do amor puro e infinito. E legitimando suas afirmações, de que se a moça seguisse os conselhos publicados haveria sucesso na conquista de um futuro marido, e ainda “facilitavam” esse processo inserindo novas maneiras de consumo de bens e estilos de vida.

Assim, o casamento nesse período estava completamente atrelado ao esforço feminino de mantê-lo e subjugado por condições negociadas pelos homens (Pinsky, 2014).

As revistas, segundo Priore (2015), eram as conselheiras do amor, ditavam como deveriam se comportar durante o namoro para não colocarem sua reputação à prova, apresentavam a idade ideal para a mulher noivar, quanto tempo deveriam esperar entre o período de namoro, noivado e casamento, e pregavam que toda mulher deveria se casar e que havia desvantagens em não casar.

O não casar era sinônimo de fracasso, sendo permitido para as moças de família adotarem certo comportamento e alguns artifícios pouco explícitos para aumentar a percepção dos rapazes, atraindo-os a partir da estimulação de sua vaidade, bom humor, o vestir-se bem e elogios direcionados aos homens (PINSKY, 2014).

*Fon-Fon* citava que o casamento era como um seguro de vida e apontava que quem não se casava tinha chances de morrer mais cedo. Na publicação “O casamento é um seguro” mostra dados de uma pesquisa feita pela revista, na qual “21% das mulheres que não se casam morrem antes dos 65 anos; têm 15% a mais de chances de acidentes e oito vezes mais perigo de enlouquecer” (*FON-FON*, 1951, p. 57).

É interessante apresentar como as revistas tratavam essas fases entre namoro, noivado e casamento. As respostas às cartas de leitoras viravam textos que ocupavam a página toda para tratar do tema.

Quanto à idade ideal para casar, *Fon-Fon* (1951, p. 4) publica que um ministro havia realizado muitos casamentos com jovens de 17 e 18 anos, e alertava

que a idade correta para o matrimônio é quando se conhece o amor, e que desde muito jovens, mesmo com 17 anos, os casais podem ser felizes eternamente. Quanto ao noivado, a revista afirma que dois anos é um bom tempo, o mínimo aconselhado são seis meses e um ano é o prazo recomendável.

*Vida Doméstica* (1953, p. 12) recomenda que o noivado seja de no mínimo um ano para que os noivos possam amadurecer a relação. O namoro, em *Vida Doméstica*, não deveria ser muito longo e nem muito curto, e os homens não deveriam se casar antes dos 21 anos, mas a idade ideal para que as mulheres se casassem seria dos 18 aos 25 anos. A revista ainda fala que existem perigos durante o namoro: “as normas de um namoro correto são ditadas por uma conduta moral de decência e respeito recíproco” (*VIDA DOMÉSTICA*, 1952, p. 12), recomendando à moça não deixar o rapaz ultrapassar os limites. As intimidades permitidas são as que poderiam ser praticadas na presença dos pais.

O *Cruzeiro* (1953, p. 70) fala que casar cedo tem algumas vantagens, as moças têm mais energia para criar seus filhos, marido e mulher jovens se adaptam melhor às divergências, mas aconselha que a mulher não case antes dos 18 anos.

Em uma publicação de *Fon-Fon* direcionada às jovens moças prestes a casar, a revista aborda que um casamento feliz é fruto de uma esposa dedicada, as insatisfações devem ser previstas e discutidas antes do casamento, pois depois o principal é zelar pela manutenção. Se a mulher não dissesse para o marido que ela precisa de ajuda com algo antes de casar, não deveria reclamar depois. Outro assunto que deveria ser discutido antes era quantas vezes ela permitiria que seu marido saísse com os amigos, e também quanto ela poderia gastar com a casa e com os filhos (*FON-FON*, 1952, p. 13).

No geral, as publicações sobre namoro e noivado tratavam da importância do amor para o relacionamento, sobre as jovens não se deixarem levar por rapazes mal-intencionados e das dificuldades da vida de casada. A jovem estava sempre no centro das discussões, a ela cabia manter a reputação, avaliar e zelar para que o casamento fosse bem-sucedido ou não.

Assim as revistas iam moldando as relações amorosas, conforme os preceitos da moral vigente. Todos os esforços eram necessários para afirmação da boa conduta feminina. Os ideais do casamento nesse período eram guiados pela

leitura de romances “água com açúcar” juntamente com as noções de etiqueta e elegância difundidas pelas revistas que influenciavam na prática do noivar e do casar (AREND, 2012).

Em *O Cruzeiro* publicavam-se cursos por correspondência para noivas, no sentido de disciplinar as mulheres que se incumbiam de construir um casamento feliz.

Figura 21 – Cupom para inscrição das moças em curso preparatório para as noivas, revista *O Cruzeiro*, 1955, p. 52

**SEJA UMA NOIVA FELIZ**

Curso por correspondência onde as futuras espôsas serão preparadas para um feliz casamento. Peça esclarecimentos para Instituto "Lar Feliz", Caixa Postal 1.702, São Paulo.

NOME .....

RUA ..... n.º .....

BAIRRO ..... CAIXA POSTAL .....

CIDADE ..... ESTADO .....

OC

Fonte: BnDigital (2019)<sup>67</sup>

Pela imagem da propaganda podemos perceber que se tratava de um curso, no qual as moças se inscreviam para receber instruções ou dicas de afazeres domésticos. Não foi possível encontrar mais fontes que pudessem demonstrar como exatamente seria esse curso promovido pelo Instituto Lar Feliz, mas a julgar pelo contexto histórico supõe-se que as moças deveriam receber algo parecido com manuais de como fazer a limpeza da casa ou organizar, lavar, passar ou mesmo receitas culinárias.

Ser jovem e ser noiva era algo repleto de expectativas, ansiedades e deveres que envolviam desde o namoro, noivado, até como ser uma boa esposa; um conjunto que abarcava esse intercâmbio entre o espaço privado e o público. O privado envolvia ser bela, manter o recato e a virgindade durante o namoro e noivado, e depois de casada zelar pela manutenção do casamento feliz. E o público em transparecer aos olhos dos outros a realização e felicidade do casal.

As jovens de classe média, enquanto solteiras, trabalhavam para juntar dinheiro para seu enxoval de casamento, seu vestido de noiva ou para que pudesse

<sup>67</sup> Revista *O Cruzeiro*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/94156>

agregar mais itens do que a família poderia pagar. Yalom (2002) cita que a maioria das moças solteiras buscava trabalhar até se casar, para acumular dinheiro para o evento do casamento. Depois que se casavam, passavam a cuidar somente da casa.

*Fon-Fon* (1951, p. 17) responde a uma carta da leitora que pergunta o que fazer, pois o noivo ocupa uma boa situação e gostaria que ela deixasse de trabalhar; a revista responde com objetividade: “minha amiga, case-se e renuncie à sua profissão. Faça-se uma boa esposa, mãe devotada e dona de casa exemplar”.

O *Cruzeiro* (1951, p. 75), em resposta a uma noiva, fala que ela deve fazer um casamento de acordo com suas posses, não deve fazer mais do que pode correndo risco de todos os conhecidos saberem que recorreu a terceiros ou, pior ainda, permitir que o noivo assumisse compromissos que competem ao pai da noiva.

Quando a família da noiva não tinha condições suficientes, Jeanne Lorraine indicava: “em muitas famílias em que a educação é muita, mas o dinheiro é pouco, usa-se dividir as despesas, em segredo” (*O CRUZEIRO*, 1954, p. 35).

Essa necessidade de guardar dinheiro para que o evento do casamento seja bem-sucedido, ou a preocupação das revistas em colocar expectativas estabelecendo as responsabilidades da festa de casamento como sendo da família da noiva, demonstra o quanto essas revistas incentivavam as famílias e as moças a investirem em suas festas.

Nas respostas às cartas das leitoras podiam ser encontradas expressões como: “faça um casamento elegante”, “um casamento simples pode ser bonito”, “fazer uma festa bonita de acordo com suas posses”, “opções para um casamento simples”, “sugestão de vestido de noiva simples”. Essas publicações incentivavam mulheres que não faziam parte da elite a criarem desejos quanto à festa de casamento, pois poderiam fazer algo considerado “elegante” perante a sociedade e ainda adequado ao seu bolso.

A mulher que depois dos 35 anos não conseguisse arranjar um marido, era considerada uma solteirona (termo não utilizado no período). Eram chamadas de celibatárias aquelas que se dedicavam à vida religiosa, ou simplesmente mulher solteira, que tinha uma reputação negativa, pois estava associada à ideia de mulher livre ou prostituta (MAIA, 2007).

Muitas mulheres optavam por não casar e sobreviver do seu próprio trabalho, como enfermeiras, professoras, babás, secretárias, entre outras profissões designadas femininas, o que também estaria associado à ideia de necessidade, nesse caso, o casamento disseminado como meio de ascensão social, que era incentivado principalmente pelas elites engajadas em demonstrar que o modelo idealizado de família eram estratégias centrais de seus projetos de modernidade (MAIA, 2007).

Assim que a moça conseguisse arranjar um bom partido e iniciasse a fase do noivado, os preparativos para o casamento já deveriam ser pensados, entre eles o enxoval, que seria o primeiro item após a jovem oficializar o compromisso do casamento.

### 3.1.2 O enxoval da noiva

Conforme relatam Pinto *et al.* (2008, p. 11), desde os tempos remotos, o casamento está associado com a preparação de um enxoval, onde diversos estudos “fazem referência à existência da prática do enxoval da noiva, como preparação e condição para o casamento, desde a antiguidade romana, idade média, sociedade moderna até os dias atuais”.

Dentro do contexto do casamento, algo que tinha grande importância era a preparação do enxoval de casamento. Este começava a ser organizado desde que as meninas eram pequenas e, quando não, assim que a moça ficava noiva já se preparava todo esse conjunto, que consistia não somente em suas próprias roupas que levaria para sua nova vida conjugal, mas tudo que uma casa deve conter ficava a cargo da mulher. Os lençóis, toalhas, tapetes, guardanapos, enfim, todo o vestir de uma casa. Alan Corbin (2009) fala que a preparação do enxoval, os bordados feitos nas peças e panos, podem ser considerados uma escritura sobre os planos futuros da jovem moça.

Quanto ao enxoval de casamento, Pinto *et al.* (2008) afirmam que a construção do mesmo permanece embasada na significação do casamento no universo feminino, sendo que na década de 1950 era um dos objetivos mais

importantes da vida da mulher. Isto ocorria mediante a dedicação da mulher desde sua juventude, na confecção das peças por si própria, cujo conhecimento era repassado de mãe para filha, tornando um processo fundamental até o casamento propriamente dito. Portanto, a confecção do enxoval era mantida como um rito de passagem pelo qual as mulheres estavam destinadas.

Teixeira (2004) cita que parte do enxoval era constituída por peças que normalmente eram providenciadas muito antes das jovens terem um pretendente, normalmente na infância. Isto ocorria por uma questão cultural para diluir os custos do casamento, maior tempo de confecção, e antecipar preparações inevitáveis. A jovem também possuía o baú da noiva, ou também chamado de arca da noiva, a qual ia armazenando os itens já prontos.

Maleronka (2007) cita que no início da década de 1900 o enxoval das famílias mais ricas era importado de casas especializadas da Europa, ou podia ser comprado em lojas de luxo aqui. Com o advento da industrialização, as mais abastadas poderiam encomendar o enxoval com outras mulheres que realizavam este tipo de serviços após seus afazeres domésticos ou, até mesmo, em oficinas especializadas (PINTO *et al.*, 2008).

No entanto, a população em geral não tinha acesso a esses itens, sendo mais comum a confecção das peças do enxoval ficando a cargo da família, parentes próximas ou da própria noiva. Era comum as mulheres se reunirem com as amigas nas residências, a fim de produzirem as peças, que em sua maioria eram bordadas à mão.

Na década de 1950 era possível encontrar propagandas de lojas especializadas em enxoval, e que publicavam preços “atrativos” para aquisição de enxovais. Como o anúncio em *Vida Doméstica* da Casa Barki (Figura 22).



Juntamente com as propagandas, os discursos das revistas tinham o papel de incentivar as moças a investirem em enxovais de qualidade, pois sua durabilidade seria maior. *Fon-Fon* (1952, p. 12) indicava que quem devia fazer seu próprio enxoval era a noiva para que ela desse valor, pois saberia o quanto dá trabalho, o quanto custa e quanta paciência é necessário. É correto investir em toalhas e peças com tecidos bons para que durem bastante e ter sempre lençóis e toalhas mais simples para o dia a dia e os mais bordados para ocasiões especiais, mas que é necessário ter sempre uma mesa bem posta para o marido porque não são somente as visitas que merecem atenção.

Por meio das revistas pesquisadas observou-se que, na década de 1950, entre as mulheres da classe média havia aquelas que guardavam dinheiro para investir em enxovais prontos, comprados em lojas ou encomendados com pessoas especializadas e havia moças que confeccionavam seu próprio enxoval. Maleronka (2007) também cita que aquelas que não possuíam condições compravam peças prontas em feiras ou lojas populares e as adornavam com bordados e aplicações para dar melhor apresentação ao enxoval.

As revistas divulgavam propagandas de lojas especializadas em enxovais que se diziam atrativas nos preços, e ao mesmo tempo propagandas de cursos de costura, afirmando que aprender a fazer seu próprio enxoval teria mais vantagens econômicas (Figura 23).

Figura 23 – Propaganda de enxoval em *Fon-Fon*, 1952, p. 41

**Um bom começo para SEU NOVO LAR...**

...um enxoval de cama e mesa escolhido em maravilhosos artigos apresentados as últimas novidades em artigos finos e de uso diário da CAMISARIA PROGRESSO.

...e louças, vitais, faquitas e outros artigos, dométilos, adquiridos nos Departamentos de Louças da Camisaria Progresso:

A CRISTALEIRA  
Rua Silva Jardim, 1 e 3

A GUANABARA LOUÇAS  
Rua da Carbona, 14

Vendas a prazo  
pelo crédito próprio  
da Camisaria Progresso e A Dependência

**Camisaria PROGRESSO**  
PCA. INDEPENDÊNCIA, 2 e 4

**NÃO DEIXE PARA AMANHÃ O QUE PODE SER HOJE COMPRADO**

FON-FON - 22-11-1952

Fonte: BnDigital (2019)<sup>69</sup>

O anúncio falava do maravilhoso enxoval, últimas novidades em artigos finos e de uso diário que poderia ser comprado para um bom começo no novo lar, divulgando as vendas a prazo pelo crédito próprio da loja. O enxoval passa a fazer parte das engrenagens da moda, do consumo, dos desejos femininos em adquirir as últimas novidades para seu lar e o mercado oferecia produtos que tornassem isso realidade. Ter um enxoval fino e caro, segundo Tomé e Machado (2013), era motivo de inveja para as amigas e significava que a moça era um bom partido pela sogra.

Por outro lado, ainda que a industrialização e o crescimento das lojas especializadas facilitassem a compra e aquisição do enxoval, as moças eram orientadas a confeccionarem seu próprio enxoval sozinhas ou poderiam ter ajuda de familiares próximas, uma madrinha ou uma tia que confeccionasse caso a noiva não soubesse. Para Roveri (2014, p. 111):

<sup>69</sup> Revista *Fon-Fon*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/138791>.

[...] é possível compreender o emprego demorado de detalhes e ornamentos em roupas, enxovais e no mobiliário da casa como o resultado de uma grande valorização do trabalho manual, já que este poderia, ao mesmo tempo, ser um meio de subsistência e de distração. Talvez por isso se justifique a importância dada à costura, mesmo sendo aquele um período em que grandes lojas de departamentos investiam na comercialização da roupa pronta. O “faça você mesmo”, constantemente empregado no conteúdo das revistas femininas, pode ser visto a partir de muitos pressupostos: desenvolver a autonomia da mulher nos serviços que lhe cabem; ter a garantia de que suas prendas significarão a conquista de um bom casamento; ocupar seu tempo ocioso com “tarefas saudáveis”.

É possível encontrar nas revistas pesquisadas propagandas de máquinas de costura sendo divulgadas como perfeitas para a confecção de seu próprio enxoval. E ainda cursos oferecidos às noivas. Abaixo, um curso oferecido pela loja Singer (Figura 24).

**Figura 24** – Propaganda de Curso de Costura, revista *Vida Doméstica*, 1952, p. 79

**Está noiva?**

Aprenda a arte de economizar — começando pelo enxoval.

Muitas noivas terão dispendido grandes fortunas em seus enxovais. Os preços são altos e os exemplos são indispensáveis. Mas existe um meio de você gastar menos com o seu enxoval, preparando-se de maneira eficiente para a vida do lar, estabelecendo desde já os cursos de sua economia doméstica. Frequentando os Cursos Singer de Corte e Costura, Dorninhas e Decoração de Lar, você aprenderá a fazer os seus trufados de costura com rapidez e perfeição — e também a utilizar a lar com elegância, bom gosto e o mínimo de despesa.

**COM A MÁQUINA MODERNA SINGER e os acessórios Singer, você fará os seus enxovais com o mínimo de trabalho. Sempre e a qualquer dia necessitar de acessórios, que não faltam.**

**MÁQUINAS DE BORDO "FIN"** — Bordas decoradas para você fazer seus vestidos. O único acessório difícil e necessário a qualquer dia bordado. Adquirir nos Lojas Singer.

**O MÓDULO MODERNO SINGER** resolve o problema dos vestidos para as suas vestidas. Modulo único que resolve a regular e rápida de qualquer tipo. Frequentar nos Lojas Singer para detalhes.

**A SINGER SEWING MACHINE COMPANY**

Quer saber mais informações sobre os seus cursos? Se interessou por algum curso, escreva para: SINGER SEWING MACHINE COMPANY, Caixa Postal 112, Rio de Janeiro, RJ.

Nome: \_\_\_\_\_ Sobrenome: \_\_\_\_\_ Rua: \_\_\_\_\_ Nº: \_\_\_\_\_ Cidade: \_\_\_\_\_ Estado: \_\_\_\_\_

Assine: \_\_\_\_\_

**Cursos Singer**  
SINGER SEWING MACHINE COMPANY  
"A FAZENDA SINGER" - RIO DE JANEIRO

Fonte: BnDigital (2019)<sup>70</sup>

O curso citava que, devido aos altos preços, as noivas deveriam aprender a economizar, “preparar-se de maneira eficiente para a vida do lar, estabelecendo

<sup>70</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/50708>

desde já os rumos da sua economia doméstica” (*VIDA DOMÉSTICA*, 1952, p. 79). Outra forma de estimular o consumo era por meio da compra de máquinas de costura, e ainda manter a tradição, ficando a cargo das noivas produzirem seu próprio enxoval.

Teixeira (2004) fala que somente pessoas muito próximas à noiva poderiam colaborar na feitura do enxoval e a participação da família do noivo neste processo estava fora de cogitação. Este propósito não era uma questão de etiqueta, mas de recato da noiva perante o noivo.

Nas cartas analisadas podemos encontrar algumas respostas que revelam o quanto eram significativas as publicações dentro das revistas que mostravam bordados, moldes de peças no auxílio às moças que estavam prestes a casar.

**Tabela 9 – Quadro com as cartas de leitoras**

<p>“Aprecio muito as páginas de bordados. Tenho feito com eles muitas peças de meu enxoval, as quais são muito admiradas” (<i>FON-FON</i>, 1952, p. 19).</p>
<p>“Atualmente estou confeccionando meu enxoval e só me oriento pelas sugestões que nela se apresentam, desde os modelos até a decoração do lar e a culinária” (elogiando Gil Brandao e D. Eloina Araujo) (<i>FON-FON</i>, 1952, p. 45).</p>
<p>“Gostaria de saber o que uma noiva leva de enxoval (completo), pois tenho receio de esquecer alguma coisa. Quero saber também como são marcados os lençóis, toalhas etc.” (<i>FON-FON</i>, 1953, p. 64).</p>
<p>“De <i>Fon-Fon</i> tirei a maior parte do meu enxoval, que sem dúvida foi elegantíssimo e muito elogiado” (<i>FON-FON</i>, 1953, p. 49).</p>

As revistas eram referenciais de moda no vestir da casa. Segundo Martins (2008), a comunicação e aquisição facilitada eram atrativas nos periódicos, faziam com que surgisse um novo perfil de mulher no mercado. A mulher passaria a ser consumidora; informada dos produtos que eram lançamentos; e eram estimuladas para sua aquisição.

O crescimento econômico do início do século XX proporcionou ascensão social de muitas famílias, o que demandou, como aponta Martins (2008), todo um

aparato compatível com o novo *status*, a começar pelo figurino, pela mobília e pela decoração da casa. A cooperação da mulher com o mercado inaugurou outras formas de sociabilidade, de hábitos e práticas da vida urbana.

Esses desejos eram expressos nas respostas publicadas por Gilberto Brandão em *Fon-Fon* (Figura 25).

**Figura 25** – Sobre o enxoval, revista *Fon-Fon*, 1951, p. 21

**MODAS DE FON-FON**

*Depredos...*

MA de nossas leitoras escreve-nos perguntando de que deve constar o enxoval de uma noiva. A verdade é que a resposta para tal pergunta depende de uma série de fatores, que vão permitir formar um enxoval rico sob o aspecto. Podemos dizer que o enxoval de uma noiva compõe-se de duas partes: uma correspondente à roupa de cama e mesa e outra correspondente ao guarda-roupa pessoal. Tanto uma como a outra parte, estão ambas em dependência das possibilidades econômicas da dita noiva.

De uma maneira geral, a noiva deve levar, em seu enxoval de cama e mesa, uma dúzia de cada peça — lençóis, colchas, fronhas, toalhas, etc. — ou então meia dúzia, de acordo com a sua situação financeira, fato este que também prevalece o material de cozinha.

Quanto ao guarda-roupa pessoal, não só está em função do lastro econômico, como também em função do modo de vida da mulher que se casa. Tratando-se, por exemplo, de uma mulher que irá se dedicar ao exclusivo mundo do lar, no seu guarda-roupa deverá existir roupas domésticas numa percentagem maior que as roupas de passeio, isto é, vestidos de algodão, aventais, calças compridas, quimonos, "luzinas" e "desabridas". Em caso contrário, tratando-se de uma mulher que prosseguirá em seu trabalho fora do lar, seja ele comercial ou artístico, naturalmente o seu guarda-roupa deverá possuir maior número de vestidos de rua, sobretudo de saias, blusas e vestidos transformáveis.

Até hoje existem elementos que constituem a base do guarda-roupa pessoal, a noiva deverá incluir vestidos de viagem e "week-ends", pois, qualquer que seja o nível econômico do homem, sempre há o necessário para uma viagem de sua de sol, mais longa ou mais curta, mas indispensável, em certas circunstâncias, conforme as possibilidades. Além disso, a mulher que se casa nunca deve esquecer o seu guarda-roupa de vestidos casuais e pouco usados, pois, que se vença o nível social da vida urbana, que lhe exija a presença em chá, reuniões, festas, bailes, etc.

Como a leitora poderá concluir por estas palavras, o enxoval de uma noiva é muito variado, não limitado por fronteiras rígidas, dependendo, como vimos, das possibilidades econômicas do nubente e do seu modo de vida. — G.B.

Vestido de alfaiate, com dependência na blusa que se transforma numa saia curta sobre a saia. — Modas em 44, modas de 14 e 17, no suplemento especial.

Vestido de saia, com bolero. Bico apertado e recortes na saia. Costuras penduradas. — Modas em 44, modas de 14 e 17, no suplemento especial.

FON-FON — 15 - 12 - 1951

21

Fonte: BnDigital (2019)<sup>71</sup>

A publicação cita que “uma de nossas leitoras escreve-nos perguntando de que deve constar o enxoval de uma noiva”, e Brandão fala que o enxoval consiste na roupa de cama e mesa e a outra parte é o guarda-roupa pessoal da noiva, e aconselha ainda que o enxoval esteja ligado à condição financeira da noiva.

Em outra publicação de 1953, Brandão fala que “não são raras as cartas que nos chegam às mãos, de leitoras que nos perguntam o que deve a noiva levar no

<sup>71</sup> Revista *Fon-Fon*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/135757>

seu enxoval" (FON-FON, 1953, p. 24). A resposta segue a mesma da edição anteriormente citada, no entanto ainda existe um tom de crítica às mães dessas moças que, por uma educação defeituosa ou por ser uma garota que só pense no trabalho fora de casa, não sabe a resposta instintivamente.

Podemos citar dois modos de tratar essas questões, primeiro o fato do número de peças do enxoval estar ligado ao modo de vida da moça e sua condição financeira após casada, o que inconscientemente induz as leitoras a terem uma grande quantidade de peças de uso da casa e de uso pessoal, pois isso denotaria certo status social. Outra observação é a respeito dos valores morais dominantes, indicando a mãe como responsável de ensinar a filha a cuidar da casa e criticava as mulheres que trabalhavam fora no período.

No que diz respeito à quantidade de itens indicados pelas revistas para compor um enxoval foram encontrados na coluna "Escola de Noivas" (Figura 26).

Figura 26 – Quantidade de peças do enxoval da noiva, revista Fon-Fon, 1952 p. 16



Fonte: BnDigital (2019)<sup>72</sup>

<sup>72</sup> Revista Fon-Fon. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/136311>



A parte que correspondia ao véu e grinalda da noiva, era chamado de toucado, pois equivalia a uma espécie de touca de cetim à qual o véu era preso e adornado por flores. As luvas brancas, como já citado, eram acessórios indispensáveis no traje da noiva, a combinação tratava-se de uma espécie de camisola de tecido de poliéster que era colocada embaixo dos vestidos, que podia ser mostrada ou tinha a função de não deixar a peça transparente. O sapato de cetim branco. A camisola em tecido leve que serviria para dormir, o conjunto uma espécie de lingerie em peça única para ser usado no dia das núpcias. O robe de chambre, que era como um roupão usado dentro de casa, geralmente colocado ao acordar para que a mulher fizesse a higiene matinal até o café da manhã. E por último o traje do dia, para o dia após as núpcias. Essas eram as indicações para que a mulher levasse em seu dia de núpcias, que geralmente se realizava após a cerimônia de casamento ou no primeiro dia da sua lua de mel.

Outras peças faziam parte da camisola do dia, como o chambre, sutiã e calcinha, que deveriam ser usados na noite de núpcias, que seria um motivo especial, onde a noiva iria se apresentar ao seu marido durante a lua de mel. A camisola do dia era citada como um item especial, destinada apenas para esta situação. Optava-se pelos tecidos de seda e cetim para as camisolas, enquanto o chambre era fabricado com organdi suíço, e a cor deveria ser a branca para todas as peças.

Para os dias seguintes da lua de mel, a jovem providenciava outras camisolas, de cores distintas, de tecidos finos para se manterem sempre belas (TEIXEIRA, 2004). Segundo Rossetti (1995, p. 64), “a camisola nupcial tem o mesmo nível e é escolhida com o mesmo cuidado que o vestido da cerimônia”.

Os compromissos antes da cerimônia ocupavam quase todo o tempo da jovem, que se dedicava a preparar seu enxoval. O casamento seria responsável pela moral sagrada, onde a mulher realizaria seu desejo como amante e mãe. Apesar do contexto social ser tomado pela urbanização, os costumes e tradições conservadores e familiares ainda eram priorizados (GRASSI, 2016).

Assim, as revistas iam alimentando as engrenagens do consumo, mostrando opções de lugares que poderiam ser adquiridos os produtos prontos, incentivando o gasto com peças de qualidade, que poderiam ser vendidas nas lojas indicadas por elas, ou confeccionadas nas máquinas que apareciam em suas páginas.

O conteúdo divulgado nas páginas dessas revistas estava voltado à esfera do casamento, pois era assunto de interesse das moças e de sua família que deveriam se empenhar na aquisição de novos bens. A família da noiva fica responsável pelo vestir da casa, enquanto cabe ao noivo obter estabilidade econômica para compra da casa e do sustento da sua nova família (PINSKY, 2014, p. 99).

O enxoval pode ser tratado como uma permanência dessas tradições no contexto social nesse período.

Tratando de tradições, o vestido da noiva é outro item dentro do casamento que transpassa barreiras cronológicas, sendo item fundamental e central.

### 3.1.3 Vestida de noiva

O ritual do casamento é tradicionalmente conhecido como o “dia da noiva”, isso pelo fato de que a maioria dos elementos que compõem o cenário do casamento está ligada à imagem da mulher “noiva”. Essa criação de noiva como um indivíduo é administrada através de símbolos específicos, como as flores, o bolo e o vestido. O vestido da noiva é dotado de valores sociais e simbólicos, a escolha do modelo é uma das principais tarefas da noiva. Este vai simbolizar, além de sua pureza, seus gostos pessoais e refletir as posses de sua família.

Considera-se que os vestidos de noiva são elementos marcantes, uma vez que exprimem a passagem da vida de solteiro da mulher para a de casada, carregando uma série de significados e simbolismos perante a sociedade.

Esses simbolismos são permeados por objetos de consumo, pois o fato de a noiva representar a mulher que está deixando seus pais e formando sua própria família, vem acompanhado da imagem da noiva vestida de branco, com suas escolhas de tecido, modelo, acessórios, sapato, buquê e itens que compõem essa estética.

Mais do que um elemento ligado à moda, o vestido de noiva é, sobretudo, uma tradição, pois apresenta elementos que o identificam e diferenciam no aspecto

simbólico, que se repetem a cada ano, por gerações, a cada estação os costureiros (ou estilistas) propõem uma série de novidades (MITIDIERI; GARBELOTTO, 2010).

O vestido de casamento é escolha pessoal da noiva, mas sofre influência do ambiente externo ao qual a moça participa, que Bourdieu (1983) vai chamar de *habitus*, ou seja, as escolhas da pessoa são determinadas por suas vivências, experiências e seu capital cultural. A moda é um desses fatores externos que vai determinar a escolha do vestido de noiva, pois este é item que segue tendências, e estas são reguladas pela moda vigente de cada época. Para Worsley, (2010, p. 154):

As tendências para vestido de noiva têm muito mais a ver com a história dos trajes do que com a moda: [...]. Se, por um lado, o matrimônio representa o planejamento futuro, por outro, as noivas costumam recorrer a estilos do passado, num interessante paradoxo).

Em 1950, a única fonte de informação que as moças tinham sobre as tendências de moda era através das revistas, rádio e cinema. Essas mídias também podem ser consideradas fatores determinantes nas escolhas individuais da noiva. Ao apresentarem em suas páginas imagens de noivas com seus vestidos elegantes, casamentos das elites, de famosos e de atrizes de cinema, as revistas criam estratégias de consumo, de desejo e fomentam dessa maneira o mercado dos casamentos. As noivas se inspiram nos grandes casamentos para transformar o grande dia em um evento especial para si, para os convidados e para as famílias.

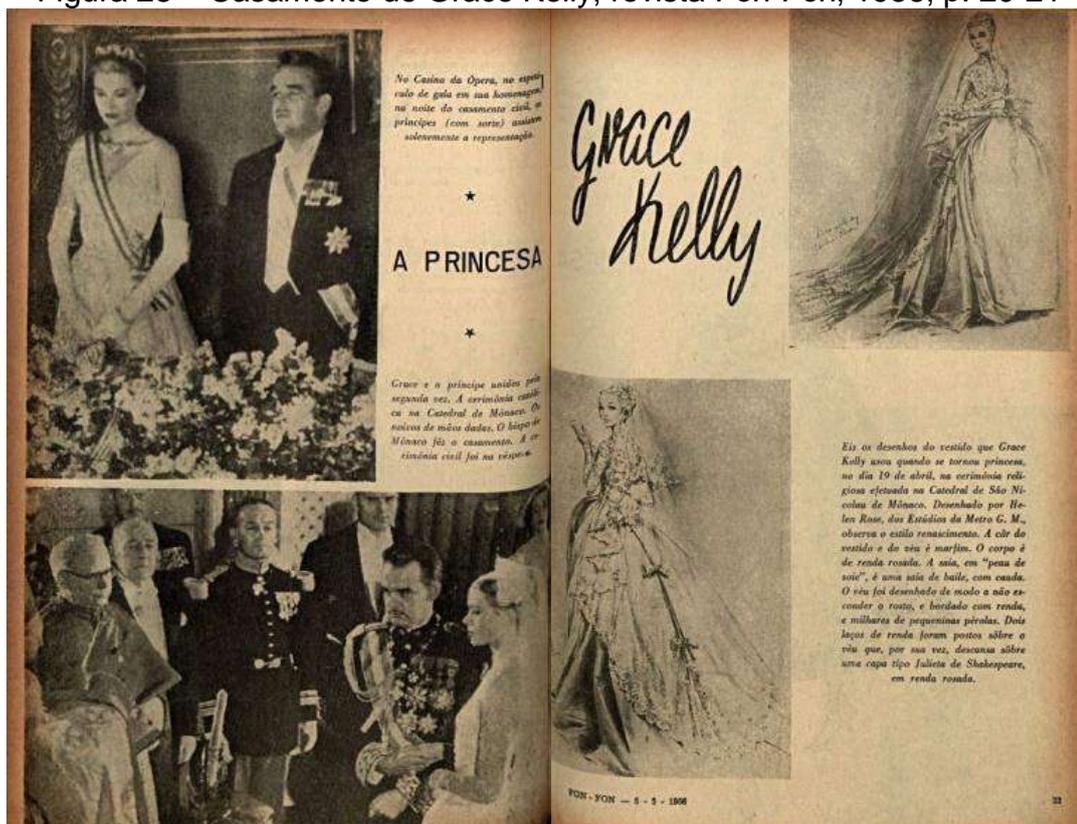
Assim se aplicam as teorias de Bordieu (2008) e Simmel (1957) à medida que as revistas promovem e publicam fotos dos casamentos da alta classe e a adaptação que as moças de classes inferiores traduzem para o seu casamento.

Quanto a essa busca por inspirações nos casamentos elitizados em *Fon-Fon*, podemos citar uma publicação sobre a reprodução dos vestidos de casamento da princesa Elizabeth da Inglaterra. A revista fala que semanas depois o vestido estava sendo vendido nos Estados Unidos, fazendo a alegria das moças que poderiam se casar igual princesas. Outra referência foi o vestido de Elizabeth Taylor no filme “O Papai da Noiva”, que tinha virado uniforme para os casamentos (*FON-FON*, 1951, p. 28).

Isso demonstra o quanto essas mulheres se inspiravam nas estrelas ao pensarem que gostariam que o seu dia de noiva tivesse o mesmo vestido, o mesmo buquê, as mesmas flores e cores que os casamentos da alta sociedade comentados nas revistas. Esse fato é mais bem explicado na visão de McCracken (2007), quando mostra que os bens de consumo têm um significado que vai além de seu valor comercial ou utilitário, mas também reside na capacidade que tem de carregar um significado cultural, social e psicológico na vida de cada indivíduo.

Casamentos reais sempre foram um acontecimento histórico dotado de valores simbólicos, riquezas que despertam curiosidades e desejos. Nas revistas pesquisadas os casamentos reais também tinham papel de destaque em suas páginas, podendo citar, dentro do período estudado, o casamento de Grace Kelly em 1956, que se tornou princesa de Mônaco (Figura 28).

Figura 28 – Casamento de Grace Kelly, revista *Fon-Fon*, 1956, p. 20-21



Fonte: BnDigital (2019)<sup>74</sup>

Esses casamentos, bem como as princesas e rainhas, foram fortes referências de moda do período. Podemos observar que a revista publicou os

<sup>74</sup> Revista *Fon-Fon*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/147787>

croquis com os desenhos do vestido idealizado por Helen Rose que era estilista da MGM<sup>75</sup>. Na época Grace era atriz e renunciou à carreira para se casar com Rainier III e se tornar Princesa de Mônaco. *O Cruzeiro* no período entrevistou Grace especulando se ela havia escolhido Helen Rose para desenhar seu vestido de noiva por puro patriotismo e Grace responde: “Não, embora admire os costureiros parisienses que gentilmente se ofereceram para criar meu vestido, prefiro ainda o estilo de Miss Rose, que segue uma linha moderna, sem exageros...” (*O CRUZEIRO*, 1956, p. 34). Podemos ver o quanto a moda regula as escolhas, Grace Kelly quebra as regras da monarquia, sendo uma atriz de cinema, e escolhe para desenhar seu vestido de noiva uma estilista que representa essa ideia de modernidade, de rupturas com o tradicional, ainda que seu vestido de casamento possuísse linhas tradicionais de um vestido de noiva. Afirmamos assim que o vestido da noiva é algo que representa a individualidade, identidade e os valores da mulher, algo que vai além de suas posses. Como afirma Calanca (2011), quando trata a moda como uma expressão da individualidade, desejo de mostrar aos outros.

Outros casamentos de princesas apresentados em *O Cruzeiro* em 1955: da Princesa Maria Pia da Itália e de Ira em Veneza (Figura 29).

**Figura 29 – Casamentos reais, revista *O Cruzeiro*, 1955**



Fonte: BnDigital (2019)<sup>76</sup>

<sup>75</sup> Metro-Goldwyn-Mayer – uma das gigantes das indústrias produtoras de cinema nos EUA.

<sup>76</sup> Revista *O Cruzeiro*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/97262>  
<http://memoria.bn.br/DocReader/003581/100778>.

Ambos foram casamentos citados como luxuosos, a revista em nota trazia detalhes do casamento de Maria Pia (foto à esquerda): “o rei gastou um milhão e meio de cruzeiros no casamento de sua filha mais velha”; “na Europa ainda há princesas que estão entre as mais belas mulheres do mundo”; “um verdadeiro desfile de sangue azul”. No casamento de Ira (neta de um antigo presidente da Ford, foto da direita) a revista frisava: “o povo em geral ama a nobreza [...] todo mundo foi assistir à cerimônia”; “recebeu uma Mercedes como presente de núpcias”. Assim seguem várias páginas com muitos predicados para enaltecer os casamentos reais, nas quais se falavam dos presentes caros, dos gastos com a festa e com o vestido, criando um imaginário cenário, o qual poderia ser admirado e desejado pelas futuras noivas.

Para Mitidieri (2008), a função primordial do vestido de noiva era de mostrar as posses da família da noiva à sociedade. Nesse sentido, Worsley (2010) afirma que “muito provavelmente, o vestido de noiva será a roupa mais cara que uma mulher irá vestir na vida” (WORSLEY, 2010, p. 12).

Essa era a sedução por meio da moda, através das imagens a imprensa propõe aparências e tendências que podem ser apropriadas pelas outras classes.

Crane (2006, p. 273) aponta que a moda até 1960:

era uma moda de classes expressa por regras rígidas sobre a forma de usar certos itens de vestuário. [...] as regras também especificavam exatamente que cores eram permitidas em cada estação. O comprimento das barras das saias era ditado por Paris e geralmente aceito sem questionamento pelo público.

A década de 1950 foi uma fase de transição para a moda, na qual a moda de classes, ditadas pela França e Estados Unidos, passa a ser a moda do consumo em 1960. “Em vez de se orientar pelo gosto das elites, a moda de consumo incorpora gostos e interesses de grupos sociais de todos os níveis” (CRANE, 2006, p. 272). Assim, as mulheres seguiam o que a imprensa divulgava como sendo apropriado para os modos e modas de casar que eram ditadas pelos dominantes da moda no período, e ao mesmo tempo adaptavam-nas ao seu gosto e estilo pessoal.

Os casamentos das elites brasileiras eram tratados com a mesma importância nas páginas das revistas, o número de páginas dedicadas a cada

casamento variava de acordo com o *status* social de quem estava casando, ou quem eram as personalidades presentes na cerimônia. Essas estratégias fomentavam o mercado brasileiro de moda para casar, pois eram citadas marcas nacionais e internacionais que passavam a ser conhecidas pelas moças que viam nos registros um exemplo de bom gosto e requinte, e que muitas vezes ganhavam reconhecimento por meio desses periódicos.

Os vestidos de casamento eram bastante comentados nas publicações, falavam-se dos tecidos empregados, quem havia criado ou confeccionado, e uma das lojas mais citadas no período era a Casa Canadá<sup>77</sup>, que em 1944 abriu a Canadá de Luxe, uma loja do Rio de Janeiro especializada em roupas de estilistas famosos no período, como Jacques Fath, Dior, Chanel, Givenchy, entre outros, mas que também tinha seus próprios costureiros que podiam confeccionar os vestidos de noivas. De acordo com Seixas (2002), a Casa Canadá teve um papel importante no sistema de *prêt-à-porter* brasileiro, foi uma das lojas pioneiras que, além de comercializar modelos de roupas importadas, também fazia reprodução e interpretação desses estilos para as mulheres.

É possível encontrar nas revistas pesquisadas diferentes casamentos de noivas que tiveram seus vestidos confeccionados pela Casa Canadá, como nas Figuras 30 e 31.

---

<sup>77</sup> Ver mais artigos sobre a Casa Canadá: OLIVEIRA, Claudia de. Moda, arte e sociedade: o pioneirismo da *maison* Canadá-de-Luxe e a emergência da indústria *fashion* nacional nos anos 1950. Revista **Modapalavra e-periódico**, ano 7, n. 14, jul./dez. 2014, p. 28-50. Disponível em: <http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/viewFile/5098/3270>. Acesso em: 23 abr. 2018.

SEIXAS, Cristina Araújo. **A questão da cópia e da interpretação no contexto da produção de moda da Casa Canadá, no Rio de Janeiro da década de 50**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em *Design*. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2002.

Figura 30 – Casamento de Maricy Camargo, revista *O Cruzeiro*, 1954, p. 15



Fonte: BnDigital (2019)<sup>78</sup>

No casamento de Maricy Camargo com Romeu Trussardi, filhos de industriais Raggio e Trussardi, famílias da alta classe carioca e paulista, em 1954, anunciado pela revista *O Cruzeiro* como o casamento do ano, o vestido da noiva vinha sendo especulado pela mídia para saber se o estilista seria algum famoso costureiro francês como Dior, Fath ou Givenchy, sendo publicado que “a execução do importante traje ficou por conta da Canadá de Luxe e seus costureiros” (*O CRUZEIRO*, 1954, p. 15).

Outro casamento, cujo vestido foi feito pela Casa Canadá, está em *Vida Doméstica* de 1958 (Figura 31).

<sup>78</sup> Revista *O Cruzeiro*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/92171>

**Figura 31** – Casamento de Glorinha Drummond e Ibrahim Sued em *Vida Doméstica*, 1958, p. 46



Fonte: BnDigital (2019)<sup>79</sup>

O casamento de Glorinha Drummond e Ibrahim Sued, segundo a revista, teve dois mil convidados e muitos curiosos, o vestido da noiva foi confeccionado por D. Candida Gluzman, da Canadá de Luxe (*VIDA DOMÉSTICA*, 1958, p. 47). O casamento ocupava 3 páginas inteiras com fotos e comentários sobre a elegante festa, sobre o vestido da noiva e os convidados presentes. Sobre o vestido da noiva a revista destacava:

<sup>79</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/59091>

“Todo em tule *“point d’esprit”*<sup>80</sup>, sobre uma saia de organza, bordada em tons de azul matizado, acabando em largos *“festons”*<sup>81</sup>. Oito anáguas de tule e um forro de tafetá terminado com babadinhos de crina davam-lhe a necessária amplidão. A blusa, ajustada e um pouco drapeada tinha decote *“bateau”*<sup>82</sup> e mangas três quartos” ... (VIDA DOMÉSTICA, 1958, p. 47).

Os casamentos citados acima, cujos vestidos das noivas haviam sido confeccionados pela Casa Canadá, correspondem a membros da elite carioca, filhos de empresários, ou famosos bem-sucedidos. Assim, a Casa Canadá produzia e vendia artigos que não estavam acessíveis a qualquer um. Era modelo de elegância e referência de moda do período, e somente as mulheres com alto poder aquisitivo poderiam comprar seus vestidos. A loja foi uma das primeiras a realizar desfiles de moda, chamavam figuras importantes para assistir, sendo noticiado por várias revistas.

Quanto aos tecidos dos vestidos de noivas, esses eram referenciados nas fotos e ilustrações das revistas, descritos com riqueza nos detalhes, exaltando características de feitiço, bordado, aplicações, também a quantidade de tecido empregado. Fernandes *et al.* (2014) afirmam que os vestidos de noiva da década de 1950 mantinham as silhuetas marcadas, mas sem expor muito o colo, adotando golas de rendas fechadas por cima do vestido. A delicadeza das rendas era aproveitada para dar um ar de conto de fadas ao vestido, uma necessidade frequentemente apreciada pelas jovens. Além disso, “alguns vestidos tinham cinco camadas de babados ou cerca de oitenta metros de rendas. A bainha das saias volumosas era esvoaçante, ondulando para cima e para baixo” (FERNANDES *et al.*, 2014, p. 03).

Podemos ver alguns desses modelos citados de vestido de noiva publicados nas páginas da revista *Vida Doméstica* em 1956 (Figura 32).

<sup>80</sup> Favorita entre muitas noivas, a renda *point d’esprit* é famosa por suas “bolinhas” ou “pontinhos” distribuídos uniformemente pelo tecido, sendo conhecidas também como *petit pois* ou ponto suíço. Gracioso e delicado, este tipo de renda também podia ser usado e combinado perfeitamente não apenas como véu, mas com o vestido de noiva. Para as que procuram um estilo mais *vintage* é uma boa pedida. Disponível em: <https://www.lotex.com.br/products/tule-point-d%27-sprit-n06-branco-0006.html>. Acesso em: 12 mar. 2019.

<sup>81</sup> Não foram encontradas referências para o termo *“festons”*, pela estética do vestido parece ser algo como uma renda de algodão, parecida com um babadinho que dava acabamento ao vestido.

<sup>82</sup> O decote *Bateau* também é conhecido como canoa, que vai de um ombro a outro.

**Figura 32 – Noivas em *Vida Doméstica*, 1956**

Fonte: BnDigital (2019)<sup>83</sup>

Essas imagens foram retiradas da coluna social da revista *Vida Doméstica*, não são casamentos de pessoas famosas, no entanto percebe-se que são noivas de classe alta, pelo cenário em que se encontram, por saírem nas páginas da revista (ainda que em meia página) e por seus vestidos volumosos com muitas camadas de renda. Modelos que marcam as tendências de moda de 1950, os grandes volumes e camadas de tecidos e o emprego da renda, que era um tecido nobre, revelava a posição social dessas moças. Algo que chama atenção na foto da direita é a grinalda usada pela noiva que se assemelha muito com a grinalda usada no casamento da Miss Brasil 1949, Jussara Marques, que saiu nas páginas de *O Cruzeiro* em 1955 (Figura 33).

<sup>83</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/56485>

**Figura 33** – Casamento da Miss Brasil 1949 em *O Cruzeiro*, 1955, p. 104



Fonte: BnDigital (2019)<sup>84</sup>

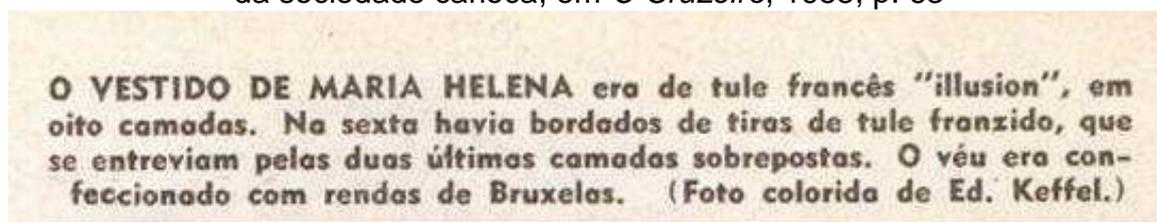
A semelhança na grinalda mostra o quanto as noivas se espelhavam nas mulheres bonitas e famosas e o quanto as revistas eram vetores de moda. Como afirma Calanca (2011), a moda é uma arte reproduzível praticada com a mesma dignidade pelo estilista ou pelo espelho doméstico. Assim, o sistema da moda segue um sistema cíclico, engrenagens que movem o mercado de novidades e desejos, os vestidos que apareciam nas fotos representavam bom gosto, e eram copiados e desejados.

Crane (2006, p. 396) fala sobre as imagens projetadas pelas revistas de moda, que na maioria das vezes eram examinadas pelas leitoras com o intuito de reproduzir essas roupas ou mandar fazer. A autora cita que a moda incorpora gostos e interesses de grupos sociais de todos os níveis, cada uma adequando o vestido e o modelo dentro das suas possibilidades econômicas. O número de camadas, o tecido empregado, ou os bordados e adereços revelavam as condições financeiras da noiva e sua posição social.

<sup>84</sup> Revista *O Cruzeiro*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/96614>

Um dos fatores determinantes no vestido de casamento era o tecido utilizado na confecção, que as revistas geralmente descreviam em nota quando publicavam as fotos (Figura 34).

**Figura 34** – Nota publicada no casamento de Maria Helena Peixoto Palhares, dama da sociedade carioca, em *O Cruzeiro*, 1955, p. 63



Fonte: BnDigital (2019)<sup>85</sup>

Os vestidos de casamento, pela importância da ocasião, eram confeccionados em tecidos nobres, as revistas citavam alguns tecidos considerados finos e de bom gosto adequados ao feitio, como sedas, crepes, *jersey* de seda, tafetá, tule, *faille*<sup>86</sup>, cetim, seda, rendas, brocado, organza, linho. A quantidade empregada e a qualidade dos tecidos são elementos fundamentais do consumo e da ostentação que ditavam a diferença entre noivas ricas e pobres.

Como eram tecidos muito caros nem todas as mulheres tinham condições para comprar, visto que um vestido de noiva despence de muitos metros para fazer, e muitas vezes mandavam cartas às revistas pedindo opções mais acessíveis de tecidos que poderiam ser utilizados em vestidos que haviam sido publicados.

Em *Vida Doméstica* (1953, p. 90): "Você pode fazer um vestido de noiva bem simples e bonito gastando o suficiente. O fustão<sup>87</sup> será a fazenda para o próximo verão". Essa indicação da revista para que a leitora utilizasse o fustão como substituição a um tecido fino indica que as classes mais baixas também estavam preocupadas com a estética no dia do casamento.

Visto que as roupas são marcações visíveis da classe, como afirma Engels (1987 apud Stallybrass, 2008, p. 58-59), "O fustão se tornou a veste proverbial dos homens da classe operária, os quais são chamados de "jaquetas de fustão": eles dão essa designação a si próprios, em contraste com os cavalheiros que vestem

<sup>85</sup> Revista *O Cruzeiro*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/100000>

<sup>86</sup> Tecido de bom caimento feito com algodão ou lã.

<sup>87</sup> Tipo de tecido de algodão que possui várias gramaturas, nesse contexto está associado a um artigo que tem preço acessível.

roupas finas de *cashmere*". O fustão, um tecido que no séc. XIX estava exclusivamente associado às classes baixas, sendo indicado pela revista para um vestido de noiva, vem demonstrar primeiro uma ressignificação do tecido, e ainda um esforço por parte desses colunistas em buscar e apresentar opções mais baratas que poderiam ser utilizadas pelas noivas.

No entanto, além dessas questões cabe ressaltar que na década de 1950 houve um grande investimento por conta das indústrias nacionais para fomentar a fabricação e venda de tecidos de algodão, uma vez que tecidos nacionais não eram considerados finos ou de bom gosto. "O brasileiro médio [...] habituara-se a considerar a qualidade de um produto pela procedência europeia [...] mostravam-se resistentes em aceitar tecidos locais, mesmo quando eram de boa qualidade" (PRADO; BRAGA, 2011, p. 196-197).

Prado e Braga (2011) indicam que em 1953 a Companhia Progresso Industrial do Brasil, conhecida como Bangu, investiu em desfiles fazendo parcerias com costureiros de renome como Mary Angelica, José Ronaldo e até mesmo internacionais, como Jacques Fath, para criarem modelos de vestidos em algodão, para impulsionarem as vendas do tecido.

Possivelmente esses investimentos incluíram os periódicos femininos do período. Em *Fon-Fon*, no ano de 1953 existem várias publicações que tratam das vantagens e da beleza do uso do algodão nas roupas. "Nos dias de hoje é um sinal dos tempos. Não envergonha mais ninguém. Está presente nas cerimônias de casamento, formaturas [...] é capaz de vestir tão bem como qualquer outro tecido" (*FON-FON*, 1953, p. 10).

Gilberto Brandão escrevia em suas colunas falando dos tecidos para vestidos de noiva: "na atualidade essas fazendas subiram a preços proibitivos e esses ricos tecidos ficaram restritos a uma minoria privilegiada, dando espaço a vestidos de noiva de algodão fustão, linho e piquê" (*FON-FON*, 1953, p. 21). Em outra edição tratando dos vestidos de noiva:

O material de confecção dos trajes de noivas é muito mais variado nos dias de hoje, porque o algodão, o linho e outros tecidos semelhantes, outrora considerados impróprios para cerimônias de casamento, são nos tempos atuais largamente usados para tal finalidade [...] (*FON-FON*, 1953, p. 6).

Além dos textos serem direcionados para que as mulheres utilizassem os tecidos de algodão, Gilberto Brandão também publicava opções de modelos de vestidos de noiva sugerindo o emprego do tecido (Figura 35).

**Figura 35** – Vestidos de noiva, revista *Fon-Fon*, 1953, p. 28



Fonte: BnDigital (2018)<sup>88</sup>

Essa ilustração foi publicada em uma das edições de *Fon-Fon*, onde aparecia a noiva na capa, sendo assim era dedicada às noivas. As peças das duas páginas são modelos de vestidos que poderiam ser confeccionados em fustão e misturas de organdi e cetim. Gilberto Brandão cita que esses vestidos foram publicados pensando nas mulheres que enviam cartas à revista pedindo opções mais baratas para seus modelos de vestido. Não se pode ter a certeza de que as mulheres aderiram à moda de confeccionar seus vestidos de noiva em algodão, no entanto o modelo, ainda que tradicional, torna-se uma peça de moda, pois o algodão estava “na moda”, e mesmo que não tivesse sido utilizado para casar, vemos a movimentação do mercado, investimento e esforço por parte das empresas na divulgação desse tecido. O sucesso de valorização da fibra foi alcançado “aos olhos

<sup>88</sup> Revista *Fon-Fon*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/140008>

não dos europeus, mas das elites locais, que ainda achavam ‘uma pobreza’ vestirem-se com tecido nacional” (PRADO; BRAGA, 2011, p. 210). Todo investimento feito pelas indústrias e muito dessa contribuição se deu por meio das revistas e de seus modelos propostos em criar uma melhor imagem ao tecido nacional, ainda que sendo utilizado em outros trajes que não fosse a cerimônia de casamento.

Quanto ao pedido de opções mais baratas para vestido de noiva, foram encontrados modelos de vestidos que poderiam ser reaproveitados em outras situações após o casamento, como em *Vida Doméstica* (Figura 36).

**Figura 36** – Opções de um mesmo vestido para ser usado como noiva ou vestido de noite, revista *Vida Doméstica*, 1951, p. 69



Fonte: BnDigital (2018)<sup>89</sup>

A ilustração traz um vestido de noiva com uma capa que poderia servir de vestido de noite se confeccionado em outra cor, ou suprimindo suas mangas. Pode-se observar que o desenho foi colorido de forma diferente e acrescentado um acessório para que as mulheres pudessem visualizar como um vestido de noiva poderia ser transformado em outro vestido. São estratégias de aproveitamento que

<sup>89</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/49122>

usam a moda como forma de fomentar o consumo, inserir gostos. Podemos pensar ainda em incentivar o investimento em um vestido para casar, pois este poderia ser utilizado em outra ocasião.

Em uma carta enviada às colunas de *O Cruzeiro* também pode ser visto esse tipo de prática: “O vestido de noiva em outros tempos era vestido uma única vez [...]. Hoje os grandes costureiros estudam “*toilettes*” que durante o rito sejam vestidos de noivas e, depois, assumam o aspecto de vestido de noite” (*O CRUZEIRO*, 1955, p. 82).

É possível que esse método tivesse sido uma realidade adotada pelas mulheres em seus casamentos, por questões práticas, porque nesse período não havia casas de aluguel de vestidos, então a moça geralmente deveria guardá-lo em casa e ainda por questões financeiras, pois assim poderia aproveitá-lo para um baile, ou outra ocasião, evitando gastos. No entanto, em 1957 a revista *Vida Doméstica* publicou uma crítica quanto ao assunto:

Querem os costureiros ainda românticos, que o clássico modelo de noiva se destine apenas ao ato do casamento. [...] O mal da época atingiu já os domínios do lendário traje. Temos visto que o vestido de noiva, outrora idealizado apenas com essa definida finalidade, vai se modificando em algo “conversível” como outras peças menos excepcionais da nossa indumentária [...] (*VIDA DOMÉSTICA*, 1957, p. 73).

A posição da revista questiona as noivas que modificam seus vestidos, apelando para o simbolismo do traje, a representação de um dia inesquecível que deve ser guardado, quase chamando essas mulheres que reutilizam seus vestidos de noiva de insensíveis. Essas publicações que tratam da utilização de tecidos alternativos, ou quanto à modificação da peça, vão demonstrar que uma grande quantidade de mulheres que liam essas revistas não tinham condições para gastar com tecidos finos, ou mesmo se dar ao luxo de gastar vários metros de tecido em um vestido que serviria para um único dia, ainda que quisessem ter o mesmo modelo apresentado.

De tal modo as revistas usam estratégias de moda que criam o desejo de algo novo, incentivando o consumo, ampliando as opções de elementos necessários

ao casamento, fazendo o mercado de moda se expandir para atender essas demandas de tecidos, aviamentos e serviços de acordo com o bolso da noiva.

Ainda que em 1950 houvesse lojas de departamentos que vendiam vestidos de noiva prontos, como cita Maleronka (2007), as cartas apontam que uma grande quantidade de mulheres buscava fazer seu próprio vestido ou mesmo pedia para alguém fazê-lo. Isso se dá pelo fato de que as lojas que vendiam vestidos de noiva prontos acessíveis à grande maioria da população, não eram consideradas elegantes, assim a tarefa da feitura do vestido de casamento deveria ficar a cargo de uma costureira. Maleronka (2007, p. 116) aponta ainda que nesse período “boa parte das roupas produzidas continuava a ser confeccionada artesanalmente pelas modistas”. Os tecidos mais finos e delicados, principalmente dos vestidos de noiva, requeriam uma costura especializada feita por costureiras experientes que dominassem essas técnicas. Dessa forma, cabe destacar o papel das costureiras como categoria de suporte à moda, principalmente quando tratamos dos vestidos de noiva, que em grande maioria ficavam a cargo de experientes modistas<sup>90</sup>. Podemos observar, por meio das cartas, que a maioria das mulheres buscava as costureiras para confeccionar seus vestidos de casamento, pois, ainda que as revistas disponibilizassem moldes e modelos, eram necessários conhecimentos avançados de costura para confeccioná-los.

As cartas enviadas pelas leitoras mostravam que os modelos publicados pelas revistas eram bem aceitos e copiados por muitas mulheres. Em *Fon-Fon* são trinta e cinco cartas respondidas que tratavam sobre pedidos de moldes de casamento, todas muito parecidas, cabendo citar na Tabela 7 algumas:

---

<sup>90</sup> Maleronka (2007) diferencia o termo modista para as mulheres costureiras que conseguiram obter algum tipo de reconhecimento por meio do ofício da costura.

**Tabela 10** – Carta das leitoras publicada em *Fon-Fon*

“Lucia de Vito pede-nos que lhe enviemos um molde de vestido nupcial” ( <i>FON-FON</i> , 1952, p. 38).
“Gostaria de um molde de vestido de noiva, e outro de madrinha. É pedir muito?” ( <i>FON-FON</i> , 1951, p. 23).
“Peço a fineza de me enviarem o molde do modelo publicado na capa de 26 de abril” ( <i>FON-FON</i> , 1952, p. 55)

Por esse último pedido da Tabela 7 notamos também o quanto as capas com noivas eram atrativas para a venda da revista.

As respostas publicadas asseguravam que as moças haviam recebido o pedido corretamente, e mostra que o vestido de noiva pela grande maioria das mulheres era confeccionado dentro de casa ou por costureiras de confiança. Duas cartas publicadas em *Fon-Fon* em 1950 são de costureiras que afirmam utilizar o molde da revista para suas peças. Essas cartas também eram um meio de trazer visibilidade e lucro ao departamento de moda da revista, que no período consagrou seus responsáveis Gilberto Brandão e Eloyna Araujo como bons profissionais.

Pensar sobre o vestido de noiva também era pensar na relação do corpo com a roupa no dia do casamento. Os padrões de corpos mostrados nas páginas de casamento, principalmente as ilustrações de *Fon-Fon* para as noivas, sem exceção, eram representações de moças jovens, magras e com cinturas finas. Simili (2017) aponta que a cintura, assim como os corpos magros, são valores sociais e culturais fabricados pela moda para o corpo das mulheres.

O corpo belo mostrado e tratado nas revistas era o corpo magro, não é possível encontrar em nenhuma das revistas pesquisadas representações de noivas com o corpo fora dos padrões estabelecidos.

Segundo a imprensa, a mulher devia ampliar o interesse masculino por seu corpo, nele incluindo o zelo e a fidelidade à sua alma. O rosto permanecia o ponto alto da beleza vendida na propaganda, mas o corpo inteiro insinuava-se no cinema e nas fotonovelas (SANT'ANNA, 2014, p. 93).

O corpo da mulher deveria se encaixar nas imagens das revistas, e além dessas os textos também ressaltavam a estética desejada, frases como “o lindo vestido de noiva, todo de rendas finíssimas, mais graça empresta à sua silhueta primaveril” (*O CRUZEIRO*, 1951, p. 106). Ou mesmo destacando que a noiva era “do tipo mignon, muito esbelta e elegante no seu bonito vestido de noiva” (*O CRUZEIRO*, 1955, p. 106).

Barthes (2005) enfatiza a importância do corpo humano para o entendimento da moda. Para o autor, o corpo humano é frequentemente utilizado pela publicidade no intuito de compreender a respeito da silhueta de modo completo e inteligível, estando o mesmo sujeito a situações, usos, gestos. É mantido como um objeto cultural que possibilita ao conhecimento difuso do leitor sua própria interpretação.

O autor expõe ainda que os objetos culturais, alvos de pesquisa na sociedade, constituem sistemas de comunicação e significação, uma vez que:

A cultura real só propõe objetos impregnados de linguagem humana, seja na forma de descrição, comentário, conversação... A nossa é uma civilização do escrito, tanto quanto da imagem. A linguagem escrita tem funções bem precisas de abstração, conhecimento, escolha dos sentidos. Viver em uma civilização da imagem pura criaria certa angústia, pois a imagem sempre tem vários sentidos (BARTHES, 2005, p. 374).

Os corpos magros eram elogiados e os corpos volumosos nem eram mostrados, nesse sentido o vestido de noiva deveria servir como um incentivo para que as mulheres cuidassem do seu corpo para estarem bonitas e magras no dia do casamento.

As dicas para se adequar aos padrões eram as dietas, a alimentação balanceada e os exercícios físicos, mas a escolha do vestido adequado, conforme o tipo de corpo, somente quem poderia fazer era a própria noiva. Sant’Anna (2014) afirma que antes da década de 1950 não existiam supermercados no Brasil, os alimentos eram adquiridos de produtores familiares e em pequenos estabelecimentos. A partir disso, na década de 50, com a chegada dos supermercados, a questão do peso passou a ser mais bem controlada, havendo a banalização do regime e das dietas.

A noiva indicada por *Fon-Fon* deveria estudar com atenção a sua silhueta e seu tipo físico diante do espelho para, por fim, escolher seu vestido de noiva. “Seu vestido de noiva, querida leitora, não deve obedecer aos seus sonhos e sim ao seu espelho” (*FON-FON*, 1952, p. 33).

Aquelas que ainda assim não conseguissem se enquadrar nos padrões estabelecidos, ou mostrados, mandavam correspondências para a revista pedindo dicas de vestidos que ficassem elegantes e adequados ao seu tipo físico.

Gilberto Brandão respondia: “Para a escolha do vestido primeiro deve-se estudar o tipo físico, uma moça baixa e gorda deve evitar tecidos que afoguem ainda mais seu corpo, evitar saias fartas e várias camadas de tule e filó, os tecidos indicados são tafetá, renda e organdi” (*FON-FON*, 1953, p. 21).

É possível que nem sempre o fato de a noiva não ter cintura fina ou não ser magra fosse revelado pelas cartas, algumas podiam trazer questionamentos quanto à questão do corpo da noiva, como em *Fon-Fon* em um pedido de molde de vestido de noiva: “Cleusa – Bem, já que a srta. não deseja o tradicional vestido de noiva, aconselhamos um vestido amplo de cor muito suave como o rosa, o azul desmaiado, o verde água” (*FON-FON*, 1954, p. 47).

Chama-nos atenção esse pedido pelo fato de a noiva querer um vestido não tradicional em um período no qual o vestido branco era o mais usado pelas noivas, e ainda pelo fato de a revista indicar um vestido amplo. Talvez a leitora pudesse realmente querer sair do tradicional por gosto pessoal, no entanto é possível que essa leitora estivesse grávida, pois não usar o branco era sinônimo da perda da virgindade, poderia ser uma moça cujo padre ou a família a aconselhou casar-se com outra cor por não ser mais “pura”.

Muitas mulheres casavam grávidas. Fonseca (2017) aponta que na década de 1920 no Brasil havia uma alta taxa de nascimentos de “bastardos”, os pequenos nascidos antes do casamento. Algumas moças conseguiam disfarçar a barriga e esconder da família, possivelmente no pedido citado acima a revista entendeu o pedido da moça ao indicar “vestido amplo”. Ou pode ser que a própria moça tenha contado por meio da carta enviada seu drama, pois muitas das jornalistas que respondiam às cartas eram consideradas conselheiras amorosas, como cita Pinsky (2014). Prost (2009) também cita que as moças enviavam grande quantidade de

cartas às revistas com todos os tipos de pedidos de ajuda. A criação desses confessionários por parte das revistas fazerem tanto sucesso se dá pelo fato de que atendia a uma necessidade existente na sociedade, [...] “algumas dessas cartas nas colunas dessas revistas assumem gradativamente o papel de diretores de consciência” (PROST, 2009, p. 129).

As revistas não publicavam sugestões para moças grávidas, não era um assunto visto com bons olhos, porém, em algumas ilustrações, podemos observar opções de vestidos que poderiam interessar essas moças que precisavam esconder suas barrigas, que a revista tratava como “a noiva que não possui o tipo físico adequado” (Figura 37).

**Figura 37** – Modelos de vestidos que poderiam esconder uma possível gravidez, revista *Fon-Fon*, 1953



Fonte: BnDigital (2019)<sup>91</sup>

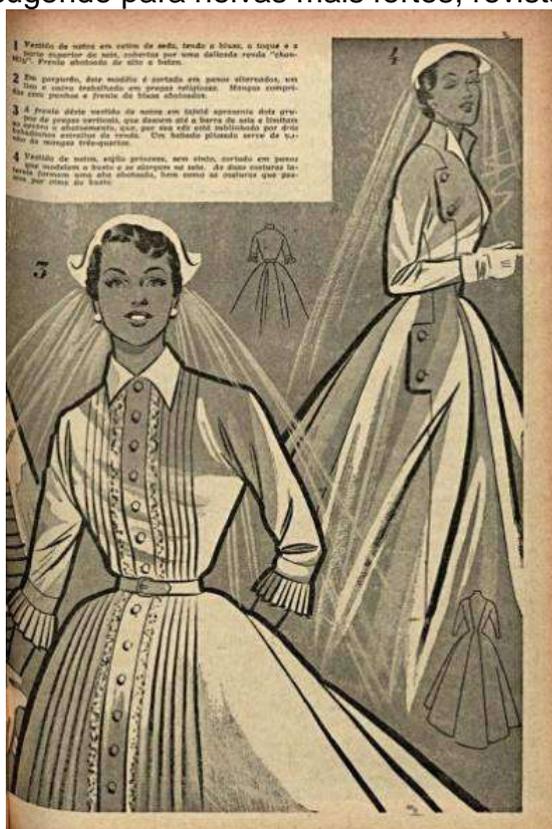
Os modelos da esquerda possuem um grande franzido na região do abdômen logo abaixo da cintura. Ao prestarmos atenção à ilustração parece com uma noiva grávida, mas a descrição traz “farto drapeado sobre os quadris” para o primeiro e “fartíssimo pano em tulle passa por baixo de uma alça e forma a cauda” para o segundo logo abaixo. Abaixo do modelo de vestido no centro da figura da

<sup>91</sup> Revista *Fon Fon*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/140006>  
<http://memoria.bn.br/DocReader/259063/140515>

direita está descrito: “Blusa com drapeados que se cruzam na frente e se prolongam pela cintura nas costas. Farta saia franzida”. Essas opções de vestido poderiam ser bem utilizadas para aquelas que queriam esconder ou disfarçar a barriga. Simili (2017) vai tratar questões sobre corpo e gravidez no mercado da moda.

A gravidez não foi algo favorecido pela moda durante muito tempo, pois a cintura fina e marcada era o que de fato estava associado à ideia de feminilidade e juventude, ter barriga ou ser esteticamente fora dos padrões não era valorizado. E tratando-se de uma moça grávida que ainda não havia se casado, era motivo suficiente para ser assunto velado pelas revistas e discriminado pela sociedade. Assim, a sutileza com que esses modelos são mostrados nas páginas passa despercebida, e ficam livres do julgamento da moral dominante. Algumas vezes a revista tratava os modelos como adequados para a noiva “gordinha”, “cheinha” ou de tipo físico “forte” (Figura 38).

**Figura 38** – Modelo sugerido para noivas mais fortes, revista *Fon-Fon*, 1953, p. 29



Fonte: BnDigital (2019)<sup>92</sup>

<sup>92</sup> Revista *Fon-Fon*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/140512>

A ilustração da noiva que está à frente da página segue a indicação: “Vestido pode ser usado por mulheres fortes, porque as pregas verticais tendem a emagrecer”, ainda que a representação tivesse a cintura marcada, sua indicação revelava que as mulheres que estavam fora dos padrões ou que quisessem esconder a barriga, poderiam usá-lo como referência.

Bernuzzi (2016) afirma que em meados do século XX a sociedade mantinha um ideal de aparência física leve e longilínea, tornando urgente a questão do emagrecimento, martirizando as mulheres obesas e demonstrando a necessidade de as mesmas controlarem seu próprio peso. Além disso, a ideia de magreza nesse período estava associada a estilo de vida rica.

Segundo Prost (2009), em 1950 existe um crescimento com as questões do corpo, a preocupação gerada pelas propagandas na imprensa e pela moda que encurtava o comprimento das saias trazia tecidos mais finos que deixavam o corpo à mostra. Assim, a imprensa vai delineando as mulheres, propondo novas regras e maneiras de vestir em busca do que é novo. Como afirmam Lipovetsky (1989), Prost (2009) e Calanca (2011), é a novidade que faz com que as engrenagens da moda se desenvolvam.

Além do corpo, a idade também refletia na escolha do vestido de noiva, era aconselhado que as noivas com mais de trinta anos se casassem com vestidos discretos, sem muito decote. Em *O Cruzeiro* (1951, p. 121) a orientação era: nada de utilizar tecidos vaporosos, a mulher poderia se casar depois dos trinta, mas não poderia chamar atenção como se fosse um grande feito, pois já não era tão nova para isso, portanto o vestido deveria ser discreto.

Algumas cartas pesquisadas mostram como as revistas indicavam de que modo as mulheres com mais de trinta anos deveriam se casar:

“Se é jovem poderá escolher modelos vaporosos e turbilhantes, mas se não é muito moça prefira modelos menos juvenis e mais discretos de linha simples, mas elegantes” (*FON-FON*, 1952, p. 33).

Muitas vezes a mesma resposta aparecia mais de uma vez na revista: “Mesmo que você já tenha passado dos trinta [...] não permita que sua idade tire a alegria do seu dia, o maior dia na vida de uma mulher. Os casamentos nessa idade são mais numerosos do que você pensa” (*O CRUZEIRO*, 1954, p. 34; 1955, p. 98).

“Uma mulher que se casa aos 48 anos deve limitar a cerimônia do casamento ao simples indispensável: não deve fazer uma grande festa e dar ao seu casamento aspecto de pompa” (*O CRUZEIRO*, 1957, p. 102).

É possível entender que na década de 1950 uma mulher de 30 anos era considerada não tão jovem, com essa idade a mulher já deveria ter casado e possivelmente já teria filho ou filhos e era um período no qual as revistas valorizavam principalmente a juventude.

As revistas indicam vestidos discretos, ou seja, como a mulher não é jovem melhor esconder do que mostrar o que não é considerado belo. Sant’Anna (2014) discute esses conceitos em seu livro e fala que na década de 1950 eram os jovens que tinham maior espaço na publicidade, todos os produtos e propagandas apontavam para esse público, e as mulheres que já não se enquadravam no padrão de jovialidade deveriam buscar tratamentos adequados no sentido de combater a velhice. “A norma social dita a aparência jovem, e a personalidade se confunde a tal ponto com o corpo que ‘continuar ser o que é’ acaba se confundindo com ‘continuar a ser jovem’” (PROST, 2009, p. 92). Sendo assim, o vestido da noiva que não era mais considerada jovem deveria ser discreto para que ela fosse considerada uma noiva sensata, que estivesse de acordo com as normas do vestir.

Quanto ao tecido do vestido, indicado para essas mulheres não tão jovens, as cartas respondidas indicavam:

“Escolha para o traje de noiva um cetim flexível, véu e grinalda discretos. [...] Seja uma noiva discreta, mas caminhe para o altar de cabeça erguida” (*O CRUZEIRO*, 1950, p. 71).

“A noiva de mais de trinta anos não deve usar tecido muito vaporoso e armado, mas preferir um tecido, como por exemplo, um crepe fosco.” A publicação ainda falava de preferência que o véu fosse usado cobrindo o rosto, ou seja, para que a mulher ficasse apagada, pois seu casamento não era tão importante quanto o de uma jovem (*O CRUZEIRO*, 1951, p. 121).

É possível observar as diferenças de modelos para as noivas jovens e para não jovens nas ilustrações de Gilberto Brandão em *Fon-Fon* (Figura 39).



muito para casar. Nesse sentido, a mulher que se casava depois dos trinta deveria tomar uma série de cuidados ao escolher seu vestido de noiva para não ser julgada pela sociedade. E havia ainda as que não se casavam, o que era pior ainda, sendo vítimas de uma série de preconceitos. Maia (2007) descreve que, na primeira metade do século XX, era conhecida como aquela que nunca se casou, aquela que não tem marido ou mulher pública, quase sendo confundida como meretriz, sem a conotação profissional.

Por esse fato as moças sentiam-se na obrigação de arranjar um marido antes dos trinta para não chegar a esse ponto, a pressão da família e amigos para que a mulher não ficasse para a titia, termo que as próprias revistas citavam, segundo Pinsky (2014), fazia com que as moças não tivessem oportunidade de conhecer outros homens, ou ter outros relacionamentos saudáveis para que assim pudessem ter a certeza de uma vida juntos, uma vez que namorar vários rapazes poderia manchar a imagem da boa moça, e porque não teria tempo hábil para isso, visto que era vergonhoso casar com tal idade.

Não casar ou casar muito tarde não era visto com bons olhos, mas existia ainda um preconceito da sociedade quando o assunto eram os casamentos das viúvas. Segundo Fonseca (2017), a mulher recasada era vista com preconceito. No Brasil colonial a viúva era obrigada, ao se casar novamente, a abrir mão de sua herança e também do poder dos seus filhos, era considerada “sem moral”. Segundo Motta (2013), a sociedade em 1950 privilegiava os jovens, as mulheres solteironas ou viúvas não eram consideradas objetos de atenção no terreno da sociabilidade.

Mas é possível encontrar algumas cartas enviadas por mulheres viúvas às revistas, pedindo conselhos quanto aos seus vestidos de noiva.

Em *Fon-Fon* (1952, p. 24), um pedido de noiva viúva: “Desejo ver publicado em *Fon-Fon* um modelo para casamento de viúva. Estou indecisa na escolha e apelo para os senhores”. A revista respondia:

De acordo com a descrição do seu tipo, deverá fazer um vestido de cetim de seda fosco ou tafetá pura seda em cor neutra (cinza-pérola). A saia deve ter planejamentos retos que alonguem a silhueta. Use um chapeuzinho pequeno com véu trabalhado. Prenda os cabelos com coque na nuca (*FON-FON*, 1952, p. 24).

Observa-se que o pedido trata apenas de um modelo de vestido, no entanto a revista, além de indicar o tecido e o modelo, ainda fala do acessório e de como deve prender os cabelos, o que demonstra a preocupação em adequar a mulher aos parâmetros da moral através da moda e da roupa, a qual determinava que aquela que não se enquadrasse nos padrões deveria ser discreta. Como cita Prost (2009), o modo de vestir também vai revelar o conhecimento dos códigos sociais da pessoa: “A moda permite uma primeira qualificação social dos indivíduos, separando claramente os que seguem e os que não seguem seus ditames”.

Em *O Cruzeiro*, os conselhos para a noiva viúva quanto ao seu traje de casamento indicavam:

Para o casamento de uma viúva jovem, como nossa leitora Maria da Graça, do Rio, o traje poderá ser também em tecido branco, mas em feitiço de traje de passeio ou de noite. Um vestido comprido, por exemplo, em crepe ou cetim fosco; um chapéu, ou melhor, um “toque” de flores pequenas em azul ou rosa muito claro; luvas no mesmo tom do chapéu ou brancas; um pequeno ramo de flores naturais nas mãos ou preso à cintura; nesse último caso ter nas mãos um livro de reza ou rosário (*O CRUZEIRO*, 1951, p. 82).

Em outra carta de 1956, a revista ainda segue as mesmas sugestões: “O traje? Um elegante vestido comprido, um pequeno ramo de flores, ou um livro de reza na mão. O chapéu é indispensável, pequeno, discreto” (*O CRUZEIRO*, 1956, p. 116).

Assim, notamos a diferença de trajes indicados para as viúvas dos trajes indicados para as jovens, que seria o oposto. Nos citados às viúvas, todo vestido vem acompanhado do termo discreto, fosco, pequeno; no traje das jovens usa-se vaporoso, armado, tecidos brilhantes. A imagem da noiva elegante, formosa, era também associada ao conceito de juventude. Logo, saber usar um vestido de casamento adequado à sua idade ou situação social era reiterar a ideia propagada pelas revistas de que não ser jovem, não ser magra ou não ser virgem deveria ser escondido ou ao menos ser algo discreto (PROST, 2009, p. 122).

Não é fácil encontrar imagens de modelos de vestidos indicados para mulheres viúvas ou “velhas”. As indicações geralmente se davam em formatos de textos publicados, nos quais esses modelos apontados deveriam ser discretos e não chamar atenção. Sendo isso uma indicação de que o que é feio deveria ser

ocultado, Bernuzzi fala sobre isso em seu livro, o que não se enquadra nos padrões da sociedade de que o que é considerado belo, também não é mostrado (SANT'ANNA, 2014).

Essas pressões para que as moças se casassem jovens também podem ser pensadas por uma outra perspectiva, a de que as revistas alimentavam com isso as angústias com relação à obrigatoriedade do casamento. E ainda o quanto essas moças tratavam das ansiedades que envolviam a preparação do casamento. Expectativas que ficam evidentes nas respostas dadas às cartas das jovens em *O Cruzeiro*, com termos como:

“Noivinha indecisa” (1951, p. 127); “noivinha simples” (1951, p. 116); “noiva aflita” (1953, p. 91); “noiva preocupada” (1953, p. 75).

Em *Fon-Fon*, 1952, essas questões são apontadas em uma publicação que fala sobre o nervosismo das noivas dizendo que isso é algo muito comum. Por meio da história de uma jovem que estava na dúvida se queria se casar, a revista aponta que isso “não passava de um ataque agudo de “nervosismo nupcial” (*FON-FON*, 1952, p. 40).

Os termos usados mostram a urgência que essas moças careciam das respostas das jornalistas, a confiança que depositavam no que era indicado e possivelmente acatado por elas. A aflição por não se enquadrar no padrão de corpo, por não ter poder econômico suficiente ou mesmo algum problema que saísse do tradicional estabelecido, como por exemplo, ser órfã, ser viúva, ou ter mais de trinta anos. Questões que geravam dúvidas e que essas moças podiam ter na revista o apoio que demonstrasse ou que afirmasse uma atitude à qual era bem aceito e adequado para a sociedade.

As publicações indicadas para as noivas se empenhavam e sustentavam a ânsia nas jovens de se casarem, criando uma atmosfera que envolve uma grande impaciência e expectativa na preparação da festa, como algo que deveria ser um grande acontecimento, algo marcante, alimentando essas moças com opções que impulsionaram o mercado de moda, o comércio de tecidos, de flores e de serviços prestados a esse fim.

Portanto, as revistas femininas utilizavam esses discursos sobre o que era de bom gosto, o que era de mau gosto, a roupa para jovem, a roupa para velha, o

que era simples e luxuoso, para influenciar as mulheres a adotarem novos estilos e atitudes, corroborando com a ideia de que elas instigavam por meio desses textos publicados o desejo de ser, de parecer e de ter o que estava em moda, de consumir o que era tendência.

O vestido de noiva é um dos elementos fundamentais ao casamento, mas tudo o que está associado a esse dia compõe a preparação do casamento. Esses preparativos incluem desde o envio dos convites, o ato da realização da cerimônia em uma Igreja, as festividades comemorativas, e os elementos que fazem parte da composição e conjunto de objetos e símbolos que irão construir o cenário do casamento. Essa preparação de convites, horário, flores, padrinhos, bolo, festa, assim como o vestido, refletem as escolhas pessoais da noiva, *status* e situação financeira. Esses preparativos serão mais bem explorados no próximo capítulo.

## 4 CAPÍTULO 3

### 4.1 A FESTA DE CASAMENTO

Nos anos 1950, em particular, desde seus meados, o Brasil viveu um período de muitas transformações sociais, tecnológicas e políticas, havia uma atmosfera de modernização e a formação de uma nova classe social emergente. A classe média detinha maior poder econômico em um contexto no qual cresciam demandas e serviços em todos os setores, e percebe-se que esse crescimento abrange o campo das festas de casamento.

A data era o momento ideal para a família da noiva demonstrar *status*, poder econômico, classe social ou apenas para medir bom gosto e elegância. Nesse contexto, as revistas femininas contribuíam para a sua expansão por meio de publicações direcionadas às noivas, ditando novas modas que eram copiadas e disseminadas, entre elas pode-se citar a renovação das concepções do casar, horários, número de convidados, locais, itens e gastos com a festa.

As revistas popularizaram a etiqueta de como casar, incutindo gostos, lançando modas, alterando consumo de comidas e objetos para a materialização do grande dia.

Neste tópico, apoiados pelas ideias de Calanca (2011), de que a moda está nos mais variados âmbitos da sociedade, exprimimos nosso valor mundano, que revela nossa ligação com o mundo exterior. Abundância, gastos e escolhas são conceitos que dentro do casamento representam símbolos de poder e *status* social.

Por meio das fotos dos casamentos que eram publicadas nas revistas, das cartas respondidas e receitas, indica-se como se dava a preparação e organização da recepção do dia de núpcias, mostrando o quanto casar transformou-se em veículo de fortalecimento do mercado da moda nacional, estabelecendo-se como um dos setores fortes e dinâmicos na contemporaneidade.

Aborda-se assim quem eram os responsáveis pela organização e pagamento das despesas com o casamento, como esses valores eram indicados pelas revistas e a preocupação por parte das mulheres que, por meio das cartas,

pediam ideias de como organizar suas festas, ainda que com poucos recursos fossem consideradas de bom gosto.

Através das indicações feitas pelas revistas, conseguimos traçar uma narrativa de como se dava o dia do casamento, desde a saída da casa da noiva em direção ao altar até os preparativos que eram feitos para receber os convidados após a cerimônia da Igreja.

E, por fim, o símbolo que sela a união do casal, o bolo da noiva, objeto central das mesas de casamento, elemento de contemplação que remete à identidade do casal. Sua estética está atrelada a tendências de moda, encomendar um bolo em confeitarias ou confeitadeiras renomadas valorizava sua importância dentro do evento, gastar com a festa, a abundância e a qualidade das comidas oferecidas davam *status* à família da noiva perante seus convidados e a moda se encarregava de fomentar ideias e opções para incrementar o dia do casamento.

Baseado em Bourdieu (2008) e Lipovetsky (1989) é possível entender como a efemeridade da moda é copiada e assimilada por outras classes sociais. Na visão de Braga (2005) entendemos como o casamento é formado por um conjunto de regras que vão se atualizando e se adaptando mediante as propostas oferecidas pela mídia, podendo entender como os modelos de casamento, as fotos, os textos veiculados nas revistas impulsionaram o consumo desses bens e serviços.

#### 4.1.1 Quem paga a conta?

O Brasil, na década de 1950, passava por muitas transformações econômicas, principalmente pelo crescimento industrial acelerado. Com isso crescem as demandas de emprego e a população passa a ter maior poder econômico. Em 1952 foi criado o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE), com o intuito de gerir recursos para o desenvolvimento da indústria (VERSIANI; SUZIGAN, 1990). A mentalidade brasileira era de progresso, de mudanças econômicas, foi um período de grande valorização nacional. Relata-se que “esta vontade e construção nacional pode ser avaliada quando se considera o

desenvolvimentismo dos anos 1950: ao se afirmar que sem ideologia do desenvolvimento não há desenvolvimento” (ORTIZ, 1994, p. 36).

Quanto ao contexto global, Crane (2006) e Lurie (1997) apontam a década de 1950 como a geração dos *baby boomers* (1946-1964), que são os nascidos no pós-guerra, os quais tinham um poder de consumo maior comparado às outras gerações, influenciando assim para o fortalecimento de uma moda jovem, e as revistas que aqui circulavam difundiam essa moda por meio de suas páginas. Hobsbawm (1995) aponta ainda que, com a grande maioria da população se instalando nas cidades no período pós-guerra, os filhos dessas famílias também tinham maior possibilidade de estudar e garantir uma profissão futura, gerando na década de 1950 maior renda e uma sociedade de consumo de massa “[...] algum tipo de riqueza estava agora ao alcance da maioria, e a diferença entre um Fusca e um Mercedes era muito menor que entre o dono de qualquer carro e o dono de carro nenhum” (HOBBSAWM, 1995 p. 301).

No Brasil, a década foi marcada por uma crescente euforia desenvolvimentista e pela busca da diversificação econômica e a cidade do Rio de Janeiro era vista como uma referência cultural para as demais cidades e regiões.

Segundo Pinsky (2015, p. 624):

Cresceu na década de cinquenta a participação feminina no mercado de trabalho, especialmente no setor de serviços de consumo coletivo, em escritórios, no comércio ou em serviços públicos. Surgiram então mais oportunidades de emprego em profissões como as de enfermeira, professora, funcionária burocrática, médica, assistente social, vendedora etc., que exigiam das mulheres uma certa qualificação e, em contrapartida, tornavam-nas profissionais remuneradas. Essa tendência demandou uma maior escolaridade feminina e provocou, sem dúvida, mudanças no *status* social das mulheres.

Essa dinâmica de transformações também modifica o cenário econômico do País fazendo emergir uma classe média com potencial de consumo, que vai impactar em diversos setores da sociedade, entre eles o casamento, uma vez que quem tinha responsabilidade sobre a festa de casamento era a família da noiva. Galvão (2017) afirma que devido à sua série de regras inidentificáveis e passíveis de

reprodução, a festa de casamento possibilita que se tenha uma ideia junto à composição de um cenário que representa os noivos em seu grupo social.

Muitas mulheres tinham seus salários comprometidos com a festa de casamento, vestido, enxoval, assumindo muitas vezes o papel do pai para cumprir e atender seus sonhos e desejos.

O crescimento industrial se comportou de uma forma constante nessa época, assim como a transformação da economia como um todo. É claro que foi o setor industrial que mais se destacou. A participação da indústria subiu continuamente, ultrapassando a agricultura no fim dos anos 50, principalmente pela importância que foi dada a esta área (HAFFNER, 2002, p. 166).

Com o País em crescimento, as pessoas tinham mais possibilidade de se casar, de tornar o casamento um evento elegante, maior oportunidade de se vestir e comprar roupas, de frequentar salões de beleza, comprar cosméticos, enfim, a classe média do período almejava estabelecer novos padrões de vida. Segundo Crane (2006), esse período foi risonho para a classe média. E era nas revistas que as mulheres se amparavam buscando informações de moda, de lojas, marcas, serviços e modelos de referência. As revistas faziam esse intermédio como grandes meios de popularização do consumo de moda em geral, e grandes impulsionadoras para que o casamento cada vez mais se tornasse um evento maior e mais requintado. O número de casamentos na cidade do Rio de Janeiro em 1950, segundo o IBGE (2017), era de 13.668, que foi a taxa mais elevada entre 1946 e 1965, registrada no anuário estatístico do Brasil.

A elevação da taxa de casamentos na cidade do Rio de Janeiro pode ser fruto da entrada das mulheres no mercado de trabalho que fazia com que seu poder econômico aumentasse. Outro ponto é que, com a ascensão da classe média no País, as famílias passaram a ter mais recursos e, como consequência, maior consumo. Era um período em que as famílias queriam mostrar seu *status*, fazer parte da alta sociedade e se inserir no contexto econômico do período e o casamento era um momento ideal para isso.

As festas de casamento mostravam o que seria o primeiro ato social que a noiva desempenharia em sua nova posição de senhora e, portanto, esse evento deveria ser algo que demonstrasse esse novo *status* da mulher, visto que, como

aponta Pinsky (2014), os interesses econômicos também estavam envolvidos na esfera do casamento, pois o grande êxito de uma mulher era que ela conseguisse um bom partido para casar, e o bom partido consistia nas posses econômicas do rapaz e da sua família. Vicent (2009) cita uma pesquisa feita entre 1930 e 1977 que estudou os anúncios de procura de casamento em uma revista francesa, a *Le Chasseur Français*, tratando do crescimento acelerado desses anúncios nesse intervalo de tempo e ainda revelando que até 1977 a maioria das pessoas que buscavam se casar estava procurando alianças de fundo econômico.

Até a chegada do séc. XX, ainda era adotada a regra do dote:

O dote é uma antiga prática, herdada dos portugueses, que inúmeras novelas de época da televisão brasileira já mostraram: o pai, poderoso escravocrata, senhor de engenho de cana-de-açúcar ou fazenda de café, combina o casamento de sua filha com o filho de um outro senhor igualmente poderoso. A moça, chorosa protagonista apaixonada pelo mocinho da trama, levaria consigo um dote, em bens ou dinheiro. Moça sem dote corria o risco de morrer solteira (NAZZARI, 2001, p. 246).

Nazzari (2001) enfatiza que, após o século XX, o declínio do dote foi notório, pois muitos pequenos comerciantes não possuíam recursos semelhantes aos seus antepassados para disponibilizar à família do noivo.

Em 1950 não são mais utilizadas as regras do dote, porém nas colunas de etiqueta e conselhos que regem as revistas, a família da noiva é responsável por todas as despesas do casamento e pelo enxoval da casa. Zahn (2017) cita que antigamente o casamento era oferecido pelos pais da noiva, e a família do noivo se encarregava pela casa e pelas despesas de lua de mel. Perrot (2009) também cita que é de praxe o noivo pagar as despesas da Igreja e a festa ficar por conta dos pais da noiva.

Em unanimidade, as revistas enfatizam a ideia de que a festa compete aos pais da moça.

Em respostas às cartas quanto a esse assunto, nas colunas de Jeanne Lorraine, em *O Cruzeiro* (1950, p. 71) cita-se: “todas as despesas de um casamento correm por conta dos pais da noiva. Embora seja comum no Brasil o noivo assumir a

responsabilidade de quase todas as despesas, inclusive do enxoval, a etiqueta condena isso.

Quanto ao noivo, compete “apenas: as alianças, os papéis para o casamento, a remuneração do padre e todas as despesas, é claro, a partir do momento em que os noivos saem para a lua de mel” (*O CRUZEIRO*, 1955, p. 90). Nesse caso, toda a cerimônia e recepção e tudo que era pensado para a data do evento ficava a cargo da noiva, não sendo permitido ao noivo fazer exigências, pois, segundo a revista, a festa segue o bolso da família da noiva (*O CRUZEIRO*, 1955, p. 96).

Em algumas cartas publicadas foi encontrado repetidamente o mesmo texto que dizia: “não importa que sua casa seja modesta e que a do noivo seja a mais apropriada para a cerimônia: é sempre melhor que uma moça se case na residência de seus pais, e dentro de suas possibilidades. [...] quanto mais simplicidade na cerimônia melhor: assim não haverá contrastes chocantes (*O CRUZEIRO*, 1951, p. 82).

Pelas cartas podemos ter a ideia do quanto a responsabilidade de organizar a festa de casamento serviria para demonstrar as posses da família da noiva. Todos os preparativos apresentados aos convidados serviriam para demonstrar os gastos com o vestido de noiva, com a quantidade de elementos decorativos, com comida, bebida e o número de pessoas a quem seria oferecido.

Podemos notar ainda uma preocupação por parte das moças que não tinham condições semelhantes ao noivo, ou quando moravam em uma residência simples. Isso se nota por conta das respostas a essas moças, que insistiam que a noiva deveria fazer a recepção em sua própria casa, ainda que a casa fosse mais simples que a do noivo. Em duas edições distintas Jeanne Lorraine cita uma mesma história, à qual a noiva era simples e o noivo tinha uma boa condição de vida, e, no entanto, a festa foi realizada na casa dos pais da moça como dita a etiqueta, mas que “a modéstia da casa do pai ficou abafada sob as flores e os galhos cortados” (*O CRUZEIRO*, 1951, p. 129). De certa forma, essas dicas ajudavam as jovens que poderiam estar angustiadas por viverem em uma residência simples, buscando estratégias na decoração para disfarçar a simplicidade do local. Outro ponto é que, por meio dessas histórias, as jornalistas criavam no imaginário das moças uma forma de melhorar de vida incentivando a busca por rapazes com melhores

condições financeiras, sem precisar se preocupar com o local da festa de casamento, pois o problema das diferenças sociais poderia ser disfarçado com bom gosto.

É possível ressaltar a maneira como as revistas ditavam os protocolos do casamento nos anos 1950, fazendo com que surgissem novas maneiras de organizar a cerimônia e a recepção das festas e novos locais de consumo, e que o evento do casamento comece a se ampliar nesse período. As respostas às cartas demonstram que existe um potencial crescimento nos serviços oferecidos, sendo um período no qual o mercado de casamento inicia um processo de expansão (Tabela 8).

**Tabela 11 – Respostas às cartas de leitoras**

<p>“[...] resolver o problema do local, mas certa de que não ficará impróprio alugar um salão” (O <i>CRUZEIRO</i>, 1951, p. 121).</p>
<p>“Quando não há prática suficiente, é preferível contratar os serviços de uma casa especializada, que além de organizar o “menu” fornece pessoal habilitado e o material necessário” (O <i>CRUZEIRO</i>, 1951, p. 86). Essa resposta se repete em outras edições.</p>
<p>“[...] e o serviço deve ser feito por profissionais especializados, se você não conta com pessoal habilitado para isso” (O <i>CRUZEIRO</i>, 1954, p. 24).</p>
<p>Falando em como escrever um convite de casamento “[...] na linha seguinte o nome e o endereço do local (hotel, clube ou casa da noiva)” (O <i>CRUZEIRO</i>, 1956, p. 97).</p>
<p>“É preciso que se trate de uma doceira de méritos reconhecidos. Pois não é qualquer uma que será capaz de fazer o bolo. [...] O <i>buffet</i> de casamento deve ser entregue a uma confeitaria de confiança. Deve-se contratar bons garçons para servir o lanche” (FON-FON, 1956, p. 34).</p>
<p>“A noiva que tem recursos, mas não tem prática da vida social, deve entregar a organização da festa a uma pessoa reconhecidamente competente” (ETIQUETA, 1956, p. 122).</p>

Nota-se que, ainda que costumes vão se alterando, casar nas casas dos pais da noiva era a tradição, no entanto alugar um salão ou um hotel quando existia

um grande número de convidados já não era visto como algo inaceitável. O mercado de moda para casar foi se ampliando, surgindo serviços especializados para o evento, e são as revistas que divulgam novas práticas, novas modas e profissionais capacitados (Figura 40).

Figura 40 – Propaganda de serviço especializado para festa de casamento, revista *Vida Doméstica*, 1957, p.112



Fonte: BnDigital (2019)<sup>94</sup>

Por meio das imagens notamos que o serviço da profissional Glória Bastos aceita encomendas para casamentos e ainda ensina o ofício da confeitaria, demonstrando assim uma ampliação nos serviços especializados que poderiam ser realizados por encomenda; no entanto, em destaque “Ensina-se a Confeitar”, evidencia a ideia de que havia mulheres que podiam optar por fazer seu próprio bolo de casamento.

Ressaltamos aqui o quanto as revistas se ocupavam de toda preparação para o dia do casamento. Essa organização é foco de muitas publicações nas revistas, os textos publicados serviam como guias do evento, no qual as mulheres se espelhavam para que estivesse tudo em conformidade no grande dia.

<sup>94</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/57559>

#### 4.1.2 Organização do casamento

Podemos dizer que a preparação para dia do casamento dentro das revistas era ditada pelas jornalistas como um manual de etiqueta para casar. Ao tratarmos dessas práticas ou preparativos estamos nos referindo a este universo dentro das revistas selecionadas, por meio das cartas, colunas, textos, fotografias e ilustrações acerca do tema e, claro, um universo que se materializa nas ideias e práticas das pessoas que levavam a cabo a organização desse evento, baseando-se nas informações contidas e divulgadas por estas revistas.

A palavra etiqueta, definida por Leão (2005), é a ética do cotidiano, que é constituída por um conjunto de regras que fazem com que as pessoas consigam ter uma convivência dentro de princípios de respeito mútuo. A etiqueta pode ser aplicada a toda ocasião, no entanto existem algumas que exigem que se tenha maior cuidado e respeito pelas regras estabelecidas. O casamento é uma dessas ocasiões, no qual existe um ritual de etiqueta que já está estabelecido e que as pessoas geralmente estão habituadas à simbologia que costuma acontecer no dia de núpcias.

A etiqueta do casamento é algo que está totalmente interligado à moda. Como define Braga (2005), a palavra moda significa modo, maneira, comportamento que está muito além do universo roupas.

Falar do que está na moda é falar do que está em vigência (BRAGA, 2005). Posto isso, podemos afirmar que o que corresponde à etiqueta do casamento em uma época pode carregar tradições para outras seguintes, mas existem muitas mudanças nessas regras que estão de acordo com a moda vigente, que vão se transformando, se modificando, se modernizando e que refletem em todo ritual estabelecido até mesmo do matrimônio.

As revistas se encarregavam de toda composição do evento, abordando uma variedade de assuntos que auxiliavam a preparação desse dia. Nas colunas de Jeanne Lorraine, que respondiam às cartas, o assunto organização do casamento era recorrente. Entre as 141 cartas analisadas da coluna Etiqueta e as 63 publicações da coluna Escola de noivas pode-se tecer uma narrativa do que consistia a recepção de casamento na década de 1950.

O dia do casamento era marcado pela família da noiva em acordo com a família do noivo. Geralmente as famílias se dirigiam para a Igreja onde se realizava a cerimônia religiosa e após a celebração os convidados eram recebidos com uma festa na casa da noiva.

As revistas utilizavam marcadores sociais para definir como deveria ser o grau de cerimônia do casamento, fazendo grandes diferenças entre festas simples e festas requintadas.

O ponto de partida para uma festa de casamento deve estar na escolha do grau de cerimônia. Ou a festa é pomposa, com todos os requisitos que isso exige, ou é simples, o que além de ser elegante é distinto e não expõe a certos ridículos (O CRUZEIRO, 1956, p. 122).

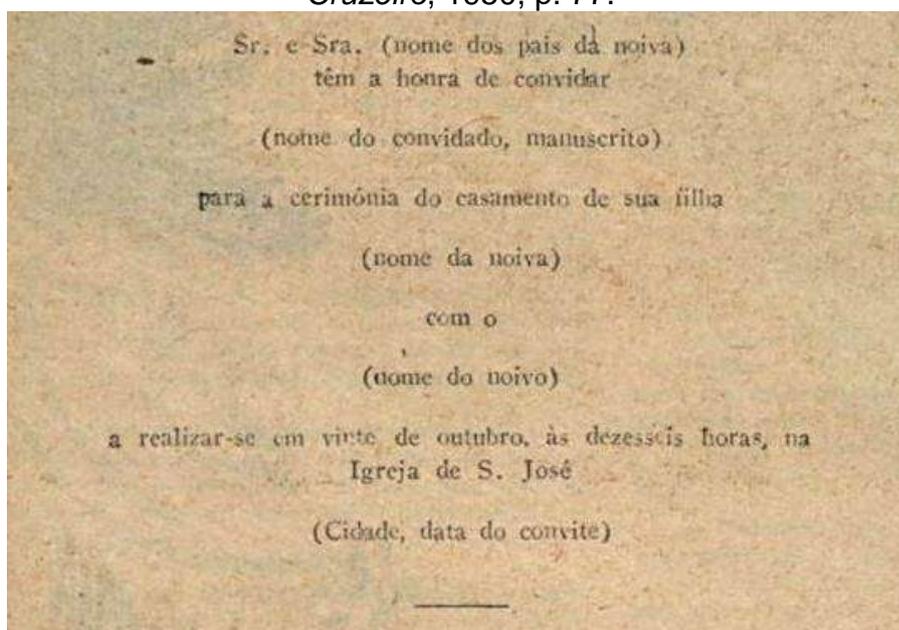
Percebemos que o que a revista chama de festa pomposa corresponde aos grandes casamentos, que possuem muitos convidados e cuja família da noiva possui condições para contratar serviço de *buffet* e decoração. E a festa simples corresponderia à noiva que não dispõe de tantos recursos, mas ainda assim gostaria de gozar de uma celebração para o dia, o número de convidados é restrito à família e amigos íntimos, e geralmente é a própria família que se encarrega da feitura e organização desse dia.

Nas colunas de Jeanne Lorraine o horário define também o grau de elegância da festa, os casamentos simples eram realizados no período da manhã ou à tarde, às 14 horas. Se o casamento se realizasse próximo ao meio-dia, os pais deveriam oferecer aos convidados um almoço e, caso o casamento se realizasse após as 18 horas, deveria ser oferecido um jantar, que são refeições que têm um custo mais elevado.

Algo que pode ser percebido nas cartas é que a maioria das pessoas que pediam dicas para seu casamento buscava soluções que pudessem deixar uma festa simples, elegante. Assim é possível afirmar que a maioria das famílias fazia festas menores em suas próprias casas.

Os convites também se diferenciavam conforme o estilo da festa, era costume convidar uma grande quantidade de pessoas para assistir à cerimônia do casamento na Igreja e convidar os mais íntimos para a recepção em casa. Nesse caso eram confeccionados dois tipos de convites (Figura 41).

Figura 41 – Convite de Casamento indicado na coluna Etiqueta da revista *O Cruzeiro*, 1950, p. 77.



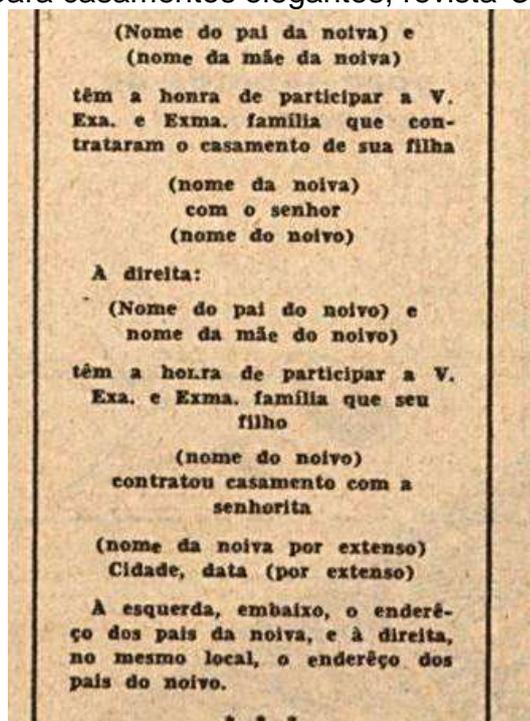
Fonte: BnDigital (2019)<sup>95</sup>

O convite principal que seria enviado a todos os convidados que seguia o modelo da imagem e para aqueles que seriam convidados para a recepção após a Igreja era indicado – “[...] junto ao convite para o casamento um cartão (no mesmo papel, porém menor) com os seguintes dizeres: Recepção às (hora) e na linha seguinte o nome e o endereço [...]”. Assim, somente as pessoas que recebessem os dois convites poderiam participar da festa após a cerimônia da Igreja. Quanto às dimensões indicadas para a confecção do convite, Jeanne indicava “18 a 20 cm de altura por 13 a 15 de largura (*O CRUZEIRO*, 1951, p. 85)”, porém a responsável pela coluna frisava que tanto as dimensões quanto o tipo de papel variava de acordo com a moda. “O tipo clássico é um cartão branco, de boa qualidade, cuja forma varia com a moda” (*O CRUZEIRO*, 1956, p. 124).

Caso o casamento fosse de alguma família com mais posses, o convite parecia conter mais informações que o convite da imagem anterior (Figura 42).

<sup>95</sup> Revista *O Cruzeiro*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/71421>

**Figura 42** – Convite para casamentos elegantes, revista *O Cruzeiro*, 1954, p. 130



Fonte: BnDigital (2019)<sup>96</sup>

Nota-se que a indicação das informações da família do noivo é acrescentada nesse modelo de cartão e a coluna determinava “Convite para um casamento de pompa? Papel: branco, de boa qualidade folha dupla ou um cartão não pequeno. No caso de folha dupla os dizeres são impressos na primeira página” (*O CRUZEIRO*, 1954, p. 74). Esses comentários que são respostas às leitoras demonstram o quanto a moda está presente a ocasiões, costumes e objetos relacionados ao casamento.

A cerimônia do casamento realizada na Igreja era o símbolo de maior importância na união matrimonial, pois demonstrava de fato que os noivos estavam unidos perante Deus, perante a Igreja e perante a sociedade. Para essa ocasião existe uma tradição, uma ordem a ser seguida apontada por Segalen (2002), como uma sequência cerimonial, que trata de regras de como entrar na Igreja. Essa adesão à simbologia que esse ato representa constitui um ritual.

Esse ritual era determinado por tradições ditadas pela Igreja Católica, mas também era apontado pelas revistas em formato descritivo e com ilustrações para que as noivas seguissem à risca e a cerimônia ficasse mais bem organizada.

<sup>96</sup> Revista *O Cruzeiro*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/89514>

O cortejo se iniciava na casa dos pais da noiva, era o local onde se reuniam as pessoas que fariam a entrada na Igreja.

[...] todas as pessoas que fazem parte do cortejo devem se reunir na casa dos pais da noiva. Nos primeiros carros partem os convidados aos pares, mas evitando que um cavalheiro tenha como companheira a sua própria esposa; em seguida os garçons, as *demoiselles*, o noivo com sua mãe, o pai do noivo com a mãe da noiva; o último carro é o da noiva com seu pai (*O CRUZEIRO*, 1951, p. 79).

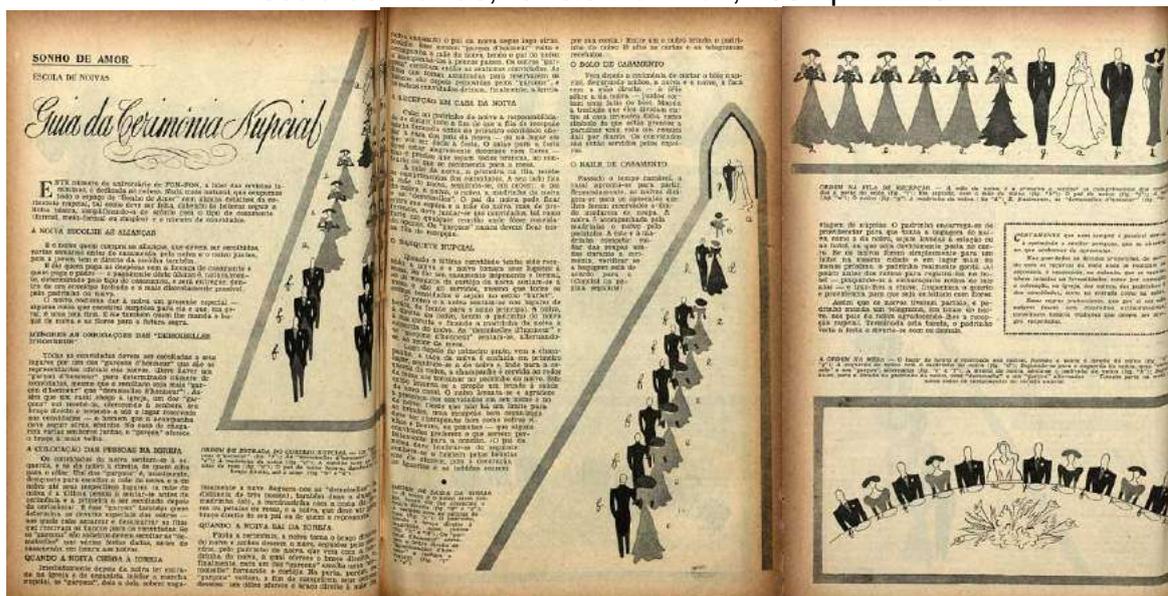
Havia papéis definidos para cada pessoa que fazia parte do cortejo na Igreja. A noiva devia escolher uma madrinha e o noivo um padrinho. Segundo a revista, as obrigações do casal de padrinhos era ser “Testemunha na cerimônia religiosa, [...] a doação de uma determinada quantia ao padre e um presente aos noivos, presente esse que será de acordo com as possibilidades financeiras dos padrinhos, incluindo também o buquê da noiva que é oferecido pela madrinha” (ETIQUETA, 1951, p. 126).

Outras pessoas que faziam parte do cortejo eram as “*demoiselles d’honneur*” e os “*garçons d’honneur*”, que também tinham papéis importantes e contribuía na organização do casamento na Igreja, guiando os convidados para se sentarem no local correto. Geralmente eram escolhidas quatro “*demoiselles*” e o mesmo número de garçons. “As *demoiselles* são quase sempre escolhidas entre moças da mesma idade e, se possível, quase da mesma altura. Os vestidos devem ser todos iguais em feitio e tecido, mas poderá haver variação na cor de duas em duas” (*O CRUZEIRO*, 1951, p. 121). Pode ser observado que somente nos casamentos mais luxuosos havia garçons *d’honneur*, e em algumas respostas às cartas eles nem são mencionados fazendo parte do cortejo ou como em uma resposta a jornalista fala “Atualmente os garções estão sendo excluídos; e mesmo nos grandes casamentos as *demoiselles* são poucas: duas, no máximo quatro” (*O CRUZEIRO*, 1954, p. 24).

Ainda havia uma criança que era encarregada de levar as alianças: “a menina levará as alianças numa pequena salva ou numa cestinha prateada forrada de cetim ou na cor do vestido” (*O CRUZEIRO*, 1950, p. 77).

Para entrada na Igreja, o que seria o cortejo nupcial em Escola de Noivas, podemos observar as ilustrações que descreviam exatamente como deveria ser realizado (Figura 43).

Figura 43 – Guia para realizar a entrada na Igreja no dia do casamento, coluna Escola de Noivas, revista *Fon-Fon*, 1952 p. 14-16



Fonte: BnDigital (2019)<sup>97</sup>

Para a ordem no cortejo era indicado: primeiro os garçons; as *demoiselles*; o casal de padrinhos; a menina com a aliança e a noiva com seu pai que a acompanha até o altar onde o noivo está à espera. Pelas cartas observamos que o noivo ficar à espera da noiva no altar estava sendo a moda do período. “O noivo espera a noiva no altar, sem o padrinho; mas esse costume é mais usado em outros países. Se vai fazer parte do cortejo, deve entrar de braço com a mãe” (O *CRUZEIRO*, 1950, p. 89).

“[...] Agora, porém, está muito em uso o casamento à americana, isto é, a noiva entra na Igreja pelo braço do pai, e o noivo espera no altar” (O *CRUZEIRO*, 1955, p. 92).

Essas respostas a cartas demonstram o quanto a moda pode estar presente em locais que imperam a tradição e o conservadorismo, como é o caso da Igreja Católica, e o quanto até mesmo no ritual de entrada da noiva existem nuances que vão se modificando seguindo a moda vigente. Podemos dizer que existe um conceito de modernidade inserido nesse contexto, que Oliveira (2014) nos leva a pensar que a modernidade é uma espécie de recriação ou remodelação da tradição.

<sup>97</sup> Revista *Fon-Fon*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/136844>  
<http://memoria.bn.br/DocReader/259063/136845>  
<http://memoria.bn.br/DocReader/259063/136846>

Giddens (1997, p. 80) fala que “a tradição envolve alguma forma de controle do tempo, é uma orientação, um olhar para o passado de certa forma que é constituído para ter influência sobre o presente”. Ainda no mesmo sentido, Ricouer (1978) cita que a tradição permanece viva porque existe a interpretação e a recriação.

A tradição é apresentada como raiz, no casamento o ritual é a tradição, e as formas de casar e materializar esse dia vão se transformando e se adaptando guiadas pelas transformações da moda, pelos desejos incitados pelas revistas femininas e pelo poder econômico das famílias e das noivas.

Assim, modas eram inseridas e o desejo de dedicar economias sem medir esforços para a materialização desse dia, todas essas manobras estimuladas pelas páginas das revistas direcionavam no sentido do consumo de serviços e produtos.

O casamento é uma indústria de bens e serviços criados para atender as noivas que querem demonstrar seu prestígio, seu poder econômico por meio das suas vestes, da decoração e dos itens de luxo que compõem o cenário do casamento. Serviços que são criados e reinventados constantemente, acompanhando demandas e mudanças sociais e econômicas e, principalmente, evoluções tecnológicas, que muitas vezes passam a ser compreendidas como símbolos de *status* e prestígio, tornando-se objetos conspícuos (CARVALHO; PEREIRA, 2013).

Desse modo, as noivas poderiam escolher o horário do seu casamento, os convites, o grau de elegância e os serviços oferecidos de acordo com suas condições financeiras, e nesse ponto as revistas tiveram um importante papel de guia na realização e preparação da festa de casamento. Elas foram grandes responsáveis por popularizarem a etiqueta de como se casar, a moda, as marcas padrões de beleza, de consumo e as maneiras de como organizar esse dia.

Tratando das tradições que envolvem o dia de núpcias, um dos elementos mais simbólicos desse dia, além do vestido de noiva, é o bolo de casamento, ou o chamado bolo da noiva.

#### 4.1.3 Bolo da noiva

Sendo o vestido de noiva um dos elementos mais simbólicos dentro do ritual do casamento, consideramos o bolo da noiva o segundo item que tem maior representação simbólica na festa nupcial. Todo casamento tradicional, cujos noivos se casam na Igreja e recebem os convidados após a cerimônia em algum local, tem um bolo imponente que representa, além de comida, “ser visto e ser o foco de um ritual bem elaborado, e atestar a natureza e o propósito do evento<sup>98</sup>” (SULLINS, 2017, p. 2).

O bolo de casamento é parte fundamental da cerimônia. De acordo com Simon Charsley (1988), a principal autoridade antropológica no assunto, a função primordial do bolo é “marcar o evento como um casamento”. Mas o bolo, que tem seus rituais e raízes associados à Era Vitoriana, também significa muito mais: sua principal referência simbólica é a fertilidade do casal, representado no corpo da noiva. Considerado um dos elementos centrais por sua grandiosidade e proeminência, o bolo tem um papel de destaque e não pode faltar em qualquer festa de casamento, já que expressa a natureza e o propósito da ocasião (SULLINS, 2017).

Por meio das cartas enviadas às revistas selecionadas neste trabalho e por meio das imagens publicadas por essas revistas, percebemos que entre os elementos que fazem parte da recepção, o bolo é o elemento que mais parece marcar o evento na década de 1950.

Quase não se registravam detalhes de toda cerimônia e da recepção, mas a foto do bolo aparece em muitas publicações, marcando sua importância dentro do casamento. Mauad e Ramos (2017) falam que uma fotografia permite identificar as redes sociais e os valores sentimentais atribuídos às relações sociais, na tessitura fina das formas de afeto. As fotos do bolo presentes no álbum servem como prática da memória ou como modelos de referências de imagens na construção da memória.

---

<sup>98</sup> Tradução nossa: *The cake is present not only to be eaten but also, and more importantly, to be viewed, and to serve as a focus for well-scripted rituals that signify the nature and purpose of the occasion.*

O registro de fotos de bolo é comum nos casamentos, na década de 1950 a maneira como a imprensa mostrava as fotos dos bolos e principalmente o momento do corte criavam modelos de referências que se transformaram em moda.

É possível observar como algumas poses perduram através do tempo na Figura 44. Foram selecionadas algumas fotos publicadas pela primeira vez nas revistas pesquisadas em ordem cronológica que aparecem nessas revistas.

Figura 44 – Fotos de Cortes de Bolo, revistas *Fon-Fon* (1948, p. 33); *Vida Doméstica* (1949, p. 45), *O Cruzeiro* (1950, p. 45)



Fonte: BnDigital (2019)<sup>99</sup>

A primeira foto, seguindo da esquerda para a direita, respectivamente, correspondem: 1948 na revista *Fon-Fon*, 1949 em *Vida Doméstica* e 1950 em *O Cruzeiro*. As poses, e o ato de juntar as mãos para o corte do bolo permanecem os mesmos até os dias atuais. É uma tradição que possivelmente se tornou modelo de registro da imprensa que se transformou em moda, principalmente pode-se ter uma dimensão de como essas maneiras de representação de poses feitas pelas famílias ricas, ou burguesas do período, se tornaram difundidas e foram construindo novos parâmetros de consumo.

Charsley (1988) evidencia o padrão da recepção de casamento no qual os fotógrafos retratam o corte do bolo, o buquê da noiva geralmente é colocado em cima da mesa, e os noivos juntos segurando a faca no momento do corte do bolo. O bolo é servido primeiro entre o casal e depois aos demais convidados. Segundo Charsley (1988), o procedimento de servir o bolo entre os convidados remonta da década de 1930. Em *Fon-Fon* o mesmo ritual tradicional é repetido como

<sup>99</sup> Revista *Fon-Fon*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/259063/126743>. Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/48373>. Revista *O Cruzeiro*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/003581/68089>.

direcionamentos às noivas no momento do corte do bolo. “Na hora de cortar o bolo, ela pegará a faca e o noivo, colocando a mão sobre a dela ajudá-la-á a partir a primeira fatia, a qual será dividida entre ambos. É simbólico (*FON-FON*, 1953, p. 8). O segundo pedaço era oferecido à família do noivo como símbolo de estabelecimento de novas relações familiares.

O Museu da Pessoa em São Paulo fez um artigo sobre os bolos de casamento e ao analisar a recorrência de fotos de cortes de bolo fala que, apesar de algumas mudanças estéticas nos bolos ao longo dos anos, as fotos de noivos e bolos mostram que muitos elementos permanecem resistentes, como a cobertura sendo branca indicando a pureza da noiva. Ainda no mesmo artigo:

O corte de mãos dadas na mesma faca mantém, embutido, o desejo de futura cumplicidade. Por fim, a ostentação de enfeites e glacê, em intensidades variadas, segue como necessidade para fazer bonito entre os convidados presentes e os futuros, quando estiverem debruçados no indestrutível (e ainda atual) álbum de casamento (AGUIAR; ZANDONADI, 2017, n. p.).

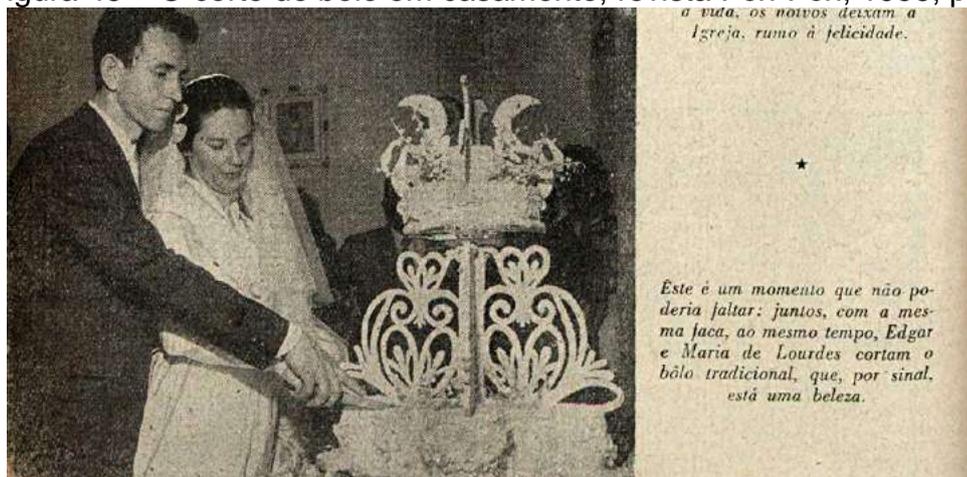
Em todas as fotos de casamento que aparecem os noivos cortando o bolo, o casal está sempre lado a lado e segurando a faca com as mãos juntas, o formato do bolo na maioria das vezes parece ser redondo, e os enfeites empregados são parecidos, mas cada registro é único, assim como cada casamento é único. As fotos contam a história desses casais, os lugares das festas, o ano em que foi realizado o casamento, o ritual por qual esses casais passaram no dia do matrimônio, a coletividade de gostos presentes que vão caracterizar modas e tendências que podem ter sido marcadas naquele momento histórico. Aguiar (2017) cita que o bolo de casamento é como um amuleto de boa sorte que deve ser cortado pelos noivos segurando em uma mesma faca.

Fieldhouse (1986) trata das representações do bolo de casamento que é tradicionalmente compartilhado entre os convidados, de modo que os sentimentos e a felicidade possam ser compartilhados. Ao cortar um pedaço do bolo mergulhando a espátula, significaria o casal mergulhando em uma vida nova. Outro simbolismo seria que o corte do bolo significaria o corte dos noivos com seus relacionamentos passados, com suas vidas de solteiros e preparando um novo futuro a partir daí.

Também poderia significar a noiva entregando sua virgindade, o vestido branco, o bolo branco e seu rompimento (FIELDHOUSE, 1986, p. 98).

Nas revistas selecionadas é possível encontrar muitas fotos com registros do momento do corte do bolo, significando que essa era uma das ocasiões que não poderia ficar sem registro (Figura 45).

Figura 45 – O corte do bolo em casamento, revista *Fon-Fon*, 1956, p. 6



Fonte: BnDigital (2019)<sup>100</sup>

A legenda da foto diz: “Este é um momento que não poderia faltar: juntos, com a mesma faca, ao mesmo tempo [...] cortam o bôlo tradicional, que, por sinal, está uma beleza”. O que pode ser observado, além do que já foi citado sobre o corte e a pose dos noivos, são os elementos que compõem o tradicional bolo de casamento, eles se repetem em diversas fotos, mesmo estilo, altura, utilização de elementos similares e por vezes o discurso das revistas exaltam o tamanho e a altura do bolo, a confeitaria que o desenvolveu, a riqueza de detalhes empregada ou mesmo as flores que o enfeitavam. Crane (2006) trata de como as imagens da mídia têm o poder de influência sobre a sociedade, e muito provável os bolos do período eram copiados dos estilos apresentados nas revistas.

Segundo as jornalistas Viviane Aguiar e Viviane Zandonadi (2017), a grandeza do bolo pode significar a importância do casamento como instituição social. De acordo com Paul Sullins (2017), o bolo não está presente na cerimônia apenas para ser servido como alimento, mas principalmente, para ser visto. Ele representa o símbolo de um ritual que segue um roteiro e caracteriza a natureza e o

<sup>100</sup> Revista *Fon-Fon*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/149126>

propósito da ocasião. O bolo transmite, assim, quatro camadas de significado interconectado e com significado mais ou menos crescente: comida, arte, cerimônia e participação.

É possível assim dizer que os casamentos mais requintados também eram os que possuíam os maiores bolos. Podemos observar em fotos de casamentos publicadas por *O Cruzeiro* (Figura 46) e *Vida Doméstica* (Figura 47).

Figura 46 – Bolo do casamento de Mirian Chagas Mello e Silva e Milton Bezerra Cabral, em *O Cruzeiro*, 1952, p. 99 e 102



Fonte: BnDigital (2019)<sup>101</sup>

<sup>101</sup> Revista *O Cruzeiro*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/003581/83231>  
<http://memoria.bn.br/docreader/003581/83234>

Figura 47 – Bolo do casamento de Noemia Martins da Costa e Euler Baptista de Oliveira, em *Vida Doméstica*, 1954, p. 42



Fonte: BnDigital (2019)<sup>102</sup>

Dois grandes bolos de casamento, em casamentos de duas famílias de alta classe, ambos requintados, rebuscados e elogiados pelas páginas das revistas por sua beleza e opulência. Na primeira foto (Figura 46) a revista cita que o bolo era uma réplica ao do casamento da rainha Elizabeth, observa-se que são quatro camadas altas, a altura dos noivos chega à segunda camada.

O bolo da rainha Elizabeth, segundo a revista *Vogue* (2017) possuía quase 3 metros de altura, então possivelmente o bolo réplica teria uma altura equivalente e ocupava uma mesa exclusiva para ele. Para Bourdieu (2008), a diferença estrutural de classe proveniente da sociedade capitalista ocidental é representada objetivamente pela intenção subjetiva das diferenças sociais, pela qual os indivíduos destinam seus esforços para a melhoria das posições sociais mediante lógica, manipulação e representações culturais que constituem o campo social. Cada classe possui possibilidades de escolhas de uma herança sociocultural internalizada pelos indivíduos. Sendo assim, mesmo casamentos elegantes, cujas famílias pertencessem às elites, as noivas imitavam as classes superiores. Na segunda foto (Figura 47) a legenda diz: “cortam sorridentes o simbólico e monumental bolo”, em uma festa considerada um acontecimento social de relevo. O bolo apresenta quatro

<sup>102</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/53611>

camadas e mesmo não sendo tão alto quanto o primeiro é bastante grande e está todo adornado com sinos e flores brancas pequenas. Podemos assim considerar o bolo de casamento como um marcador de classes.

O bolo pode ser comparado ao vestido da noiva, é um elemento de contemplação dentro do casamento, de admiração, de demonstração de poder, por meio das suas camadas, do rebuscamento, das flores, é como se a estética do bolo fosse o vestido de noiva configurado em comida. Por meio da aparência do bolo é possível presumir questões de classe social, e o registro fotográfico vai marcar que tipo de festa deu origem à família.

No ensaio intitulado “A comida como uma forma de arte”, a antropóloga Mary Douglas afirma que, embora o alimento tenha uma função biológica de nutrição, também existe um aspecto artístico em cozinhar. Segundo a autora, o bolo de casamento é uma decoração comestível e, quando bem decorado ou esculpido deve ser, claramente, reconhecido como arte (SULLINS, 2017).

Segundo Charsley (1992), o bolo de casamento tem como base o modelo britânico que consiste em ser coberto por uma camada de glacê “real” duro e branco, ter três camadas – uma em cima da outra em tamanho decrescente ou sustentadas por pilares. Exibe decorações artísticas comestíveis, ou não, ao redor, e no topo possui enfeites que expressam a união do casal.

Ao longo dos anos os bolos, assim como a moda, se diferenciam, são criados estilos de bolos, formas de enfeitá-los agregando camadas, flores, pérolas, tules, frases. Podemos afirmar nesse sentido que o bolo vai ser fonte e sinalizador de tempos, lugares, tendências sociais e culturais, transpassando o tempo cronológico e se tornando tempo histórico.

Entre as revistas selecionadas, a que mais possui assunto sobre o bolo de casamento é a revista *Vida Doméstica*. Em sua sessão de culinária, chamada “Copa e Cozinha”, era assunto recorrente, publicavam-se receitas de bolos de casamentos, sugestões de enfeites, coberturas, tamanhos e fotos com modelos de referência executados por confeitadeiras de renome na época. Ainda na sessão havia espaços para publicação de cartas de leitoras. Entre as cartas pesquisadas foram encontradas vinte cinco delas com pedidos de receitas de bolo de casamento.

Algumas pediam a receita da massa do bolo.

**Figura 48** – Pedido de receita de bolo de noiva, revista *Vida Doméstica* 1950, p. 108

MARIA DA CONCEIÇÃO RICCI — Estado da Paraíba: Minha amiguinha. O bolo de noiva não tem massa especial. Todavia, quando se quer uma boa massa, usa-se muita coisa boa, como recheio, tais como passas, frutas cristalizadas, rum, marmelada, ameixas, tâmaras etc., etc.

Fonte: BnDigital (2019)<sup>103</sup>

Nas receitas pesquisadas, o que se indicava para o bolo de casamento é que fosse feito com manteiga, ovos, farinha e, como indicado na Figura 48, “usa-se muita coisa boa” para o recheio, como nozes, frutas cristalizadas, passas etc., sendo que em algumas receitas também se acrescentava vinho do porto ou rum. Alguns bolos publicados na sessão de culinária eram executados por confeitadeiras que possivelmente eram autoridades no assunto na década de 1950, como é o caso de D. Cacilda T. Seabra (citada no tópico 2.2.1), que era responsável pela sessão de culinária da revista, e outros nomes que puderam ser levantados na pesquisa, como o de Mme. Dolores Botafogo<sup>104</sup> e de Glória Bastos. As fotos dos bolos acompanhavam suas receitas e também instruções de montagem, visto que eram bolos com armações e arranjos. Mme. Dolores fazia bolos em formatos diferenciados, como mostra a Figura 49 alguns de seus bolos publicados em *Vida Doméstica*.

<sup>103</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/47382>

<sup>104</sup> BOTAFOGO, Dolores. Bolos artísticos-1 a série. 7. ed. Rio de Janeiro: Ed. Científica Spivak & Kersner; São Paulo: São Paulo Ed., 1957. 629 p. Dolores Botafogo é autora de livros de bolos artísticos, muito famosa na década de 1950 por ser considerada a maior especialista do período em bolos ornamentais, suas receitas eram publicadas no *Jornal das Moças*, *Fon-Fon* e *Vida Doméstica*.

BOTAFOGO, Dolores. Bolos artísticos-1 a série. 7. ed. Rio de Janeiro: Ed. Científica Spivak & Kersner; São Paulo: São Paulo Ed., 1957. 629 p.

BOTAFOGO, Dolores. Bolos artísticos: suplemento das primeira e segunda séries com novos modelos e nova maneira de modelar as figuras. Rio de Janeiro: Ed. Científica Spivak & Kersner; São Paulo: São Paulo Ed., 1957. 394 p. il.

Algumas partes do livro estão disponíveis em: <http://antiguinho.blogspot.com.br/2015/02/dolores-botafogo-bolos-artisticos.html>. Acesso em: 10 maio 2018.

Figura 49 – Bolos de Noiva, revista *Vida Doméstica* (1958, p. 94-95; 1959, p. 76)



Fonte: BnDigital (2018)<sup>105</sup>

Dolores Botafogo é autora de livros de bolos artísticos, muito famosa na década de 1950 por ser considerada a maior especialista do período em bolos ornamentais, suas receitas eram publicadas no *Jornal das Moças*, *Fon-Fon* e *Vida Doméstica*. Bolos em formatos artísticos demonstravam o domínio das confeitadeiras e dava credibilidade a elas, pois poderiam criar qualquer tipo de bolo para diferentes ocasiões. É interessante perceber por meio dessas publicações um pouco do repertório culinário do período, bem como os materiais e as técnicas disponíveis para que se fizessem bolos com toda essa estrutura. As fotos traziam a descrição exata das medidas das bases dos bolos, geralmente feitas em madeira, as fôrmas e diâmetros utilizados para o preparo das massas e as receitas das coberturas geralmente feitas em glacê de açúcar que podia ser modelado em diferentes formatos.

Quanto a Glória Bastos, possivelmente era uma confeitadeira anunciante da Revista *Vida Doméstica*, seus anúncios aparecem de 1954 até 1959 em quase todas as edições da revista. Além de ser um indício do potencial crescimento no setor, como já citado anteriormente, demonstra que doceiras e confeitadeiras conseguem reconhecimento e renda por meio do seu trabalho (Figura 50).

<sup>105</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/59921>  
<http://memoria.bn.br/DocReader/830305/59922>  
<http://memoria.bn.br/docreader/830305/60571>

**Figura 50** – Anúncio de encomendas para bolos, revista *Vida Doméstica* 1958, p. 86



Fonte: BnDigital (2019)<sup>106</sup>

Observamos que os serviços incluíam ainda o ensino da confeitaria e encomendas. Podemos dizer que era moda dominar a arte de fazer bolos artísticos, visto que para preparar um bolo de casamento, a confeitadeira tinha que demonstrar confiabilidade para que as mulheres encomendassem seus serviços. Encomendar um bolo de casamento, ou seja, pagar pelo seu próprio bolo era uma forma de valorizar ainda mais sua importância.

As publicações de fotos eram uma forma de promover os livros publicados por essas confeitadeiras e os serviços prestados. No entanto, por meio das pesquisas nas cartas identificamos que nesse período muitas mulheres pediam dicas para que pudessem fazer seus próprios bolos de casamento. Podemos citar o fato do custo elevado de se encomendar e, ainda, a falta desses serviços em cidades menores às quais a revista circulava, sendo de grande importância as receitas e dicas publicadas.

Notamos ainda que grande parte das cartas fazia mais referências ao tipo de decoração a ser utilizado em bolos de casamentos do que a receita da massa em si, como observamos nas Figuras 51 e 52.

<sup>106</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/59570>

Figura 51 – Dica de decoração de bolo de casamento em *Vida Doméstica* 1950, p. 110

*Outrossim, faço questão que a minha sobrinha faça sucesso com o seu bô'lo nupcial. Mandé fazer uma armação de madeira com a base relativamente grande, quatro colunas, e na extremidade desta, outra base de madeira, porém um pouco menor. Deve ser desmontável para facilitar a confecção do bôlo.*

*Cubra o bôlo todo com glacê real e sôbre êste, já sêco, deite uma camada de um glacê simples, (açúcar, clara e limão), ou trabalhe com a bomba, que fica mais fácil. Ao redor da segunda base, (menor), faça uma renda tôda trabalhada — corte uma tira de cartolina com 15 cm. e recorte em desenhos, pitangando depois. Se desejar, coloque no centro das colunas um ramo de flores e na parte de cima, sôbre o bôlo menor, coloque dois sinos grandes, unindos com um bonito ramo de miguês atados com uma fita larga de tule.*

*Também pode fazer uma só coluna no centro, e dos lados fazer 1 — 2 corações recortados, pitangados e em cima, sôbre o bôlo menor colocar uma cesta com miguês tendo na alça da mesma, um bonito laço de tule. Enfeite todo com rosinhas.*

*Espero que lhe sirva a minha lição e que tudo lhe saia ôtimamente. Felicidades para a sua irmázinha.*

Fonte: BnDigital (2019)<sup>107</sup>

Figura 52 – Sobre decoração de bolo de casamento em *Vida Doméstica* 1951, p. 132

**MARILIA MONTEIRO** — *Belo Horizonte*: Querida amiga. De antemão, felicito-a pela venturosa data que vai comemorar. Que tudo corra como deseja para felicidade dos "noivinhos" e dos filhos.

*Acho a idéia magnífica! Realmente fica interessante a lira. Faça de "fondant" 2 anjinhos (compre uma fôrma de gesso) e coloque na lira, em baixo. Os anjos devem ficar juntos ligados por 2 alianças de prata.*

*Em mesa separada, faça um bonito centro para salgadinhos (Veja resposta a Conceição Maria) Sôbre um móvel coloque uma carrocinha de sanduíches (Forre a carrocinha de madeira, de papel prateado) Com o saco de ornamentar, enfeite com pasta de queijo "Clabb" esmagado com manteiga, azeitonas recheadas e nozes.*

*Felicidades!*

Fonte: BnDigital (2019)<sup>108</sup>

A partir desses registros podemos nos aproximar das transformações e disponibilidades tecnológicas, as estratégias utilizadas, os artefatos disponíveis e o que era referência de moda para casar. Assim como para os vestidos de noiva, a

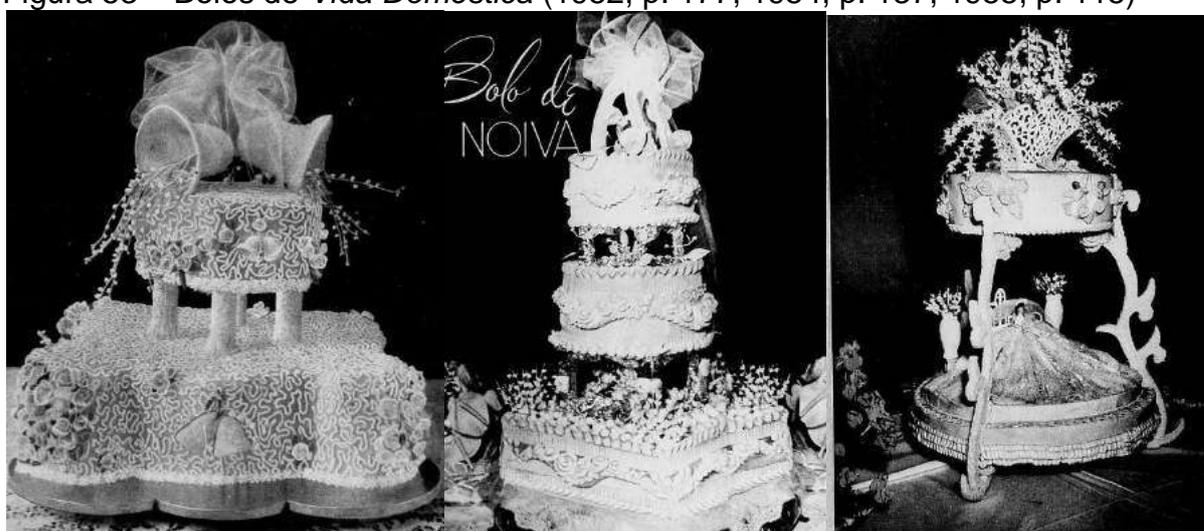
<sup>107</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/47964>

<sup>108</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/50156>

moda se aplica aos bolos de casamento quando observamos os enfeites, as flores, as cores e estruturas que eram referenciados para que as mulheres se inspirassem, copiassem e fizessem em seus casamentos.

Os estilos de bolos publicados eram muito parecidos, tinham geralmente mais de um andar, eram sustentados por uma espécie de armação de madeira e coberto por glacê (segundo descrições retiradas da revista) que ornamentava as laterais, em formatos de arabescos, como pode ser visto nas imagens dos bolos da sessão Copa e Cozinha feitos por Cacilda T. Seabra (Figura 54).

Figura 53 – Bolos de *Vida Doméstica* (1952, p. 177; 1954, p. 137; 1955, p. 115)



Fonte: BnDigital (2019)<sup>109</sup>

O topo do bolo sempre tem algum elemento como flores, ou pombinhos, alianças, laços, anjinhos, que são objetos que simbolizam o amor, união, presença de Deus ou que podem também representar romantismo, feminilidade, delicadeza, que são valores hegemônicos na esfera do casamento. Para explorar os elementos que compõem os bolos e retratar o quanto esses elementos publicados pelas revistas estavam presentes nos casamentos, selecionamos fotos de bolos de casamentos, entre 1950 e 1959, da revista *Vida Doméstica* (que possui maior quantidade de fotos de casamentos), em ordem cronológica em que apareciam por meio de buscas com a palavra-chave casamento. Trinta fotos puderam ser analisadas, optamos por apresentar na Figura 55 uma de cada período, sendo que

<sup>109</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/53567>  
<http://memoria.bn.br/docreader/830305/55673>  
<http://memoria.bn.br/docreader/830305/50744>

nos períodos que possuíam mais de uma foto, foram selecionados casamentos que ocupavam uma página inteira ou mais.

Figura 54 – Fotos de noivos com bolos de casamento entre 1950 e 1959, em *Vida Doméstica*. Da esquerda para direita de cima para baixo respectivamente: 1950; 1951; 1953; 1954; 1955; 1956; 1957; 1958; 1959.



Fonte: BnDigital (2018)

Observando as fotos dos bolos é notável a presença dos elementos no topo e alguns formatos diferenciados. Podemos agrupar alguns elementos comuns entre eles, como flores, fitas, sinos, arabescos, laços, tules, bonecas e corações. Sullins (2017) cita que a decoração do bolo é um apelo simbólico à imagem que a noiva representa, são símbolos de fertilidade e reprodução que é a essencial função do casamento segundo os sacramentos da Igreja Católica.

O bolo de 1951 é o único em formato diferenciado (de castelo), que nos remete a duas possibilidades, podendo ser uma representação de fortaleza e proteção, que o matrimônio representa, ou pode estar ligado à ideia de uma princesa que vive no castelo, trazendo a ideia do casamento dos sonhos, do dia de princesa. Chevalier e Gheerbrant (1986) citam que o castelo é geralmente localizado nas alturas, ou seja, é uma habitação sólida de difícil acesso, um símbolo de proteção. “O castelo branco é [...] um símbolo do cumprimento de um destino perfeitamente realizado, de perfeição espiritual<sup>110</sup>” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1986, p. 262).

Ribeiro (2010 p. 47) cita que todo símbolo tem significados ambíguos, “símbolo é uma representação, mas não uma reprodução. [...] é capaz de evocar a concepção do objeto que ele representa devido, por exemplo, a características em comum”, nesse caso os elementos utilizados nos bolos fazem referência ao ato de união, matrimônio, aliança, amor e aos noivos.

O bolo da foto de 1951 traz em seu topo dois grandes sinos amarrados com laços em tule. Nas Igrejas os sinos soam em ocasiões importantes, no bolo podem ter sido colocados como uma representação de um dia de festividade e alegria, unidos pelos laços do matrimônio, os sinos tocam em celebração à união do casal. “O toque de sinos (sinetas) universalmente tem um poder de exorcismo e purificação: elimina más influências, ou pelo menos alerta para sua proximidade<sup>111</sup>” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1986, p. 242).

Nas imagens de 1954 e de 1957 podemos observar uma boneca em cima do bolo. Na de 1954 está em cima da primeira camada, em pé, vestida de noiva, o que, segundo Chevalier e Gheerbrant (1986), é um símbolo da habilidade humana, seria

---

<sup>110</sup> Tradução nossa: *El castillo blanco es [...] símbolo de cumplimiento de un destino perfectamente realizado, de una perfección espiritual.*

<sup>111</sup> Tradução nossa: *Pero el retintín de campanas (o campanillas) tiene universalmente un poder de exorcismo y purificación: aleja las malas influencias, o al menos advierte de su proximidad.*

a representação do ser, nesse caso da própria noiva. Na imagem de 1957 as camadas de massa são como se fossem as camadas do vestido, o bolo é a imagem e representação da noiva.

Quanto à altura, todos os bolos possuem mais de uma camada, no entanto existe predominância dos bolos altos sustentados com as estruturas de madeira, e enfeitados com arabescos. A altura pode fazer referência à classe social, à ideia de grandiosidade e distinção, como já citado anteriormente, mas as indicações das confeitadeiras nas cartas também davam preferência aos bolos altos.

[...] “algumas pessoas fazem o bôlo baixo, mas ... vejo casamentos de muita pompa cujos bolos são bem altos” (*VIDA DOMÉSTICA*, 1956, p. 121). Portanto, os bolos altos eram considerados dignos de casamentos elegantes, e provavelmente a maioria das mulheres prezava por esse modelo em seus casamentos, ainda que a festa não fosse grandiosa.

Outro elemento presente em oito dos dez bolos apresentados são as flores, as quais refletem, para Chevalier e Gheerbrant (1986, p. 504), a imagem das virtudes da alma, e o buquê de flores é a perfeição espiritual, é símbolo do amor, a parte superior corresponde ao céu, a haste corresponde ao homem e a raiz à terra, o conjunto significa a harmonia existente entre o céu e a terra para formar o universo. Utilizar flores para adornos pode simbolizar “[...] atributos da primavera, da aurora, da juventude, da retórica, da virtude etc.<sup>112</sup>” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1986, p. 506).

Segundo as respostas às cartas pesquisadas, as flores indicadas para bolos de noiva eram chamadas de miguês ou miosótis de cor branca (Figura 56).

---

<sup>112</sup> [...] los atributos de la primavera, de la aurora, de la juventud, de la retórica, de la virtud etc.

**Figura 55** – Carta sobre como decorar bolo de casamento, *Vida Doméstica*, 1950, p. 110

a minha sobrinha faça sucesso com o seu bôlo nupcial. Mande fazer uma armação de madeira com a base relativamente grande, quatro colunas, e na extremidade desta, outra base de madeira, porém um pouco menor. Deve ser desmontável para facilitar a confecção do bôlo.

Cubra o bôlo todo com glacê real e sobre este, já seco, deite uma camada de um glacê simples, (açúcar, clara e limão), ou trabalhe com a bomba, que fica mais fácil. Ao redor da segunda base, (menor), faça uma renda tôda trabalhada — corte uma tira de cartolina com 15 cm. e recorte em desenhos, pitangando depois. Se desejar, coloque no centro das colunas um ramo de flores e na parte de cima, sôbre o bôlo menor, coloque dois sinos grandes, unindo-os com um bonito ramo de miguês atados com uma fita larga de tule.

Também pode fazer uma só coluna no centro, e dos lados fazer 1 — 2 corações recortados, pitangados e em cima, sôbre o bôlo menor colocar uma cesta com miguês tendo na aia da mesma, um bonito laço de tule. Enfeite todo com rosinhas.

Espero que lhe sirva a minha lição e que tudo lhe saia ôtimamente. Felicidades para a sua irmázinha.

Fonte: BnDigital (2019)<sup>113</sup>

O termo miguês, que aparece em nove cartas<sup>114</sup> de diferentes períodos, sendo indicadas para colocar como enfeite do bolo. Nas cartas os elementos que mais são citados para decorar o bolo são: “corações com miguês e laço de tule”; “cestinha com ramos de miguês”; “sinos com laço e miguês”; “ramos de miguês amarrados com tules”; “sinos com tules e miguês”. Os sinos aparecem em maior quantidade sendo indicados nas cartas. Quando se compara as cartas com as fotos de bolos publicados, indicados na Figura 54, e ainda em três fotos da Figura 55 (1952, 1954 e 1958), pode-se dizer que estava na moda utilizar nas decorações de bolos os sinos e as flores chamadas miguês.

<sup>113</sup> Revista Vida Doméstica. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/47964>

<sup>114</sup> 1951, ed. 396, p. 106. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/49045>.  
 1951, ed. 402, p. 128. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/49783>.  
 1952, ed. 406, p. 114. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/50272>.  
 1952, ed. 410, p. 115. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/50744>.  
 1952, ed. 414, p. 135. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/51224>.  
 1952, ed. 417, p. 120. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/51576>.  
 1953, ed. 419, p. 98. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/51794>.  
 1953, ed. 423, p. 115. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/52262>.  
 1954, ed. 436, p. 107. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/53793>.

Ao pesquisar o termo miguês, não é possível saber ao certo de que flor estavam tratando, mas ao comparar com as imagens pode-se perceber que a flor utilizada nos bolos é o *muguet* (Figura 57).

**Figura 56 – Buquê de *Muguet***



**Fonte:** *Blog Constance Zahn* (2013)<sup>115</sup>

A flor é conhecida no Brasil como Lírio do Vale, e na França como *Muguet*, tem aspecto delicado em formato de sino. Seu significado tem ligação com prosperidade, felicidade e boa sorte e é conhecida também como Flor de Maio, que é o mês das noivas.

Contam que os Celtas festejavam o *muguet* no primeiro dia do mês de maio. Na idade média ela era colhida para festejar as noivas; na França do Renascimento, Charles IX recebeu um galhinho de *muguet* no primeiro de maio e instituiu o costume de oferecer *muguets*, nessa data, às damas da corte. Em seguida, as costureiras, também na França, cultivavam a tradição de oferecer *muguets* às crianças no dia primeiro de maio, como porte-bonheur (símbolo de boa sorte) costume que foi incorporado pelos trabalhadores, que transformaram a singela flor em símbolo da festa do trabalho (ARTE E BLOG, 2015).

Na Europa, o cultivo do *muguet* é mais comum, é uma flor que esteve presente em buquês de noivas como Grace Kelly; Audrey Hepburn no filme *Funny Face*; no casamento de Kate Middleton com o príncipe William e, mais recentemente, no casamento de Meghan Markle com o príncipe Harry.

---

<sup>115</sup> Disponível em: <https://www.constancezahn.com/diario-de-noiva-meu-bouquet-de-muguet/>

Possivelmente “Miguês” foi o termo adotado pelas confeitadeiras e que era algo conhecido por fazer parte da decoração em bolos de casamento na década de 1950.

Outra flor citada nas cartas para decorar bolos era chamada de miosótis (Figura 58), também conhecida por “flor não me esqueças”. Era mais comum em bolos de aniversário, mas é citada em algumas cartas para bolos de noivas<sup>116</sup> que também é uma flor que simboliza o amor verdadeiro, fidelidade e recordação.

**Figura 57 – Flor de miosótis branca e azul**



Fonte: FLORESWIKI.COM

Pode ser encontrada nas cores azul, branca e rosa. Foi citada por Mario de Andrade em um trecho de *Macunaíma*, no qual o herói chora de saudade de Ci, sua amada: “As lágrimas pingavam dos olhinhos azuis dele sobre as florzinhas brancas do campo. As florzinhas tingiram de azul e foram os miosótis” (ANDRADE, 2007, p. 207).

A decoração dos bolos de casamento está ligada à identidade do casal e representa o momento que estão vivendo, a união e o início de um novo ciclo de vida. Esses objetos decorativos além de simbólicos também acompanham as tendências de moda que nas revistas são indicadas por confeitadeiras de renome, mas que também são influenciadas pelo surgimento de novas técnicas, modelos e utensílios disponíveis no período. O consumo desses elementos estimula o gasto com produtos e serviços que são reinventados, melhorados e acompanham as demandas sociais, econômicas e do mercado de moda. São objetos que de certa

<sup>116</sup> 1951, ed. 387, p. 98. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/47952>.  
1952, ed. 407, p. 108. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/50382>.  
1952, ed. 417, p. 121. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/51577>.

forma possuem valorização social, quando mostrados nos bolos das elites são imitados e consumidos por outras classes sociais.

Para Rocha (2000), os objetos adquirem significados, eles traduzem estilos, visão de mundo, significações. Corroborando, Douglas e Isherwood (2006) seguem a mesma linha de raciocínio, onde acreditam que esse tipo de consumo revela universos simbólicos atribuídos pelos consumidores. Baudrillard (2005) também defende o consumo como uma atividade carregada de significados. O estudo do significado do consumo deve ser entendido como algo transitório, uma vez que se transforma de acordo com cada espaço e tempo cultural (MCCRACKEN, 2007). O autor cita ainda que a forma como as pessoas consomem é moldada pelas crenças e pressupostos de sua cultura.

Assim, muitos desses objetos ou elementos utilizados estão presentes até hoje nos bolos de casamento, outros caíram em desuso ou são reinventados, pois os bolos de casamento acompanham tendências estéticas da moda se adequando a gostos, a poder aquisitivo e a culturas diferentes. Podemos assim fazer um paralelo com as ideias de Crane (2006), que fala que valores antigos raramente desaparecem por completo quando surgem novos.

Isso demonstra o quanto essas imagens, indicações e orientações de tamanhos de bolos, poses e enfeites dentro das revistas vão demonstrar propostas de classes e geração. Modelos de referências copiados por toda uma classe que está em crescimento nesse período no Brasil.

O bolo era o objeto central nas mesas de casamento, mas por meio das cartas nota-se que o preparo da mesa era considerado de grande importância. Saber como decorar e servir as comidas, salgados e doces em uma mesa bem arrumada fazia parte do conjunto do “saber receber”, ou seja, a noiva que recebesse seus convidados com uma mesa elegante, bem decorada, também seria uma boa anfitriã e respectivamente uma boa esposa dentro de sua casa.

As mesas dos casamentos “são atravessadas por questões estéticas, afetivas, econômicas e morais. Se observadas atentamente, as “mesas de doces” também deixam entrever a existência de uma hierarquia presente em todo o ritual, bem como uma temporalidade própria” (MARINS, 2017, p. 403).

Segundo Strong (2004), decorar a mesa era uma tarefa exclusivamente feminina, nos banquetes apresentar uma boa mesa era um desafio para a anfitriã, e todos os objetos, flores e vasos demonstravam bom gosto e estilo. “Assim, a decoração das mesas era inevitavelmente uma confusão à medida que a moda fluuava” (STRONG, 2004, p. 256). O autor cita os conselhos em livros publicados em 1904, dedicados à arte do lar, cujo mau gosto é citado quando a decoração é exagerada, com objetos bizarros como pássaros empalhados, ou quando os arranjos são altos e os convidados não conseguem se ver sobre a mesa.

Nas revistas era possível encontrar indicações de como deveria ser organizada uma elegante mesa de casamento (Figura 59).

**Figura 58** – Coluna de Gil Brandão sobre conselhos para uma mesa de casamento, revista *Fon-Fon*, 1952, p. 23

**modas de FON-FON**

10 CONSELHOS PARA UMA MESA DE CASAMENTO

**É MUITO FREQUENTE** o costume da família da noiva oferecer, após a cerimônia nupcial, uma mesa de grandes pratos ou, pelo menos, de doces e salgados. O costume do jantar ou do almoço americano lá impera entre nós, por ser extremamente prático quando se trata de um número muito grande de convidados. Contudo, quando o número de convidados é pequeno e o casamento íntimo, é mais aconselhável uma mesa posta em conjunto, por trazer um ar de maior cordialidade entre os convidados e parentes. O bolo do casamento deverá ocupar o centro da mesa, e é para este último caso que passamos a dar os 10 conselhos que se seguem, sob a forma de perguntas, e respostas:

**Que toalha escolher?** Uma toalha de linho adamascado, tendo-se o cuidado de colocar uma coberta de 15 entre a mesa e a toalha.

**Como colocar os talheres?** À direita do prato colocar a faca (lâmina voltada para o prato) e a colher de sopa (lado abaulado para cima); à esquerda, o garfo, com os dentes voltados para a toalha.

**De que lado deve-se apresentar os pratos?** Apresentar sempre os pratos à esquerda do conviva, numa altura conveniente e bem perto para facilitar o serviço. Os pratos usados são retirados pela direita.

**Que flores devem guarnecer a mesa?** Sim, e podem ser brancas ou róseas, pois o que é realmente importante é que o “bouquet” não seja alto demais, a fim de que os convivas possam olhar-se mutuamente e seguir as conversações.

**Como lembrar-se dos lugares na mesa se os convidados forem numerosos?** Colocar previamente sobre cada copo um cartão indicando o nome da pessoa que deverá ocupar aquele lugar. Cada um encontrará sua cadeira, sem haver preocupações de última hora.

**Deve-se colocar “menus” sobre a mesa?** Pode-se preparar com antecedência pequenos “menus” individuais ou então quatro cartões dispostos nos quatro cantos da mesa, mas isto não é obrigatório.

**Em que momento deve-se retirar os molhos e o guarnecido que estão sobre a mesa?** Logo após a retirada dos pratos usados e antes de colocar os pratos de sobremesa.

**Deve-se colocar porta-talheres?** Se eles não mudam a cada serviço, é inútil o uso dos porta-talheres, mas se devem ser usados várias vezes, eles são indispensáveis.

**Como se deve apresentar o pão?** Um pequeno pão individual, envolvido pelo guardanapo. Para servir o pão, durante o serviço, colocá-lo numa pequena cesta forrada por um pano.

**Em que momento se deve servir os vinhos?** Eles são servidos com o prato que devem acompanhar, enquanto a água, fresca ou gelada, estará à disposição dos convidados.

**OUÇAM,** As Sextas-feiras, das 16,30 às 17 hr., na sua PRAÇA, Radio Mayrink Veiga, o programa “MODAS DE FON-FON” sob o patrocínio da “CIA. CALÇADOS CLARR”

FON-FON — 22 - 11 - 1952



*Os moldes do Suplemento*

A esquerda — Um interessante modelo de gola esporte e manga de cura. São ampla com duas pregas soltas, podendo ser cortada em fazenda estufada ou a fita-reto, alongando para baixo. Bolso aplicados. Manequim 44. Moldes de 1 a 9. A direita — Elegante modelo com a saia de seis penas e blusa com o gola só na frente, transpassada e abotoada nos ombros. Maneq. 46, Mold. de 10 a 18

Fonte: BnDigital (2019)<sup>117</sup>

<sup>117</sup> Revista *Fon-Fon*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/138773>

Observamos que os conselhos oferecidos por Gil Brandão na revista *Fon-Fon* se encontram na coluna de Moda da revista, demonstrando o quanto as mudanças na esfera do casamento, tratando-se de comidas e decoração, estão permeadas pelas modas vigentes e as influências exercidas pelas revistas na criação das ideias sobre os diversos itens relacionados ao casar.

Segundo Gil Brandão (1952, Figura 59), o formato de recepção mais utilizado no Brasil era o jantar ou almoço americano, por ser prático quando existe um número maior de convidados. Quando a recepção é algo íntimo, a indicação é que seja uma mesa posta, onde os convidados serão servidos por trazer “um ar de maior cordialidade entre os convidados e parentes”. A coluna indica que as toalhas utilizadas nas mesas devem ser de preferência de linho adamascado, as flores na mesa devem ser de cor branca ou rosa, mas não podem ser altas demais para que as pessoas possam se ver. Os lugares devem ser marcados com os nomes e os talheres e pratos já ficam dispostos sobre a mesa.

Em outras publicações e cartas, o formato mais citado entre os casamentos da década de 1950 são os lanches nupciais.

[...] desapareceram os grandes jantares de casamento e atualmente a mesa de doces e salgadinhos substitui cada vez mais [...] do lanche que os pais da noiva oferecem aos convidados após a cerimônia na Igreja e que naturalmente vai obedecer a moda: será um “*buffet*” onde uma ou duas pessoas se encarregarão do serviço, enquanto outra irá lavando copos, pratos e talheres à proporção que forem sendo usados. Por mais simples que seja o lanche, há sempre o tradicional bolo da noiva que figura no lugar de honra [...] o bolo é grande, pois deve ser partido em vários pedaços que [...] são enviados a todos os parentes e amigos que se acham longe e não puderam assistir ao casamento (*FON-FON*, 1953, p. 54).

Segundo as revistas, casamentos luxuosos com grande número de convidados são recepcionados com almoço ou jantar, mas o costume mais usual do período eram recepções com serviço “à americana”<sup>118</sup>, no qual os convidados podiam se servir sozinhos, as comidas eram preparadas em pequenas porções para

---

<sup>118</sup> É considerado informal esse tipo de serviço, pois permite que os convidados se sirvam sozinhos sem necessidade de garçons.

serem consumidas em pé. Nos casamentos mais simples a própria família se encarregava da preparação de toda mesa com a ajuda dos mais próximos, como citado em *Vida Doméstica* (Figura 60).

**Figura 59** – Artigo sobre organização da recepção, revista *Vida Doméstica*, 1952, p. 42-43



Fonte: BnDigital (2018)<sup>119</sup>

A publicação trata de uma sugestão mais econômica para fazer uma recepção de casamento, mas que não deixasse a desejar para com os convidados. O texto tratava, segundo a jornalista, de uma ajuda que havia dado a uma amiga para a recepção do casamento de sua filha. A publicação traz as fotos de como os pratos foram montados e traz algumas receitas no final de petiscos que foram servidos, ressaltando que a amiga havia procurando-a posteriormente para agradecer a cooperação.

Segundo a publicação, o que era considerado um casamento econômico quanto aos doces eram “*petit-four*”<sup>120</sup>, docinhos de nozes, amêndoas, massa de ovos e massinhas com “*fondant*”<sup>121</sup>. Os salgados citados eram empadinhas,

<sup>119</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/50671>

<sup>120</sup> Biscoitos bem pequenos com sabores variados.

<sup>121</sup> Massa feita com base de açúcar e sabores variados pode servir para cobrir bolos e doces.

croquetes, coxinhas e sanduíches com recheios variados de queijo, pasta de presunto e petiscos como azeitonas, pepino e cebola. O texto apresentado pela jornalista demonstra a democratização de que a ideia de casar deveria ser acompanhada de festa, ainda que simples, o importante seria a boa apresentação perante os convidados. Gastar com o casamento se tornou um valor social e cultural capitaneado pela moda para sugerir opções, propor ideias, criar propostas de cardápios e decorações. Essa matéria demonstra a importância de oferecer algo aos amigos e parentes na celebração do matrimônio e dita condutas que poderiam ser seguidas por mulheres da classe média em geral, cujo orçamento não permitisse fazer algo grandioso. A revista não necessitaria dar opções mais acessíveis se não existisse demanda para tal.

Tratando das comidas oferecidas nos casamentos, caso a condição da noiva permitisse o mesmo serviço “à americana” era realizado, no entanto as comidas podiam ser servidas por um serviço contratado, com pessoas que ao longo da festa fossem fazendo a reposição e limpeza das mesas e ainda servindo os convidados.

Hoje uma festa de núpcias exclui o jantar e dá preferência ao lanche. [...] falaremos da simples, mas elegante ceia em pé, que soluciona o problema de muitas noivas, modestas ou não. Uma comprida mesa é colocada na sala de jantar, junto à parede. Poderá ficar afastada cerca de um metro para que uma pessoa se encarregue de servir os convidados. [...] Todas as iguarias devem ser de qualidade e tamanho que possam ser comidas sem o auxílio da faca (*O CRUZEIRO*, 1950, p. 89).

A forma como a mesa era organizada, a qualidade dos alimentos oferecidos, se eram feitos pela própria família ou encomendados em uma casa especializada, se os convidados seriam servidos por pessoas contratadas ou não, dizia muito sobre as condições econômicas da noiva e de sua família.

Em algumas colunas de culinária foram encontradas sugestões e indicações de receitas de doces e comidas para serem servidas nas recepções de casamento.

A seguir, os doces que faziam parte da mesa de casamento, os quais geralmente eram arrumados ao redor do bolo em forminhas ou dentro de travessas de alumínio ou vidro:

*Petit-Four* de amêndoas; Docinhos de nozes; Massa de ovos com rum; Docinhos com *fondant* (doce de leite) (*VIDA DOMÉSTICA*, 1952, p. 108).

Bom-Bocado de queijo, feito com leite, açúcar, manteiga, farinha e queijo; Nozes Fingidas, um doce que tinha base de açúcar, farinha, ovos e nozes e depois era enrolado e passado no chocolate em pó; Fios de ovos enrolados, que eram servidos com uma geleia vermelha no centro (*VIDA DOMÉSTICA*, 1954, p. 113-114).

Oferecer doces em um casamento é uma forma de demonstração de carinho e afeição para com os convidados. A doçura, segundo Cascudo (1983), é uma herança portuguesa que ganhou importância nas celebrações e festividades, principalmente nos casamentos dos brasileiros, significando solidariedade humana, oferta, lembrança, prêmio e homenagem. Os doces completavam a liturgia sagrada e o cerimonial soberano (CASCUDO, 1983, p. 333).

Quanto aos salgados oferecidos, além dos petiscos já citados, como croquetes e sanduíches que os convidados podiam ir beliscando ao longo da festa, foi possível encontrar sugestões de refeições que poderiam ser servidas em travessas espalhadas sobre a mesa, onde os pratos eram colocados empilhados ao lado e os convidados podiam se servir, como pode-se observar na foto já citada de *Vida Doméstica* de 1958 (Figura 61).

**Figura 60** – Arrumação da mesa de casamento, *Vida Doméstica*, 1958, p. 14



Fonte: BnDigital (2019)<sup>122</sup>

<sup>122</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/58714>

O cardápio sugerido era: peru com farofa; camarões recheados; coxinha de galinha; língua recheada e salsichas empanadas (*VIDA DOMÉSTICA*, 1954, p. 113-114). Esses pratos sugeridos nas colunas de culinária para o casamento geralmente eram dicas para que a própria família pudesse preparar a recepção do casamento, caso não houvesse recursos suficientes para contratar serviços de algum *buffet*.

A arrumação da mesa de casamento consistia em uma mesa grande [...] “inteiramente coberta com uma toalha de damasco branca, tendo no centro um grupo de flores, de preferência brancas. Pequenos pratos brancos ou com fino friso, pilhas de pequeninos guardanapos, colheres e garfos em fila, são colocados a intervalos” (*O CRUZEIRO*, 1951, p. 77).

Em alguns casos as sugestões das revistas citavam que, se não fosse possível servir doces, salgados ou mesmo alguns pratos, não importava, pois o principal deveria ser o bolo e uma bebida para que os convidados pudessem brindar o grande dia. “Em seu lugar preferiríamos uma mesa enfeitada de flores [...] tendo sobre ela apenas o bolo tradicional e o necessário para servir a bebida destinada ao brinde” (*O CRUZEIRO*, 1951, p. 77).

Observa-se por meio das pesquisas que na década de 1950 existia um crescimento de publicações que valorizava as decorações de mesas em geral. Em 1952, alunos da Escola de Arte e Decoração do Rio de Janeiro promoveram uma exposição (Figura 62).

**Figura 61** – Exposição de mesas com flores, revista *Vida Doméstica*, 1952, p. 44



Fonte: BnDigital (2019)<sup>123</sup>

<sup>123</sup> Revista *Vida Doméstica*. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/51133>

Segundo a revista *Vida Doméstica*, a escola foi inaugurada em 1949, patrocinada por um grupo de intelectuais e tinha como diretora a Sra. Yeda Fontes, cujo nome é citado como uma profissional renomada no assunto (*VIDA DOMÉSTICA*, 1949, p. 122). Na imagem vê-se uma exposição realizada pelos alunos da escola, cuja sugestão era uma mesa de casamento. A imagem vai ao encontro do que era publicado como sugestões nas cartas: “Para arrumação da mesa, coloque o bolo no centro e duas floreiras baixas ou ramos de flores em cada ponta” (*O CRUZEIRO*, 1955, p. 98). Para que as flores ficassem em pé dentro dos vasos, a sugestão era que colocassem milho no fundo deles e fossem fixando os ramos.

Observa-se em diferentes cartas e textos que a cor branca está presente em toda composição do casamento. Além do vestido, buquê, véu e sapatos citados anteriormente, o branco é indicado pelas revistas para ser utilizado nas flores que decoravam o ambiente, nas toalhas e nos utensílios para a festa. O bolo da noiva é, sem exceção, em todas as fotos pesquisadas, de cor branca com adornos de flores predominantemente brancas.

O simbolismo dessa cor está ligado principalmente às tradições da Igreja Católica. Segundo Pastoureau (2009), nos primórdios da era cristã os padres faziam as celebrações em suas roupas comuns, havia uma predominância dessas roupas serem de cor branca, o que resultou em uma certa uniformidade nesse costume, assim gradualmente o branco passou a ser uma cor reservada para festas solenes do calendário litúrgico. “São Jerônimo, Gregório o Grande e outros padres da Igreja concordaram em tornar o branco a cor dotada de maior dignidade. Por volta do ano 1000, certo número de costumes já era comum em todo o cristianismo romano, pelo menos nas principais celebrações”<sup>124</sup> (PASTOUREAU, 2009, p. 39). Ainda que houvesse diferenças entre uma diocese e outra se adotou o costume de utilizar a cor branca nas celebrações. Assim, o branco foi designado como símbolo da pureza, empregado em todas as celebrações de Cristo e usado para anjos, virgens e confessores.

---

<sup>124</sup> Tradução nossa: *Saint Jerome, Gregory the Great, and other church fathers agreed upon making white the color endowed with the greatest dignity. By about the year 1000 a certain number of customs were already common throughout all of Roman Christianity, at least for the principal celebrations.*

Não somente de cunho religioso, mas durante a Idade Média a cor branca teve um grande papel simbólico, dos merovíngios ao período feudal, cartas, crônicas e textos literários citam o branco em contraponto com o preto, como sendo características de reis ou personagens poderosos dentro da história. Assim o preto teria cunho negativo, maldoso e a cor branca se caracterizava por ser a cor da sabedoria ou virtudes (PASTOUREAU, 2009).

Sendo o casamento um evento ligado aos costumes cristãos, a cor branca desempenha um ideal simbólico, uma vez que ela vem representar esses ideais de pureza e virgindade.

Ao longo da pesquisa é possível se deparar com diferentes estratégias, costumes e formas de organizar o casamento, desde a escolha do vestido até as comidas que cercam o evento, assim construiu-se uma narrativa de como o dia da noiva era cuidadosamente pensado e preparado pelas famílias, a importância e o crescimento que houve no setor durante a década de 1950. Como escreveu Calanca (2011), é nas famílias que são organizadas as despesas, as escolhas caracterizam a economia cotidiana, nesse sentido a moda como um fenômeno social influencia gostos, ideias, comportamentos, linguagem, comidas, roupas e objetos. As revistas são documentos de pesquisa que contam a história dessas mudanças cotidianas, e assim conseguiu-se observar através delas como eram as estratégias da moda para inspirar tendências, noções de bom gosto e elegância por meio de dicas, imagens, fotos e objetos, fomentando o consumo desses elementos que engendram o mercado da moda para casar.

Segundo Carvalho e Pereira (2014), o casamento é um ritual de ação social que marca uma transição social, e o consumo de objetos é fundamental na representação simbólico-social que caracterizam o ritual. Assim, o consumo crescente dos objetos e elementos que compõem a festa de casamento torna-se um fator de diferenciação social, um marcador de classes, no qual as revistas ditam, por meio dos seus discursos, o que é adequado aos casamentos de pompa; luxuosos de rico e o que é para casamento simples; íntimo; pequeno ou de pobre.

As publicações das revistas tinham discursos elitizados, mostravam uma esfera de luxos, fotos dos casamentos da classe alta. No entanto, observa-se por meio das cartas, nas quais as mulheres pediam adequações de consumo e adaptações dos elementos indicados para o casamento, que a circulação dessas

revistas eram entre as mulheres da classe média e também eram compradas por costureiras que atendiam ao público feminino. Veblen (2000) trata do consumo ostentatório de mercadoria no intuito de manter ou adquirir algum prestígio. Barthes (2005, p. 308) cita que a “retórica das revistas se empenha em mostrar o caráter simbólico do que apresenta, mais do que sua função utilitária, estimulando assim seu consumo, ou imitação por meio do discurso simbólico presente”.

O fato de vestir o casamento com as cores da moda, o bolo grandioso, flores e vestidos elegantes, mostra uma geração de classes impulsionada pelo consumo de objetos de luxo, ou objetos de desejo publicados como mecanismos da imprensa.

Nesse sentido destaca-se o quanto as revistas influenciaram na forma de organização do casamento por meio de instruções e imagens, multiplicando as opções do mercado para esse nicho, lançando modas e tendências de luxo que têm crescimento até os dias atuais.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao todo foram analisados 908 exemplares de revistas, 112 da revista *Vida Doméstica*; 337 de *Fon-Fon* e 459 da revista *O Cruzeiro*, entre os anos de 1950 e 1959. Entre textos, fotografias, ilustrações e respostas às cartas foi possível construir narrativas sobre como era a moda para casar naquele período.

A maneira como as revistas influenciavam nas escolhas das roupas, e da organização das cerimônias e recepção eram guias de casamento para as mulheres, visto que essas revistas tinham grande circulação nacional, custo acessível, linguagem simples e muitas jornalistas que escreviam as colunas eram referências respeitadas de moda e de comportamento, fazendo com que o que era ditado por elas poderia ser seguido à risca sem medo de errar.

As cartas foram os meios encontrados para entender esse diálogo entre as necessidades das noivas, e as transformações e tendências da moda do período.

Os vestígios encontrados nas revistas permitem afirmar que na década de 1950 o consumo voltado para os bens e serviços para casamento ganha força, fotos e propostas têm maior frequência de publicação e as cartas demonstram esse índice de crescimento e mudanças no segmento. As cartas analisadas têm grande valor, pois aproximam o olhar do público consumidor, em especial das noivas. E, portanto, pode-se afirmar que assim como as mudanças políticas e sociais se aceleraram nessa época, impulsionadas pelos esforços dos governos desenvolvimentistas de Getúlio Vargas e Juscelino Kubistchek para construção de uma sociedade de consumo, as maneiras de casar e a forma como as famílias se organizavam e investiam para concretização desse dia se ampliaram no período.

Respondendo aos questionamentos apontados no início da pesquisa, o formato como as revistas atendiam o mercado de casamento era através das respostas às cartas que as leitoras enviavam para os periódicos com suas dúvidas, pedindo conselhos e dicas. Por meio das cartas as jornalistas guiavam nas escolhas dessas moças ditando o que era tendência de moda de estilo e de comportamento. Ainda, as colunas traziam as ilustrações de vestidos, que poderiam ser facilmente visualizados e copiados ou havia a opção de comprar os moldes dos modelos

publicados e assim atender as necessidades das jovens que preparavam seu casamento.

Identificou-se ainda por meio das cartas que as mulheres tinham dúvidas quando seu padrão de beleza não se enquadrava no que era apresentado pelas páginas das revistas, mulheres viúvas, mulheres com mais de trinta anos, ou mais cheinhas. Por meio das cartas também pode-se evidenciar as angústias das moças que não possuíam condições financeiras, mas que ainda sim gostariam que seu casamento pudesse estar de acordo com a moda do período.

Por meio das imagens veiculadas nos periódicos verificou-se como a assimilação das propostas de moda repercutiam das classes altas para as inferiores, acessórios, vestidos e até mesmo os bolos eram copiados e transformados para a realidade de cada família.

E ainda podemos perceber o quanto as revistas se empenhavam em demonstrar propostas mais baratas, ainda que fossem em benefício próprio visando lucro, pois vendiam moldes, promoviam marcas, lojas e serviços. Essas propostas influenciaram para que as famílias investissem no evento do casamento, legitimaram um mercado de consumo, pois criavam uma atmosfera de certa loucura entre as noivas, gerando preocupações e ansiedades quanto à festa, ao vestido, às comidas e aos gastos. Essas angústias ficam evidentes nos pedidos feitos através das cartas enviadas pelas mulheres.

Quanto às mudanças relacionadas aos afazeres da noiva, percebeu-se que apesar do matrimônio ser algo que segue tradições, ditadas pelos preceitos da Igreja Católica e conservadora, novos serviços foram sendo ofertados, facilidades de parcelamento para aquisição do enxoval e bens materiais cresceram, o local da recepção poderia ser em um hotel, clube, restaurante e não apenas na casa da família da mulher, o ritual de entrada da Igreja permitia ao noivo esperar a noiva no altar, extinguíam-se os garçons *d'honneur*, e o horário poderia ser escolhido pela noiva.

Entre conservadorismos e transições os periódicos reforçavam valores tradicionais, como sendo o casamento o maior objetivo na vida de uma moça, arranjar um bom partido era o sonho das famílias, casar jovem e virgem e seguir os padrões estéticos de beleza e ditavam que os corpos deviam ser magros, a moral

era articulada nos periódicos por meio da moda. Usavam o discurso do que é para jovem ou para velho, o que é de pobre e o que é de rico, o que é simples ou luxuoso, despertando impulsos de consumo, de comportamento e desejo de ser ou parecer como as revistas instituíam.

Nota-se o quanto na década de 1950 as atrizes do cinema americano estavam em evidência nas páginas dos periódicos, fotos dos casamentos dessas atrizes, de princesas e de artistas brasileiras da rádio eram publicadas e serviam como vetores de moda, lançadoras de tendências nos modelos de vestidos de noiva, nas poses das fotos, nos bolos mostrados que serviam para inspirar as jovens que preparavam seu casamento.

Dentro dessa pesquisa dois elementos formaram a base para se estudar a moda e as práticas do casar: o vestido de noiva e o bolo de casamento, porque são elementos tradicionais que marcam o evento.

Percebe-se que o ato de casar é repleto de escolhas individuais das noivas, da família, que estão principalmente ligadas a questões históricas e sociais, podendo destacar a importância dada à festa de casamento, bem como os elementos de consumo empregados na materialização do dia que vão servir para denotar *status* social, demonstrar identidade por meio das escolhas pensadas.

Nesse ponto, as revistas femininas tiveram papel relevante no que diz respeito a divulgação e popularização dos modos de como casar e na inserção de novos bens de consumo reservados a esse dia. Pode-se afirmar que na década de 1950 cria-se um espaço para investimentos na organização do casamento, e um fortalecimento de atuações femininas em tarefas consideradas adequadas às mulheres, como as costureiras e confeitadeiras. Nessa perspectiva, a forma como as revistas femininas guiavam a preparação do casamento pode ser comparada a um serviço especializado que hoje é conhecido como assessoria de casamento. Ainda que primário, percebe-se o início de um segmento de trabalho e mercado, em um período que inexistia a profissão de assessor de casamento.

As escolhas feitas pela noiva vão determinar o olhar das outras pessoas sobre o evento. São marcadores de classes, que determinavam o bom gosto e indicavam o quanto a moça estaria preparada para sua vida futura, uma vez que um

casamento bem organizado, elegante, com gastos na medida correta traduzia o que a sociedade valorizava no período como modelo da “boa esposa”.

As possibilidades para casar apresentadas pelas revistas são estratégias de moda que ampliam os afazeres das noivas, remodelando antigas tradições que passam a ser adotadas formando uma engrenagem que faz a esfera do casamento crescer e gerar consumo.

O mercado de moda é um mercado de visibilidade, de valoração social, é um mercado rico, crescente, que tem no casamento o momento ideal para mostrar seu potencial e valor, usando este ápice de magia que é a festa de casamento para ser seu próprio *display*, seu próprio mostruário a todos os presentes, alimentando nas pessoas não só o desejo de realizar a sua festa de casamento, mas instigando novas possibilidades para ele. Esse desejo e magia retroalimenta este específico mercado da moda num círculo virtuoso, mantendo-o sempre em expansão.

**FONTES**

REVISTA VIDA DOMÉSTICA. 1950. ed. 00382- 00387.

REVISTA VIDA DOMÉSTICA. 1951. ed. 00394- 00405.

REVISTA VIDA DOMÉSTICA 1952. ed. 00406-00417.

REVISTA VIDA DOMÉSTICA. 1953. ed. 00418-00429.

REVISTA VIDA DOMÉSTICA .1954. ed. 00430-00441.

REVISTA VIDA DOMÉSTICA. 1955. ed. 00442-00453.

REVISTA VIDA DOMÉSTICA. 1956. ed. 00454-00465.

REVISTA VIDA DOMÉSTICA. 1957. ed. 00466-00477.

REVISTA VIDA DOMÉSTICA. 1958. ed. 00478-00489.

REVISTA VIDA DOMÉSTICA. 1959. ed. 00490-00499.

REVISTA VIDA DOMÉSTICA. 1959. ed. 00501.

FON-FON. 1950, ed. 2230-2233.

FON-FON. 1950, ed. 2235.

FON-FON. 1950, ed. 2239-2246.

FON-FON. 1950, ed. 2251.

FON-FON. 1950, ed. 2252.

FON-FON. 1950, ed. 2254.

FON-FON. 1950, ed. 2257.

FON-FON. 1950, ed. 2259-2265.

FON-FON. 1950, ed. 2267-2271.

FON-FON. 1950, ed. 2273-2281.

FON-FON. 1951, ed. 2290-2298.

FON-FON. 1951, ed. 2300-2329.

FON-FON. 1951, ed. 2331.

FON-FON. 1951, ed. 2333.

- FON-FON. 1952, ed. 2335-2384.
- FON-FON. 1952, EDIÇÃO DE NATAL.
- FON-FON. 1953, ed. 2386-2418.
- FON-FON. 1953, ed. 2420-2437.
- FON-FON. 1954, ed. 2439-2490.
- FON-FON. 1955, ed. 2491-2534.
- FON-FON. 1956, ed. 2544-2558.
- FON-FON. 1956, ed. 2561-2573.
- FON-FON. 1956, ed. 2576.
- FON-FON. 1956, ed. 2578-2581.
- FON-FON. 1956, ed. 2586-2589.
- FON-FON. 1956, ed. 2591-2594.
- FON-FON. 1957, ed. 2596-2618.
- FON-FON. 1957, ed. 2620-2621.
- FON-FON. 1958, ed. 2622-2625.
- FON-FON. 1958, ed. 2627.
- FON-FON. 1958, ed. 2631.
- FON-FON. 1958, ed. 2633-2634.
- FON-FON. 1958, ed. 2636-2637.
- O CRUZEIRO. 1950, ed. 001-0052.
- O CRUZEIRO. 1951, ed. 001-0052.
- O CRUZEIRO. 1952, ed. 008-0050.
- O CRUZEIRO. 1953, ed. 001-0051.
- O CRUZEIRO. 1954, ed. 001-0052.
- O CRUZEIRO. 1955, ed. 001-0053.
- O CRUZEIRO. 1956, ed. 001-0020.
- O CRUZEIRO. 1956, ed. 0022-0052.

O CRUZEIRO. 1957, ed. 001-0052.

O CRUZEIRO. 1958, ed. 001-0052.

O CRUZEIRO. 1958, EDIÇÃO NOVEMBRO.

O CRUZEIRO. 1959, ed. 001-0052.

## REFERÊNCIAS

- AGUIAR, V; ZANDONADI, V. **Bolos de noiva**: o que eles dizem sobre a história dos casamentos. 2017. Disponível em: <http://www.museudapessoa.net/pt/explore/blogs/lembraria-historias-de-comida/bolos-de-noiva-o-que-eles-dizem-sobre-a-historia-dos-casamentos>. Acesso em: 15 maio 2018.
- ALMEIDA, Jaqueline Moraes de. Modas de madames e mocinhas: a colaboração de Alceu Penna em A Cigarra Magazine. **Revista Dobras**, São Paulo, v. 9, n. 20, p.68-93, 2016.
- ANDRADE, Mário de. **Macunaíma**: o herói sem nenhum caráter. Belo Horizonte: Villa Rica Editoras Reunidas, 2007.
- ARAÚJO, M. F. Amor, casamento e sexualidade: velhas e novas configurações. **Psicologia: ciência e profissão**, [s. l.], v. 22, n. 2, p. 70-77, 2002.
- ARIÈS, P. **O amor no casamento**. In: ARIÈS, P.; BEJIN, A. **Sexualidades ocidentais**: contribuições para história e para a sociologia da sexualidade. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- AREND, S. F. Trabalho, escola e lazer. In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (org.). **Nova história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2012.
- ARTE E BLOG. **Arte histórica e contemporânea**. 2015. Disponível em: <http://www.arteeblog.com/2015/05/a-historia-do-muguet-flor-de-maio-e-da.html>. Acesso em: 24 out. 2018.
- BARBOSA, Marialva. **História Cultural da imprensa**: Brasil, 1900-2000. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- BARTHES, R. **Inéditos**: imagem e moda. São Paulo: Martins Fontes, 2005. v. 3.
- BARTHES, R. **Sistema da moda**. São Paulo: Cia. Ed. Nac./Ed. da Universidade de São Paulo, 2009.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Portugal: Edições 70, 2005.
- BENARUSH, M. K. Moda é patrimônio: o pensar da roupa no Museu. In: SIMILI, I. G.; VASQUES, R. S. (org.). **Indumentária e moda**: caminhos investigativos. Maringá: EDUEM 2013.
- BERNUZZI, D. **Gordos, magros e obesos**: uma história do peso no Brasil. São Paulo: Estação Liberdade, 2016.
- BÍBLIA. Coríntios V. Português. **A Bíblia Sagrada**: antigo e novo testamento. Tradução: João Ferreira de Almeida. Brasília: Sociedade Bíblica do Brasil, 1969.

BÍBLIA. Efésios 5. Português. **A Bíblia Sagrada**: antigo e novo testamento. Tradução: João Ferreira de Almeida. Brasília: Sociedade Bíblica do Brasil, 1969. p. 21-24.

BOLOGNE, Jean Claude. **História do casamento no Ocidente**. Tradução: Isabel Cardeal. Lisboa: Temas e Debates, 1999.

BONADIO, Maria Cláudia. **O fio sintético é um show!**: moda, política e publicidade. Tese (Doutorado em História). Universidade Estadual de Campinas, 2005.

BONADIO, M. C; BOAVENTURA, T. F. Alceu Penna e as representações gráficas do casamento e da juventude na revista A Cigarra (1947-1955). **Diálogos** (Maringá. Online), v. 17, n. 2, p. 649-683, maio-ago./2013.

BONADIO, Maria Claudia; GUIMARÃES, Maria Eduarda Araujo. Alceu Penna e a construção de um estilo brasileiro: modas e figurinos. **Horizontes antropológicos**, [s. l.], v. 16, n. 33, p. 145-175, 2010.

BOTAFOGO, Dolores. **Bolos artísticos-1**: a série. 7. ed. Rio de Janeiro: Ed. Científica Spivak & Kersner; São Paulo: São Paulo Ed., 1957. 629 p.

BOTAFOGO, Dolores. **Bolos artísticos**: suplemento das primeira e segunda séries com novos modelos e nova maneira de modelar as figuras. Rio de Janeiro: Ed. Científica Spivak & Kersner; São Paulo: São Paulo Ed., 1957. 394 p. il.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2008.

BRAGA, João. Como saber o que vestir. *In*: PINSKY, J. (org.). **Cultura e elegância**. São Paulo: Contexto, 2005.

BUITONI, D. H. S. Fotografia e jornalismo: da prata ao pixel – discussões sobre o real. *Líbero*, a. X, n. 20, p. 104-111, dez. 2007.

BURKE, P. **Hibridismo cultural**. São Leopoldo, RS: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2010.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. Tradução: Renato Ambrósio. 2. ed. São Paulo: Editora SENAC, 2011.

CALDEIRA, Eleonora Mendes; PINSKY, Jaime. **Cultura e elegância**. São Paulo: Contexto, 2005.

CAMPOS, Daniela Queiróz. **Espectros dos anos dourados**: imagem, arte gráfica e civilidade na coluna “Garotas” da revista O CRUZEIRO (1950-1964). Dissertação do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

CANABARRO, Ivo. Fotografia, história e cultura fotográfica: aproximações. **Estudos Ibero-Americanos**, [s. l.], v. 31, n. 2, 2005.

CARDOSO, E. B. Entre o tradicional e o moderno: os femininos na revista *Vida Doméstica*. **Gênero**, Niterói, v. 9, n. 2, p. 103-134, 1. sem. 2009.

CARVALHO, D.; PEREIRA, R. De solteira a casada: o consumo vulnerável das mulheres durante a transição liminar do casamento. **Anais do EMA**, [s. l.], v. 6, p. 1-16, 2014.

CARVALHO, D. L. T; PEREIRA, R. C. F. **A conspicuidade no consumo do ritual do casamento**. In: ENCONTRO DA ANPAD, 37., 2013, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: [http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2013\\_EnANPAD\\_MKT2261](http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2013_EnANPAD_MKT2261). Acesso em: 15 maio 2018.

CARVALHO, M. H. R; LINKE, P. P.; BRANDÃO, G. **Contribuições para a moda brasileira**. 2013. Disponível em: [http://www.cih.uem.br/anais/2013/trabalhos/189\\_trabalho.pdf](http://www.cih.uem.br/anais/2013/trabalhos/189_trabalho.pdf). Acesso em: 10 mar. 2018.

CASCUDO, Luís da Câmara. **História da alimentação no Brasil** – segundo volume. São Paulo: Companhia Editora Nacional 1983. **História da alimentação no Brasil** – primeiro volume. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia/ São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo.

CAVALCANTI, R. **O casamento do sol com a lua**. São Paulo: Cultrix, 1993.

CHARSLEY, Simon. **Interpretation and custom**: the case of the wedding cake. *Man* 22, n. 1, p. 93-110, 1988.

CHARSLEY, S. **Wedding cakes and cultural history**. London: Library of Congress Cataloging in Publications. 1992. Disponível em: [https://run.unl.pt/bitstream/10362/60967/1/Macedo\\_2018.pdf](https://run.unl.pt/bitstream/10362/60967/1/Macedo_2018.pdf).

CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. **Diccionario de los símbolos**. Barcelona: Editorial Herder, 1986. Disponível em: <http://www.archetipos.com/wp-content/uploads/2018/10/diccionario-de-los-simbolos-jean-chevalier-ilovepdf-compressed.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2018.

CORBIN, Alan. Bastidores. In: PERROT Michelle (org.). **História da vida privada, 4: da Revolução Francesa à Primeira Guerra**. Tradução: Denise Bottmann, Bernardo Joffily. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

CORTÊS, Iáris Ramalho. A Trilha Legislativa da Mulher. In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (org.). **Nova história das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2013. p. 260-285.

CORRÊA, Jussara Odete; ZAMONER, Zuleika; PAIM, Elison Antonio. Namorar, noivar e casar: narrativas de mulheres “italianas” de Caxambu do Sul nas décadas de 1930 a 1960. **Revista Cadernos do Ceom**, Chapecó, v. 19, n. 25, p. 123-152, 2014.

CRANE, D. **A moda e seu papel social**. São Paulo: SENAC, 2006.

CUNHA, F. L. **Caricaturas carnavalescas: carnaval e humor no Rio de Janeiro através da ótica das revistas ilustradas *Fon-Fon* e *Careta* (1908-1921)**. 2008.

Disponível em:

[www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/.../TESE\\_FABIANA\\_LOPES\\_DA\\_CUNHA.pdf](http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/.../TESE_FABIANA_LOPES_DA_CUNHA.pdf).

Acesso em: 15 mar. 2018.

CZRNORSKI, S. R.; MEYRER, M. R. Chics, elegantes e distintas: a moda na seção Jornal das famílias da Revista da Semana (1915-1918). **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais – RBHCS**, [s. l.], v. 8, n. 15, p. 247-271, jul. 2016.

DANTAS, C. V. **Revista da Semana**. 2010. Disponível em:

<http://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/verbetes/primeira-republica/REVISTA%20DA%20SEMANA.pdf>.

Acesso em: 15 mar. 2018.

DEL PRIORE, Mary Del. **História das mulheres no Brasil**. 10. ed., São Paulo: Contexto, 2017. 5ª reimpressão.

DEL PRIORE, Mary Del. **História do amor no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2015.

D'INCAO, Maria Ângela. Mulher e família burguesa. *In: História das mulheres no Brasil*. 10. ed., São Paulo: Contexto, 2017. p. 223-240. 5ª reimpressão.

DORIA, Carlos. **Bordado da fama: uma biografia de Dener**. São Paulo: Editora Senac, 1998.

DOS SANTOS, R. R.; D'ABADIA, M. I. V. As interfaces da cerimônia do casamento católico: simbolismo, tradição e inovação. *In: Anais do Congresso de Ensino, Pesquisa e Extensão da UEG (CEPE)*. 2018. ISSN 2447-8687.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B.; DENTZIEN, P. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. UFRJ, 2006.

DIAS, P. B. A influência do Cristianismo no conceito de casamento e de vida privada na Antiguidade Tardia. **Ágora Estudos Clássicos em Debate**, Coimbra, n. 6, 2004.

DUBY, Georges (org.). **História da vida privada**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. v.1-5.

EDWARDS, Tim. La “tradizione” dell’abito da sposa. Documentare chi ha indossato cosa in un determinato momento è un conto, cercare di capire cosa significhi è un altro. **La moda. Concetti, pratiche, politiche**. Einaudi, p. 10, 2011.

ERNER, Guillaume. **Vítimas da moda?: como a criamos, por que a seguimos**. Tradução: Eric Roland René Heneault. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

FEIJÃO, Rosane. **Moda e Modernidade na belle époque carioca**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

FEIJÃO, R. Moda feminina e imprensa na Belle Époque Carioca. **IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte**, [s. l.], v. 5, n. 1, maio 2012. Disponível em: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/index.php/vol-5-no1-ano-2012/> Acesso em: 06 ago. 2018.

FERRON, Wanda Maleronka; FERLINI, Vera Lucia Amaral. **Fazer roupa virou moda: um figurino de ocupação da mulher (São Paulo-1920-1950)**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1996.

FIELDHOUSE. Paul. **Food and nutrition: customs and culture**, London: Croom Helm, 1986.

FIGUEIREDO, N. M. A. **Método e metodologia na pesquisa científica**. 2. ed. São Caetano do Sul, SP: Yendis Editora, 2007.

FIRMO, F. S. **Método centesimal: corte sob medida – uma abordagem histórica**. 2014. Disponível em:

<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20%202014/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO3-CULTURA/CO-Eixo-3-Metodo-Centesimal-corte-sob-medida.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2018.

FLORESWIKI.COM. **Não-me-esqueças HD**. Disponível em:

<https://www.floreswiki.com/imagens-nao-me-esquecas-hd-jpg>. Acesso em: 20 maio 2019.

FON-FON. **A Capa de Hoje**. 1948, ed. 2143, p. 11.

FON FON. **A Elegância**. 1951, ed. 2290, p. 34.

FON-FON. **BnDigital – Hemeroteca Digital**. 1913, ed. 46, p. 15. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/15897>.

FON-FON. **BnDigital – Hemeroteca Digital**. nov. 1944, ed. 048. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/114657>.

FON-FON. **BnDigital – Hemeroteca Digital**. dez. 1944, ed. 050. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/114792>.

FON-FON. **BnDigital – Hemeroteca Digital (2018)**. 1953, ed. 2399, p. 28.

Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/140008>. Acesso em: 14 set. 2018.

FON-FON. **BnDigital – Hemeroteca Digital (2018)**. 1953, ed. 2399, p. 26; ed. 2408

p. 32. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/140006>;

<http://memoria.bn.br/DocReader/259063/140515>. Acesso em: 22 jan. 2019.

FON-FON. **BnDigital – Hemeroteca Digital (2018)**. Seleção feita pelo autor, ed.

2292, p. 28; 30; 34; 38; 39; 42; 45; 46. Disponível em:

<http://memoria.bn.br/DocReader/259063/133546>.

FON-FON. **Hemeroteca Digital (2018)**. Departamento de Modas. 1952, ed. 2338, p.

12. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/136131>. Acesso em 16

dez. 2018.

FON-FON. **Hemeroteca Digital (2018)**. Departamento de Modas. 1952, ed. 2354, p.

49. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/137141>. Acesso em: 14

dez. 2018.

FON-FON. **Hemeroteca Digital** (2018). Seleção feita pelo autor, ed. 2143, p. 20; 21; 22; 28; 29. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=259063&PagFis=125103>.

FON-FON. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). maio 1948, ed. 2143. 2019. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/125084>.

FON-FON. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1948, ed. 2168, p. 33. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/259063/126743>. Acesso em: 14 fev. 2019.

FON-FON. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1951, ed. 2331, p. 21. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/135757>. Acesso em: 07 jan.

FON-FON. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1952, ed. 2341, p. 16.. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/136311>. Acesso em: 16 jan. 2019.

FON-FON. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019) 1952, ed. 2380, p. 23. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/138773>. Acesso em: 23 maio 2019.

FON-FON. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1952, ed. 2380, p. 30. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/138780>. Acesso em: 25 jan. 2019.

FON-FON. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1952, ed. 2380, p. 41. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/138791>. Acesso em 12 fev. 2019.

FON-FON. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). Escola de Noivas. 1952, ed. 2350, p. 14-16. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/136844>; <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/136845>; <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/136846>. Acesso em: 19 mar. 2019.

FON-FON. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1953, ed. XX, p. XX. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/140006>; <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/140515>. Acesso em: 22 jan. 2019.

FON-FON. **BnDigital – Hemeroteca Digital**. (2019). 1953, ed. 2408, p. 29. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/140512>. Acesso em: 12 fev. 2019.

FON-FON. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1956, ed. 2561, p. 20-21. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/147787>. Acesso em: 16 jan. 2019.

FON-FON. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1956, ed. 2584, p. 6. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/259063/149126>. Acesso em: 09 mar. 2019.

FON-FON. **Bolo de noiva**. 1956, ed. 2592, p. 34.

FON-FON. **Cyra Neri**. 1953, ed. 2399, p. 54.

- FON-FON, **Coluna dos leitores**. 1951, ed. 2307, p. 42.
- FON-FON **Coluna dos leitores** 1951, ed. 2308, p. 40
- FON-FON. **Coluna dos leitores**.1951, ed. 2312, p. 45.
- FON-FON. **Coluna dos leitores**, 1951, ed. 2321, p. 23.
- FON-FON. **Coluna dos leitores**, 1951, ed. 2322, p. 46.
- FON-FON. **Coluna dos leitores**. 1952, ed. 2346, p. 54.
- FON-FON. **Coluna dos leitores**. 1952, ed. 2354, p. 56.
- FON-FON. **Coluna dos leitores**. 1952, ed. 2355, p. 55.
- FON-FON. **Coluna dos leitores**. 1952, ed. 2361, p. 49.
- FON-FON. **Coluna dos leitores**. 1952, ed. 2369, p. 19.
- FON-FON. **Coluna dos leitores**. 1952, ed. 2372, p. 24.
- FON-FON. **Coluna dos leitores**. 1952, ed. 2372, p. 38.
- FON-FON. **Coluna dos Leitores**. 1952, ed. 2379, p. 45.
- FON-FON. **Coluna dos leitores**, 1953, ed. 2403, p. 64.
- FON-FON. **Coluna dos leitores** 1953, ed. 2417, p. 49.
- FON-FON. **Departamento de modas**. 1954, ed. 2487, p. 47.
- FON-FON. **Em que idade**. 1951, ed. 2327, p. 4.
- FON-FON. **Escola de noivas**, 1952, ed.2338 p. 12.
- FON-FON. **Escola de noivas**, 1952, ed. 2382, p. 48.
- FON-FON. **Fon-Fon ao público**. 1958, ed. 2637, p. 25.
- FON-FON. **Fon-Fon na PRA-9**, 1953, ed. 2319, p. 47.
- FON-FON, **Guarde bem a lembrança deste momento**. 1950, ed. 2244, p. 30.
- FON-FON. **Logo após o noivado**, ed. 2341, 1952, p. 16
- FON-FON. **Na França**. 1908, ed. 0045, p. 20.
- FON-FON. **Nervosismo de noivas** 1952, ed. 2371, p. 40.
- FON-FON. **Nossa capa**. 1944, ed. 048, p. 68.
- FON-FON. **Nossa capa**. 1953, ed. 2408, p. 6.

- FON-FON. **O algodão**. 1953, ed. 2429, p. 10.
- FON-FON. **O casamento é um seguro**, 1951, ed. 2318, p. 57.
- FON-FON **O enxoval da noiva**. 1953, ed. 2408, p. 24.
- FON-FON. **Os segredos da moda**, 1951, ed. 2292, p. 28.
- FON-FON. **Qual vestido ideal para as mocinhas?** 1951, ed. 2329, p. 37.
- FON-FON. **Quase casada**, 1952, ed. 2364, p. 13.
- FON-FON. **Segredos**. 1952, p. 18; 25; 49.
- FON-FON. **Segredos**. 1952, ed. 2338, p. 18.
- FON-FON. **Sentimental**. 1951, ed. 2300, p. 17.
- FON-FON. **Sobre o vestido de casamento**. 1953, ed. 2399, p. 21.
- FON-FON. **Sonho de amor**. 1952, ed. 2338, p. 12.
- FON-FON. **Sonho de amor**. 1952, ed. 2341, p. 16.
- FON-FON. **Tudo para casamento**. 1953, ed. 2399, p. 8.
- FON-FON. **Um conselho para as noivas**. 1952, ed. 2363, p. 33.
- FONSECA, Claudia. **Ser mulher, mãe e pobre**. História das mulheres no Brasil, v. 9, p. 510-553, 1997.
- FRANQUI, Renata; PERIOTTO, Marcília Rosa. **A trajetória de Fon-Fon! (1907-1958)**: de semanário ilustrado e crítico à revista para o lar. Seminário de Pesquisa PPE. UEM. Maringá – PR, 2015. Disponível em: [http://www.ppe.uem.br/publicacoes/seminario\\_ppe\\_2015/trabalhos/co\\_04/93](http://www.ppe.uem.br/publicacoes/seminario_ppe_2015/trabalhos/co_04/93). Acesso em: 29 maio 2018.
- FREYRE, Gilberto. **Modos de homem & modas de mulher**. 2. ed. rev. São Paulo: Global, 2009.
- GALVÃO, Mariana Sabino Petean et al. A singularidade e a conspicuidade das cerimônias de casamento na cidade de São Paulo. 2017.
- GIDDENS. A. **Tradição e modernidade**: continuidade e descontinuidade. São Paulo: Unesp, 1997.
- GIORDANO, Rafaela Boeira et al. **Do jornal à ciência**: a hemeroteca digital brasileira como fonte de informação para a pesquisa científica. 2016.
- GRASSI, P. C. Agora és noiva, debes mais do que nunca saber como vai agir: as cartas de amor e o diário íntimo de Ada Therezinha (1946-1952/ Caxias do Sul/Brasil). **Revista Artémis**, [s. l.], v. XXI, p. 89-101, jan.-jul., 2016. Disponível em:

periodicos.ufpb.br/index.php/artemis/article/viewFile/28699/16095. Acesso em: 06 de fev. 2018.

HAFFNER, J. A. H. **A CEPAL e a industrialização brasileira (1950-1961)**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=FEGKJcayhPEC&pg=PA130&lpg=PA130&dq=poder+aqusitivo+1950&source=bl&ots=M9xbd36t16&sig=2xczdgSHcrLGGljHTmQFfclH4g&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwjd26aV2MPXAhUDGpAKHVtOD3wQ6AEILjAB#v=onepage&q=poder%20aqusitivo%201950&f=false>. Acesso em: 22 nov. 2017.

HOBSBAWN, Eric J. **Era dos extremos: o breve século XX**. Tradução: Marcos Santarrita. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2017. Disponível em: <https://seculoxx.ibge.gov.br/populacionais-sociais-politicas-e-culturais/busca-por-temas/populacao.html>. Acesso em: 01 abr. 2019.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estatísticas do Séc. XX**. Disponível em: <https://seculoxx.ibge.gov.br/economicas/rendimentos-e-precos/tabelas-de-rendimentos.html>. Acesso em: 03 fev. 2019.

JUNIOR, Gonçalo. **Alceu Penna e as garotas do Brasil**. Moda e imprensa 1933-1980. São Paulo: CLUQ, 2004.

KARNAL, Leandro. TATSCH, Flavia Galli. A memória evanescente. *In*: PINSKY, Carla B.; LUCA, Tania Regina de. **O historiador e suas fontes**. São Paulo: Contexto, 2009.

LEÃO, Célia. Como se comportar. *In*: CALDEIRA, Eleonora Mendes; PINSKY, Jaime. **Cultura e elegância**. São Paulo: Contexto, 2005. p. 205-214.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campinas, SP: UNICAMP, 1996.

LEITE, Miriam Moreira. O retrato de casamento. *In*: **Novos Estudos CEBRAP**, n. 29, p. 182-189, mar. 1991.

LIMA, Laura Ferraza de. **A moda passa: seções de moda da Revista "O Cruzeiro" de 1929 a 1952**. Anais do Colóquio de Moda 2008. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202008/43767.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2019.

LIMA, Laura Ferraza de. Uma mulher fala de moda feminina: as colunas de madame Clemenceau em "O Cruzeiro" de 1929 a 1931. **Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v. 5, n. 1, maio, 2012.

LIMA, Laura Ferraza de. **Vestida de frivolidades: a moda feminina em suas visões estrangeira e nacional na revista O Cruzeiro 1929-1948**. Dissertação (Mestrado em História) – UFRS. Porto Alegre, 2009.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LITZ, Valesca Giordano. **O uso da imagem no ensino de história**. Caderno Pedagógico – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2009.

LUCA, T. R. de. **A revista do Brasil: um diagnóstico para Nação**. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1999.

LUCA, T. R. de. História dos, nos e por meio dos periódicos. *In*: PINSKY, Carla Bassanezi. **Fontes históricas**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

LURIE, Alison. **A linguagem das roupas**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MACENA, F. F. **Madames, mademoiselles, melindrosas: feminino e modernidade na revista Fon-Fon (1907-1914)**. 2010. Disponível em: [http://www.repositorio.unb.br/bitstream/10482/5947/1/2010\\_FabianaFranciscaMacena.pdf](http://www.repositorio.unb.br/bitstream/10482/5947/1/2010_FabianaFranciscaMacena.pdf). Acesso em: 17 mar. 2018.

MACFARLANE, A. **História do casamento e do amor**. São Paulo, SP: Cia das Letras, 1990.

MAIA, C. J. **A invenção da solteirona: conjugalidade moderna e terror moral – Minas Gerais (1890-1948)**. 2007. Disponível em: [http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/2331/1/2007\\_ClaudiadeJesusMaia.PDF](http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/2331/1/2007_ClaudiadeJesusMaia.PDF). Acesso em: 05 fev. 2018.

MALERONKA, Wanda. **Fazer roupa virou moda. Um figurino de ocupação da mulher**. SP: Estação das Letras e Cores, 2007.

MALTA, M. **O olhar decorativo: ambientes domésticos em fins do século XIX no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Mauad, 2011.

MARINS, Cristina Teixeira. Com açúcar, com afeto: um olhar antropológico sobre rituais matrimoniais a partir de suas mesas de doces. **Mana**, [s. l.], v. 23, n. 2, p. 401-426, 2017.

MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República**. São Paulo (1980-1922). São Paulo: Fapesp/Edusp, 2008.

MAUAD, Ana Maria. Na mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX. Departamento de História da Universidade Federal Fluminense e Laboratório de História Oral e Imagem da UFF. **Anais do Museu Paulista**, São Paulo. v. 13, n. 1. p. 133-174, jan./jun. 2005.

MAUAD, A. M; RAMOS, I. C. Fotografias de família e os itinerários da intimidade na História. **Acervo**, Rio de Janeiro, v. 30, n. 1, p. 155-178, jan./jun. 2017.

MCCRACKEN, G. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. **Revista de Administração de Empresas**, [s. l.], v. 47, n. 1, p. 99-115, 2007.

MENDES, Valerie D.; HAYE, Amy de la. **A moda do século XX**. Tradução de Luis Carlos Borges. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MENDONÇA, C. **Jornalismo feminino, mulher e moda: uma relação histórica.** 2013. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-do-jornalismo/jornalismo-feminino-mulher-e-moda-uma-relacao-historica>. Acesso em: 19 abr. 2018.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. A cultura material no estudo das sociedades antigas. **Revista de História (Nova Série)**, São Paulo: USP, n. 115, 1983.

MESSIAS, E. M. Brasilidade como estratégia de construção de identidade nas coleções da marca Fórum. *In*: Colóquio Nacional de Moda, 5., Recife. **Anais eletrônicos** [...]. Recife: Colóquio de Moda, set. 2009. p. 27-30. CD-ROOM.

MIRA, M. C. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX.** São Paulo: Olho d'água, FAPESP, 2001.

MITIDIERI, Ana Maria Amorim. **Vestido de noiva: tradição e contemporaneidade.** 2016. 101 f. Monografia (Conclusão do Curso de Moda) – Feevale, Novo Hamburgo – RS, 2016. Disponível em: <http://biblioteca.feevale.br/Monografia/MonografiaLucianoLWinter.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2018.

MITIDIERI, Ana Maria Amorim; GARBELOTTO, Cristina Schiavon. **O traje da noiva na cena do casamento.** Disponível em: [http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202010/71162\\_O\\_traje\\_da\\_noiva\\_na\\_cena\\_do\\_casamento.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202010/71162_O_traje_da_noiva_na_cena_do_casamento.pdf). Acesso em: 15 nov. 2018.

MORGADO, D. P. **Cozinhar e decorar: mulheres entre panos, objetos e comidas (1967-1972).** Dissertação (Pós-Graduação em História) – Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2017.

MOTTA, Alda Britto da. Mulheres velhas: elas começam a aparecer. *In*: PEDRO, J. M. (org.). **Nova história das mulheres no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2013 p.84-104

MURSTEIN, Bernard I. **Amor, sexo e casamento através dos tempos.** Rio de Janeiro: Arte Nova S.A., 1976.

NACIF, M. C. V. **A moda no Brasil e os modelos estrangeiros: a influência do cinema de Hollywood na moda do vestuário feminino nos anos 30-40.** 2000. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1229.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1229.pdf). Acesso em: 18 maio 2018.

NAHES, Semiramis. **Revista FON-FON: a imagem da mulher no Estado Novo (1937-1945).** São Paulo: Arte & Ciência, 2007, p. 168.

NASCIMENTO, J. V. **O discurso religioso católico.** Dissertação (Mestrado em Língua Portuguesa) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1990.

NAZZARI, M. **Mulheres e dote no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ref/v10n1/11647.pdf>. Acesso em: 05 fev. 2018.

NEIRA, Luz Garcia. A invenção da moda brasileira. **Caligrama – Revista de estudos e pesquisas em linguagem e mídia**, São Paulo, v. 4, n. 1, 2008.

NETTO, Accioly. **O império de papel: os bastidores de O Cruzeiro**. Porto Alegre: Sulina, 1998.

NOVAIS, F; SEVCENKO, N. (org.). **História da vida privada no Brasil**: República: da belle époque à era do rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

NOGUEIRA, J. M. O. A instituição da família em a cidade antiga. *In*: WOLKMER, Carlos (org.). **Fundamentos de História de Direito**. 3. ed. Belo Horizonte: Del Rey, 2006. p. 85.

O CRUZEIRO. 1956, ed.026, p. 34.

O CRUZEIRO. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). Etiqueta. 1950, ed. 040, p. 77. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/71421>. Acesso em: 12 jan. 2019.

O CRUZEIRO. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1950, ed. 379, p. 45. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/003581/68089>. Acesso em: 14 fev. 2019.

O CRUZEIRO. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1954, ed. 009, p. 130. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/89514>. Acesso em: 16 mar. 2019.

O CRUZEIRO. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1955, ed. 001, p. 52. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/94156>. Acesso em: 15 out. 2018.

O CRUZEIRO. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1955, ed. 019, p. 104. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/96614>. Acesso em: 25 jan. 2019.

O CRUZEIRO. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1955, ed. 025, p. 85; ed. 052, p. 135. Disponíveis em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/97262>; <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/100778>. Acesso em: 23 jan. 2019.

O CRUZEIRO. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1955, ed. 047, p. 63. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/100000>. Acesso em: 16 jan. 2019.

O CRUZEIRO. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). Maricy: a noiva do ano. 1954, ed. 0036, p. 15. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/92171>. Acesso em: 02 fev. 2019.

O CRUZEIRO. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1952, ed. 049, p. 99; 102. Disponíveis em: <http://memoria.bn.br/docreader/003581/83231>; <http://memoria.bn.br/docreader/003581/83234>. Acesso em: 14 jan.2019.

O CRUZEIRO. **Casamento e suas superstições**. 1959, ed. 032, p. 81.

O CRUZEIRO. **Casamento na Candelária**. 1953, ed. 0031, p. 59.

O CRUZEIRO. **Despesas do casamento**. 1950, ed. 017, p. 71.

O CRUZEIRO. **Dia 8 de dezembro**. 1957, ed. 0008, p. 110.

O CRUZEIRO. **Dirigindo o Espetáculo**. 1950, ed. 002, p. 48.

O CRUZEIRO. **Dona**, 1928, ed. 007, p. 45.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1949, ed. 002, p. 84. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/61245>. Acesso em: 24 nov. 2018.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1949, ed. 0042, p. 74.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1950, ed. 003, p. 89.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1950, ed. 051, p. 77.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1951, ed. 001, p. 121.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1951, ed. 0028, p. 85.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1951, ed. 004, p. 121.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1951, ed. 0014, p. 75.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1951, ed. 0021, p. 77.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1951, ed. 0022, p. 79.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1951, ed. 0023, p. 82.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1951, ed. 0025, p. 86.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1951, ed. 0030, p. 82.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1951, ed. 0038, p. 126.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1951, ed. 0041, p. 129.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1954, ed. 0021, p. 35.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1954, ed. 0013, p. 24.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1954, ed. 0030, p. 74.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1954, ed. 0038, p. 34;

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1955, ed. 022, p. 90.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1955, ed. 0018, p. 96.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1955, ed. 0022, p. 90.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1955, ed. 0030, p. 92.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1955, ed. 0033, p. 98.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1955, ed. 0044, p. 82.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1956, ed. 0039, p. 116.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1956, ed. 0040, p. 122.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1956, ed. 0041, p. 138.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1956, ed. 0028, p. 97.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1956, ed. 0042, p. 124.

O CRUZEIRO. **Etiqueta**. 1957, ed. 0028, p. 102.

O CRUZEIRO. **Hemeroteca Digital** (2019). 22 dez. 1928, ed. 007, p. 45-46.  
Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/003581/431>. Acesso em: 17 dez. 2018.

O CRUZEIRO. **Hemeroteca Digital** (2019). Seleção feita pelo autor, 1950 (ed. 028); 1944 (ed. 029); 1946 (ed. 042), 1948 (ed. 028); 1949 (ed. 030). Disponível em:  
<http://memoria.bn.br/DocReader/003581/28292>;  
<http://memoria.bn.br/DocReader/003581/41000>;  
<http://memoria.bn.br/DocReader/003581/50832>;  
<http://memoria.bn.br/DocReader/003581/58632>;  
<http://memoria.bn.br/DocReader/003581/64274>. Acesso em: 19 dez. 2018.

O CRUZEIRO. **Hemeroteca Digital** (2019). Seleção feita pelo autor: 1951 (ed. 030); 1952 (ed. 048); 1954 (ed. 029); 1955 (ed. 047); 1955 (ed. 051); 1956 (ed. 029); 1957 (ed. 029); 1957 (ed. 08); 1959 (ed. 032).

O CRUZEIRO. **Hemeroteca Digital** (2019). Maio 1944, ed. 0029, capa e p. 70.  
Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/003581/41069>. Acesso em: 19 dez. 2018.

O CRUZEIRO. **Hemeroteca Digital**. 1939, ed. 029, p. 21. Disponível em:  
<http://memoria.bn.br/DocReader/003581/25887>. Acesso em: 12 ago. 2018.

O CRUZEIRO. **Idade de Casamento**. 1953, ed. 0026, p. 70.

O CRUZEIRO. **Maio e Casamentos**. 1954, ed.0029, p.59

O CRUZEIRO. **Maricy**: a noiva do ano. 1954, ed.0036 p.15

O CRUZEIRO. **Mundanismo**. 1955, ed. 0020, p. 106.

O CRUZEIRO. **No Outeiro da Gloria**. 1951, ed. 0042, p. 106.

O CRUZEIRO. **Noiva aflita**. 1953, ed. 0016, p. 91.

O CRUZEIRO. **Noiva preocupada**. 1953, ed. 0046, p. 75.

O CRUZEIRO. **Noivinha indecisa**. 1951, ed. 036, p. 127.

O CRUZEIRO. **Noivinha simples**. 1951, ed. 049, p. 116.

O CRUZEIRO. **O casamento**, 1928, ed. 002, p. 57.

O CRUZEIRO. **Pois não**. 1956, ed. 026, p. 34.

O CRUZEIRO. **Sugestões às noivas**. 1951, ed. 0047, p. 121.

O CRUZEIRO. **Voltaremos**. 1977, ed. 0001, p.3.

OLIVEIRA, A. A. **Tradição e a modernidade**. 2014. Disponível em: <https://www.webartigos.com/artigos/tradicao-e-a-modernidade/118048>. Acesso em: 12 maio 2018.

OLIVEIRA, Claudia de. Moda, arte e sociedade: o pioneirismo da *maison* Canadá-de-Luxe e a emergência da indústria *fashion* nacional nos anos 1950. **Revista Modapalavra e-periódico**, ano 7, n. 14, jul./dez. 2014, p. 28-50. Disponível em: <http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/viewFile/5098/3270>. Acesso em: 23 abr. 2018.

OLIVEIRA, Jessica T. et al. *Design* e mídia: análise das ilustrações de Alceu Penna na revista “O Cruzeiro” como referência de moda na década 1950. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM *DESIGN*, 2016, Belo Horizonte. **Anais** [...]. Belo Horizonte, 2016. Disponível em: <http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/ped2016/0304.pdf>. Acesso em: 24 nov. 2018.

ORTIZ, Renato (org.). **Bourdieu – Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.. Coleção Grandes Cientistas Sociais, v. 39. p. 82-121.

ORTIZ, R. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PASTOUREAU, M., GLADDING, J. **Black**: the history of a color. Princeton: Princeton University Press, 2009. p. 33.

PERROT, Michelle (org.). **História da vida privada 4**: da Revolução à Primeira Guerra. Tradução:, Denise Bottmann; Bernardo Joffily. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2009.

PINTO, D. F; BARBOSA, R. C. A; MOTA, M. D. B. **Enxoval de casamento** – cultura e mercado na (re)significação de uma tradição. 2008. Disponível em: [http://www.xxcbed.ufc.br/arqs/gt1/gt1\\_20.pdf](http://www.xxcbed.ufc.br/arqs/gt1/gt1_20.pdf). Acesso em: 23 nov. 2017.

PINSKY, C. B. **História das mulheres no Brasil**. Mary del Priori (org.) 10. ed. São Paulo: Contexto, 2017.

PINSKY, C. B; PEDRO, J. M. **Nova história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2012.

PINSKY, Carla Bassanezi. **Mulheres dos anos dourados**. São Paulo: Editora Contexto, 2014.

PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria. **Nova história das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2013.

PRADO, Luís André do; BRAGA, João. **História da moda no Brasil**: das influências às autorreferências. 2. ed. Barueri, SP: DISAI, 2011.

REZENDE, Antônio Paulo. **Ruídos do efêmero**: histórias de dentro e de fora. Recife: Editora da UFPE, 2009.

PROST, Antonie. Transições e Interferências. In: Prost, A. (org.) **História da vida Privada**: da primeira guerra aos nossos dias. São Paulo. Companhia das Letras, 2009. p. 99-136. v. 5.

PONZETTI JR., J. Marriage ceremonies. In: PONZETTI JR., J. (ed.), **International encyclopedia of marriage and family**. Nova York: Thomson Gale, 2003. p. 1091-1094.

PUZZO, Miriam Bauab. A linguagem verbo-visual das capas de revista e os implícitos na constituição de sentido. **Revista Intercâmbio**, São Paulo: LAEL/PUC-SP, v. XX, p. 125-138, 2009.

REVEL, J. Os usos da civilidade. In: CHARTIER, Roger (org.). **História da vida privada 3**: da Renascença ao século das luzes. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

RIBEIRO, Emílio Soares. Um estudo sobre o símbolo, com base na semiótica de Peirce. **Estudos Semióticos**, [s. l.], v. 6, n. 1, p. 46-53, 2010.

RICOUER, P. **O conflito das interpretações**: ensaios de hermenêutica. Rio de Janeiro: Imago, 1978.

ROCHA, E. Totem e consumo: um estudo antropológico de anúncios publicitários. Alceu, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 18-37, 2000.

ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências**: uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII). Tradução: Assef Kfourri. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

ROSSETTI, A. **Roupas íntimas**: o tecido da sedução. São Paulo: Martins Fontes. 1995.

ROVERI, F. T. **Criança, o botão da inocência**: as roupas e a educação do corpo infantil nos “anos dourados”. 2014. Disponível em: [http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/254078/1/Roveri\\_FernandaTheodoro\\_D.pdf](http://repositorio.unicamp.br/bitstream/REPOSIP/254078/1/Roveri_FernandaTheodoro_D.pdf). Acesso em: 22 abr. 2018.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. Consumir o belo, tornar-se moderno nos anos 1950 e 1960. *In*: SIMILI, I. G.; VASQUES, R. S. (org.) **Indumentaria e moda**: caminhos investigativos. Maringá: EDUEM, 2013.

SANTOS, Liana Pereira Borba dos. **Mulheres e revistas**: a dimensão educativa dos periódicos femininos *Jornal das Moças*, *Querida e Vida Doméstica* nos anos 1950. 170f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

SCHNEID, E. F. H.; MICHELON, F. F. Imagens de casamento: memórias coletivas a partir de acervos pessoais. CONGRESSO INTERNACIONAL DE HISTÓRIA, 6., 2013, Maringá. **Anais** [...]. Maringá: UEM, 2013. ISSN 2175-4446 (on-line).

SCHROEDER, Rosa Maria. As relações de gênero e a história produzida pela Revista do Instituto Geográfico de Santa Catarina. **Revista Esboços**, [s. l.], v. 4, n. 4. p. 23-37, jun./dez. 1996.

SCOTT, Ana Sílvia. **Nova história das mulheres no Brasil**. *In*: PINSKY, Carla Bassanezi ; PEDRO, Joana Maria (org.). São Paulo: Contexto, 2013.

SEABRA, Cacilda T. **Arte culinária brasileira**. 4. ed. rev. Rio de Janeiro: Conquista, 1950. 516p. Inclui índice.

SEELING, Charlotte. **Moda**: o século dos estilistas 1900-1999. Tradução: Letrário. Colônia, DE: Konemann, 2000.

SEGALEN, M. **Ritos e rituais contemporâneos**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.

SEIXAS, C. A. **A questão da cópia e da interpretação no contexto da produção de moda da Casa Canadá, no Rio de Janeiro da década de 50**. Dissertação (Mestrado. Programa de Pós-Graduação em *Design*). Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2002.

SENNA, A. K. Os casamentos em Rio Grande: uma recordação a partir da fotografia. **Biblos**, Rio Grande, v. 11, p. 17-26, 1999.

SERPA, L. T. V. **A máscara da modernidade**: a mulher na revista *O Cruzeiro* (1928-1945). 2003. Disponível em: <http://livros01.livrosgratis.com.br/cp000097.pdf>. Acesso em: 07 maio 2018.

SILVA, Marise Borba; GRIGOLO, Tania Marins. **Metodologia para iniciação científica à prática da pesquisa e da extensão**. II Caderno Pedagógico. UDESC, 2002.

SILVA, M. A. F. **O cotidiano das mulheres no Brasil nos anos 50, a partir da revista Jornal das Moças**. 2016. Disponível em:

<http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/12973/1/PDF%20-%20Maria%20Aldeizy%20Ferreira%20Silva.pdf>. Acesso em: 06 fev. 2018.

SIMIELE, Maria Fernanda et al. Rito católico e imagem da enfermeira (1957). **Aquichan**, [s. l.], v. 14, n. 1, p. 109-118, 2014.

SIMILI, Ivana Guilherme. Políticas de gênero na Segunda Guerra Mundial, as roupas e a moda feminina. **Revista Acervo**, Rio de Janeiro, v. 25, n. 2, p. 121-142, jul./dez. 2012.

SIMILI, Ivana Guilherme. Roupas para mães: corpo e gravidez nas representações para maternidade na Revista Manequim (1963). **História: Questões & Debates**, Curitiba, v. 65, n. 2, p. 127-148, jul./dez. 2017.

SIMILI, Ivana Guilherme; FRASQUETE, Debora Russi. A moda e as mulheres: as práticas de costura e o trabalho feminino nos anos 1950 e 1960. **Revista História da Educação** (online), Porto Alegre, v. 21, n. 53, p. 267-283, set./dez. 2017.

Disponível em:

[https://www.researchgate.net/publication/321435634\\_A\\_MODALIDADE\\_E\\_AS\\_MULHERES\\_AS\\_PRATICAS\\_DE\\_COSTURA\\_E\\_O\\_TRABALHO\\_FEMININO\\_NO\\_BRASIL\\_NOS\\_ANOS\\_1950\\_E\\_1960](https://www.researchgate.net/publication/321435634_A_MODALIDADE_E_AS_MULHERES_AS_PRATICAS_DE_COSTURA_E_O_TRABALHO_FEMININO_NO_BRASIL_NOS_ANOS_1950_E_1960). Acesso em: 18 maio 2019.

SIMILI, Ivana Guilherme; VASQUES, R. S. (org.). Indumentária e moda: caminhos investigativos. *In*: SANT'ANNA, Mara Rubia. **Consumir o belo, tornar-se moderno nos anos 1950 e 1960**. Maringá: EDUEM, 2013.

SIMMEL George. Fashion. **The American Journal of Sociology**, [s. l.], v. 6, n. 62, p. 541-558, 1957.

SODRÉ, Nelson Werneck. **A história da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

SOUZA, L. M.; NOVAIS, F. A. (org.). **História da vida privada no Brasil – cotidiano e vida privada na América Portuguesa**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. v. 1.

SOUZA, Maria J. A. de. Forma, textura e estilo da sociabilidade e intimidade femininas: Bahia – séc. XIX e XX. *In*: PEIXOTO, Ana L. U. et al. **Museu do traje e do têxtil**. Salvador: Fundação Instituto Feminino da Bahia, 2003. p. 29-36.

SOUZA, Amanda Castro. **Traços da representação feminina na mídia: estudo de caso das capas da revista Marie Claire**. 63p. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2008.

STALLYBRASS, Peter. **A vida social das coisas: roupas, memória, dor**. O casaco de Marx: roupas, memórias, dor. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008. p. 7-38.

STRONG, Roy. **Banquete: uma história ilustrada da culinária dos costumes e da fartura à mesa**. [s. l.], Zahar, 2004.

SULLINS, Donald. **No wedding's a wedding without a cake**: the history and significance of the wedding cake. Available at SSRN 3081990, 2017.

SUTTER, Mariana Bassi; POLO, Edison Fernandes; MACLENNAN, Maria Laura Ferranty. Home country image attributes as source of competitive advantages: international Brazilian fashion industry study. **Review of International Business**, [s. l.], v. 9, n. 2, p. 75-93, 2014.

TEIXEIRA, S. A. A camisola do dia e o seu divino conteúdo. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 10, n. 22, p. 285-328, jul./dez. 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ha/v10n22/22705.pdf>. Acesso em: 22 abr. 2018.

TOMÉ, Dyeinne Cristina; MACHADO, Maria Cristina Gomes. A arca da noiva: a composição do enxoval. *In*: SIMILI, Ivana Guilherme; VASQUES, Ronaldo Salvador (org.). **Indumentária e moda**: caminhos investigativos. Maringá: EDUEM, 2013.

VAINFAS, R. **Casamento, amor e desejo no ocidente cristão**. São Paulo: Ática, 1992.

VEBLEN, T. Conspicuous consumption. *In*: LEE, M. J. (ed.). **The consumer society reader**. Massachusetts: Wiley-Blackell, 2000. p. 31-47.

VEILLON, D. **Moda & guerra**: um retrato da França ocupada. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

VERSIANI, F; SUZIGAN, W. **O processo brasileiro de industrialização**: uma visão geral. Brasília: Universidade de Brasília, Departamento de Economia, 1990.

VICENT, Gerard. Segredos de família. *In*: **História da vida privada 5**, 2009. p. 264.

VIDA DOMÉSTICA. **A linha Fleche**. 1956, ed. 00458, p. 100.

VIDA DOMÉSTICA. **A princesinha do Castelo Vermelho**. 1956, ed. 00461, p. 53.

VIDA DOMÉSTICA. **Arte culinária**. 1937, ed. 13058, p. 37.

VIDA DOMÉSTICA. **Beleza Intrínseca**. 1951, ed. 00396, p. 95.

VIDA DOMÉSTICA. **Casaram-se**. 1956, ed. 00454, p. 51

VIDA DOMÉSTICA. **Como Transcorrem**. 1934, ed. 00199, p. 144.

VIDA DOMÉSTICA. **Copa e Cozinha**. 1947, ed. 00355, p. 108.

VIDA DOMÉSTICA. **Copa e Cozinha**. 1954, ed. 00434, p. 113-114.

VIDA DOMÉSTICA. **Copo-de-leite**. 1958, ed. 00488, p. 12.

VIDA DOMÉSTICA. **Correspondência**. 1952, ed. 00417, p. 121.

VIDA DOMÉSTICA. **Correspondência**. 1956, ed. 00464, p. 121.

VIDA DOMÉSTICA. **D. Cacilda**. 1958, ed. 00478, p. 106.

- VIDA DOMÉSTICA. **Dois mil convites**. 1958, ed. 00481, p. 47.
- VIDA DOMÉSTICA. **Escola de Arte**. 1949, ed. 00377, p. 122.
- VIDA DOMÉSTICA. **Está noiva**. 1952, ed. 00410, p. 79.
- VIDA DOMÉSTICA. **Lanche para casamento**. 1954, ed. 00434, p. 113-114.
- VIDA DOMÉSTICA. **Namoro**. 1952, ed. 00417, p. 12.
- VIDA DOMÉSTICA. **Noivas de ontem**. 1929, ed. 00139, p. 90.
- VIDA DOMÉSTICA. **O lanche das bodas nupciais**, 1952, ed. 00410, p. 108.
- VIDA DOMÉSTICA. **O noivado**, 1953, ed. 00418, p. 12.
- VIDA DOMÉSTICA. **O vestido de noiva**. 1924, ed. 00080, p. 89.
- VIDA DOMÉSTICA. **O vestido de noiva**. 1924, ed. 00081, p. 90.
- VIDA DOMÉSTICA. **Respondendo as leitoras**. 1953, ed. 00427, p. 90.
- VIDA DOMÉSTICA. **Vestido de noiva**. 1957, ed. 00469, p. 73.
- VIDA DOMÉSTICA. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2018). 1951, ed. 00397, p. 69. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/49122>. Acesso em: 23 ago. 2018.
- VIDA DOMÉSTICA. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2018). 1952, ed. 00410, p. 79. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/50708>. Acesso em: 23 ago. 2018.
- VIDA DOMÉSTICA. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2018). 1958, ed. 488, p. 94-95. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/59921>; <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/59922>. Acesso em: 23 ago. 2018.
- VIDA DOMÉSTICA. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2018). 1959, ed. 494, p. 76. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/60571>. Acesso em: 23 ago. 2018.
- VIDA DOMÉSTICA. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1920, ed. 07, p. 23. Disponível em: Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/237>. Acesso em: 12 abr. 2019.
- VIDA DOMÉSTICA. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1957, ed. 466, p. 112. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/57559>. Acesso em: 15 fev. 2019.
- VIDA DOMÉSTICA. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1949, ed. 379, p. 45. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/48373>. Acesso em: 14 fev. 2019.

VIDA DOMÉSTICA. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1950, ed. 382, p. 108. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/47382>. Acesso em: 23 jan. 2019.

VIDA DOMESTICA. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1952, ed. 417, p. 13. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/51469>. Acesso em: 12 ago. 2018.

VIDA DOMÉSTICA. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1958, ed. 0481, p. 46. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/59091>. Acesso em: 10 fev. 2019.

VIDA DOMÉSTICA. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1958, ed. 485, p. 86. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/59570>. Acesso em: 23 fev. 2019.

VIDA DOMÉSTICA. **BnDigital – Hemeroteca Digital**. 1953, ed. 0429, p. 75. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/52925>. Acesso em: 12 set. 2018.

VIDA DOMÉSTICA. **BnDIGITAL – Hemeroteca Digital**. Capa 1929, ed. 139, p. 98.

VIDA DOMÉSTICA. **BnDIGITAL – Hemeroteca Digital**. Capa out. 1929, ed. 0139.

VIDA DOMÉSTICA. **BnDigital – Hemeroteca Digital**. Maio 1950, ed. 386, p. 38-39. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/830305/47778>. Acesso em: 15 set. 2018.

VIDA DOMÉSTICA. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1954, ed. 0435, p. 42, p. 102. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/53611>. Acesso em: 14 jan. 2019.

VIDA DOMÉSTICA. **BnDigital – Hemeroteca Digital** (2019). 1956, ed. 458, p. 4. Disponível em: <http://memoria.bn.br/docreader/830305/56485>. Acesso em: 13 fev. 2019.

VOGUE. **70 curiosidades do casamento da Rainha Elizabeth e do Príncipe Philip**. 2017. Disponível em: <https://vogue.globo.com/lifestyle/noticia/2017/11/70-curiosidades-do-casamento-da-rainha-elizabeth-e-do-principe-philip.html>. Acesso em: 12 jun. 2018.

WORSLEY, Harriet. **O vestido de noiva. Inspiração *fashion* para noivas e estilistas**. Tradução de Dafne Melo. São Paulo: Publifolha, 2010.

YAEGER, Lynn. VOGUE: **Women He's Undressed**: a new film celebrates Hollywood costume designer Orry-Kelly. 2016. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/orry-kelly-hollywood-costume-designer-women-hes-undressed-film-marilyn-monroe>. Acesso em: 16 nov. 2018.

YALOM, Marilyn. **A História da Esposa**: da Virgem Maria a Madonna: o papel da mulher casada dos tempos bíblicos até hoje. [s. l.]: Ediouro, 2002.

ZAHN, C. **O guia essencial de casamento**. São Paulo: Paralela, 2017.

ZANON, M. C. FON-FON! – Um registro da vida mundana no Rio de Janeiro da Belle Époque. **UNESP – FCLAs – CEDAP**, [s. /], v. 1, n. 2, p. 18-30, 2005. Disponível em: <http://pem.assis.unesp.br/index.php/pem/article/view/18/418>. Acesso em: 15 maio 2018.