

Das telas de cinema às ruas da cidade: identidades e sociabilidades na conformação dos espaços urbanos na São Paulo dos anos 20.

CARLA MIUCCI¹

As forças contraditórias postas em ação durante o processo de modernização da cidade de São Paulo no início do século XX, podem ser observadas por meio da conformação espacial da cidade, que mediante um olhar atento, revela muito mais que a mera inscrição geográfica dos espaços na malha urbana, descortinando, sobretudo, a heterogeneidade dos grupos sociais que circulavam e utilizavam esses espaços, além da constituição das várias formas e redes de sociabilidades.

Atentar para a formação de um circuito das salas de cinema em São Paulo nos anos de 1910 e 1920, assim como para a recepção e a repercussão dos filmes veiculados pela nascente indústria cinematográfica e o mercado editorial à ela ligado, torna-se importante na medida que nos revela, sob o ângulo do olhar da história da cultura, as tensões políticas e sociais existentes no contexto marcado pelo projeto modernizador proposto por parcela da elite, que excluía sistematicamente a parte mais pobre da população.

Como nos lembra a Maria Célia Paoli,

(...) ao longo do século XX, intérpretes e analistas da cidade de São Paulo apontaram insistentemente que sua trajetória de modernização, como de resto a de todas as grandes cidades do país, excluiu o reconhecimento dos diferentes espaços de formação, informação e debate como parte fundamental do modo de integrar à cidadania vastas parcelas da população, sobretudo seus pobres. (PAOLI, 2004:53).

Os setores mais abastados e conservadores da sociedade, em geral, tinham um padrão dicotômico de percepção da cidade: de um lado estava a cidade da moral, da ordem, das boas famílias, do cosmopolitismo desfrutado pelos ricos, dos novos aparatos tecnológicos, das máquinas, da velocidade, das buzinas, das luzes, da

¹ Professora Doutora do Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia.

eletricidade; e de outro lado ficava a cidade às avessas, a da desordem, da imoralidade e da vadiagem.

Desde o início da década de 1910, descrições de uma cidade civilizada, com avenidas, ruas largas, renovada e moderna; habitada por pessoas que freqüentavam os novos espaços de sociabilidade e lazer como as “confeitarias, os tea-rooms, as salas de espera dos cinemas” e incorporavam novos comportamentos como “andar, pisando forte e solidamente, erguendo a cabeça, empinando o busto” eram usadas, tanto para se referir a São Paulo quanto ao Rio de Janeiro.

A urbs transformou-se aos poucos, embora rapidamente. Abriram-se avenidas, alargaram-se ruas, fizeram-se praças, squares, jardins. [...] Com a nova cidade, com as ruas largas e avenidas, a população aprendeu a sair de casa, a passear. Adquiriu novos hábitos. As pessoas, os homens e mulheres – aprenderam até a andar, pisando forte e solidamente, erguendo a cabeça, empinando o busto. Nas confeitarias, nos tea-rooms, nas salas de espera dos cinemas, há mais animação.
(Jornal Gazeta de notícias, 5/8/1911).

A abertura das primeiras salas de cinema na região central da cidade conotava ares de civilidade e modernização tanto à paisagem urbana a qual se integravam, quanto àqueles que a freqüentavam. Oswald de Andrade, em seu jornal humorístico *O Piralho*, abriu uma seção exclusivamente destinada a divulgar as salas de cinema e a descrever aspectos das novas sociabilidades vivenciadas nesses novos espaços, que se tornavam, segundo ele, “incontestavelmente o ponto predileto da elite paulistana”:

No HIGH-LIFE. Inaugurou-se na sexta-feira passada o seu novo e luxuoso salão de espera, o apreciado cinema do largo do Arouche, incontestavelmente o ponto predileto da elite paulistana.
(ANDRADE, Oswald de. *O Pirralho*, 31/1/1912)

Não bastava aos mais abastados, irem ao cinema. Eles deveriam ir a um que tivesse um “novo e luxuoso salão de espera”, além de estar localizado na região mais valorizada da cidade, o “apreciado cinema do Largo do Arouche”. Para além da questão do espaço, a elite também deveria considerar a qualidade do conteúdo dos filmes, a fim de se livrarem de “ver fitas imorais, como freqüentemente sucede em outros cinemas” (ANDRADE, 1912).

HIGH-LIFE

Praça Alexandre Herculano

Numeros 65 e 67

Sessões cinematographicas diarias
com a exhibição de films dos mais afamados fabricantes, como sejam :

Biograph,
Pathé Frères,
Vitagraph,
Lubin,
Ambrosio,
Itala

Frequentado pelas melhores e mais
distinctas familias de S. Paulo.

Brevemente :

Esplendido filme para patinação

Anúncio do *Cine High Life*, no atual Largo do Arouche. Um dos cinemas que se opuseram ao poderio de Francisco Serrador em São Paulo, 1913.

Um dado importante a ser observado nesse esse cartaz é que, diferentemente dos que seriam veiculados mais tarde - especialmente a partir de 1914, com a entrada sistemática das produções hollywoodianas no circuito nacional – o filme não aparece como atração. Em seu lugar, estão os “mais afamados fabricantes” (a Biograph, Pathé Frères, Vitagraph, Lubin, Ambrosio e Ítala), revelando-nos que no início, a sedução do cinema era em relação ao seu aparato tecnológico e a sua capacidade de gerar imagens em movimento, o que o tornava um espetáculo *per se*.

Foi com o advento dos grandes estúdios e sua poderosa infra-estrutura que o negócio do cinema começou a movimentar grande quantidade de capital e a se estruturar como indústria do entretenimento, da qual faziam parte produtoras, distribuidores, exibidores, diretores, revistas especializadas, além dos astros e estrelas que compunham o *star system*. Nesse contexto, o cinema enquanto aparato tecnológico deixou de causar *frisson* e a atração passou a ser o próprio filme, seu diretor e principalmente, os astros e estrelas que nele atuavam.²

Em meados de 1911, investidores nacionais ligados à indústria e ao capital estrangeiro aderiram ao investimento no ramo do cinema, o que culminou na fundação, nesse mesmo ano, da Companhia Cinematográfica Brasileira, responsável pela compra de salas de exibição em todo o país e pela organização do mercado exibidor em função do produto estrangeiro, em especial das produções hollywoodianas, que, com a eclosão da Primeira Guerra Mundial, passaram a dominar o mercado.

O fomento do mercado cinematográfico paulistano ganhou um impulso extra com o estabelecimento das filias dos grandes estúdios e distribuidoras estadunidenses na cidade, como a Paramount em 1916, seguida pela Universal em 1917, a MGM em 1926, a Warner em 1927 e a Columbia em 1929, que passaram a monopolizar todas as etapas do negócio do cinema, da produção à exibição, passando pela distribuição.

Foi neste contexto, que os estúdios de Hollywood tornaram-se proprietários (ou sócios) das salas de exibição, ampliando o número de cinemas e estendendo o *glamour* de suas produções à decoração luxuosa dos interiores das salas e à arquitetura imponente dos edifícios, localizados na parte nobre da cidade – formada pelas ruas São Bento, Direita e Quinze de Novembro – buscando atrair a frequência das elites.

Porém, nem sempre o cinema esteve ligado ao luxo e a ostentação, nem a endereços glamurosos e a salas fixas, tampouco era considerado ponto de encontro e diversão predileta da elite paulistana, muito menos dava garantia da apresentação de fitas que não fossem consideradas imorais.

² Com a transição do acanhado empreendedorismo típico do início do cinema para a consolidação de um verdadeiro truste, a indústria do cinema hollywoodiano criou uma estrutura gigantesca para produção de filmes, os chamados “estúdios”. Eles funcionavam sob a lógica capitalista do lucro, com rigoroso controle para a maximização da produção, da divisão do trabalho e da produção em série. No seu interior, criou-se uma rede de funções que empregava um grande contingente de pessoas tais como produtores, diretores, produtores executivos, fotógrafos, operadores de câmera, costureiras, alfaiates, maquiadores, cabeleireiros, cenógrafos, contra-regras e destacadamente, os atores e as atrizes.

Ao contrário, nos últimos anos do século XIX e no início do XX, as projeções de ‘vistas’ importadas e algumas poucas nacionais contavam com um público popular, não tinham endereço fixo e quase nunca eram uma ‘atração em si’. Dividiam a atenção com outros entretenimentos, como números circences de malabarismo e pirotecnia, prestidigitadores, espetáculos exóticos como o engolidor de espadas e a mulher barbada, museus de cera e ilusionismo; além de números de variedades onde se apresentavam cantantes e dançarinas. Sem endereços fixos, as primeiras sessões de cinema eram frequentadas por um público composto, sobretudo, por imigrantes e trabalhadores pobres.

A necessidade crescente, por parte do nascente mercado cinematográfico, de desvincular a imagem do cinema dos espetáculos populares como o circo e as projeções mambembes dos primeiros tempos, afastando-o da pecha de entretenimento imoral às ‘boas famílias’, impôs-se como estratégia dos investidores do ramo da sétima arte, visando atrair as camadas médias e altas da sociedade.

Considerado pela grande imprensa como uma ótima escolha de lazer para as boas famílias, o Cine Rosário aparecia no noticiário como uma atração luxuosa. Inaugurado em 1929, com a presença de importantes autoridades, entre as quais a figura nobre do Príncipe de Gales e instalado no pavimento inferior do Edifício Martinelli, com uma iluminação moderna e suntuosa arquitetura, o Rosário era o maior e mais elegante cinema de São Paulo, com 986 lugares.

:

(...) Revestido em mármore de Carrara, decorado com pó de ouro, cabeças de animais em bronze, leões em tamanho natural formando o braço do sofá em couro legítimo, cristais, lustres tchecos caríssimos, foi dos primeiros a ter poltronas estofadas.

(SIMÕES, 1990:15).

Os grandiosos edifícios que passaram a sediar os cinemas durante a década de 1920, emprestavam um tom moderno e cosmopolita à cidade. Nessa época, o desejo de progresso era fortemente calcado na presença de novos equipamentos urbanos implantados na área Central, que compreendia o famoso Triângulo, composto pelas ruas São Bento, Direita e Quinze de Novembro.

À medida que aumentava o número de salas de cinema pela cidade, especialmente as que funcionavam nos bairros mais afastados do centro, freqüentadas por trabalhadores pobres e imigrantes, mais rigoroso se tornava o discurso normativo – representado por higienistas, engenheiros, juristas e veiculado pela grande imprensa, que buscava manter sob controle o que representasse, a seus olhos, algum perigo para a manutenção da boa ordem social.

País em formação, raça ainda no período perigoso da sua caldeação, em marcha para o seu typo definitivo, tudo o que affecte a nossa educação moral espiritual, é de summa importância para nós.

O cinema, pela sua expansão e pelo seu character popular é um desses problemas. A nossa mocidade tem a paixão pelo cinema. Elle é, mesmo, alguma coisa que já penetrou em nossos hábitos, que faz parte das nossas cogitações quotidianas, que entra em nosso orçamento habitual.

Quase que se não exhibe fita cujo enredo não seja, por sua natureza, immoral, ou pelo menos, prejudicial aos bons costumes.

Os motivos desses enredos cinematographicos são, na maioria dos casos, o adultério, a sedução, a corrupção de um character, as faltas e incoherencias de uma alma, a attracção nefasta do vicio e dos peccados.

(Revista Feminina. Ano X n.107, 04/1923)

Alegando falta de higiene e segurança, as autoridades policiais tentavam sistematicamente interditar ou mesmo fechar os cinemas de bairro, que era dos poucos entretenimentos pelos quais os mais pobres podiam pagar, já que a entrada para uma sessão era mais barata que a do teatro, tido como divertimento da elite.

Novos comportamentos e novas formas de se relacionar nos espaços públicos surgiam e iam sendo reelaborados pelos habitantes da São Paulo dos anos 20. É no interior dos cinemas, seja daqueles considerados mais *chics* e bem freqüentados, seja daqueles localizados nos bairros mais periféricos, que as novas sociabilidades se manifestam.

Cinematographos de bairro:

— Nossa diversão, á noite, é o cinema.

— A nossa também.

Elles preparam, esses cinematographos,

os casamentos comportadinhos, modestos e silenciosos.

O namoro começa ali, na sala, nos intervallos dos films.

*Primeiro, um olhar distraído. Depois outro, demorado,
intencional.*

*Depois o sorriso, logo escondido com o
virar pundoroso do rosto...*

(A Cigarra. Ano XII n.230, 04/1924)

Espaços novos dentro da paisagem urbana que se configurava, as salas de cinema eram verdadeiros ‘laboratórios’ onde o público experimentava novas sensações, vivenciava novas formas de se relacionar, tanto em relação ao espaço físico quanto em relação aos outros sujeitos sociais e ao próprio meio.

Como se comportar diante de um final feliz? Deve-se rir alto numa cena cômica, ou guardar os soluços num drama rasgado? O comportamento dentro das salas de cinema também era motivo de discussão – e tentativa de normatização – veiculadas nas revistas especializadas da época.

*A questão dos aplausos no cinema tem sido o assumpto de muitas
revistas e jornaes ultimamente. Algumas pessoas opinam que não se deve
bater palmas no cinema porque, sendo o film impresso um objecto
inanimado, não as pode apreciar.*

*Tendo Elsie Ferguson, uma das mais famosas estrellas da America e
da Europa, sido perguntada o que pensava ella sobre os aplausos aos films,
ella respondeu:*

*— Por certo, eu penso que devemos manifestar a nossa opinião, que
sendo favorável só pode ser traduzida por meio de palmas. Esta
manifestação humana de contentamento e prazer que a arte inspira, quer
seja musica, drama falado, ou um film, não deve ser evitada. É claro que não
podemos dizer ao nosso vizinho de cadeira: bonito film, não é?*

(Revista Para Todos. Ano III n. 126, 14/05/1921)

E quando a questão é sobre a leitura dos intertítulos que apareciam entre uma cena e outra, as prescrições normativas também são claras:

*- Psii! Não leia! Não leia em voz alta! Senão, eu morro. E senão
morrer, eu mato! É por ouvir ler em voz alta que estou aqui. Primeiro, fui à
polícia: em vão. Agora venho à imprensa. Venho formular a mais justa de
todas as queixas contra as pessoas que nos cinemas, lêem os letreiros em voz
alta! São os meus desalmados algozes. Não posso mais. Gosto de cinema. E,
todas as noites, em todos os lugares, de todos os cinemas, o meu suplício é*

*sempre o mesmo. Basta que o projetor esbarrache na tela um letreiro e logo
começam indivíduos inventivos e pérfidos a soletrá-lo.*

(ALMEIDA, Guilherme de. *O Estado de São Paulo*, 7 de junho de 1927)

Considerado “escola de *flir*”, com a vantagem de não ter “o velho professor de imensa barba branca nem versos alexandrinos, nem rimas, nem nada”, as salas de cinema foram cenários de novas formas de sociabilidades e sociabilização. Segundo a escritora Zélia Gattai, em alguns relatos deixados como testemunhos daquela época, tudo começava na ante-sala do cinema, muitas vezes cheia de espelhos, o que propiciava a troca de olhares, que “ora se cruzavam por via direta, entre os ombros, orelhas e chapéus, e ora por via indireta, através do espelho que duplicava ombros, orelhas e chapéus”. E o *firt* continuava:

*(...) lá dentro, antes de começar a fita, o rapaz
inspecionava as frisas, continuando a fazê-lo na
semiclaridade dos letreiros iniciais. A moça fazia, da sua
frisa, o mesmo em relação à platéia, de sorte que, nos
sete intervalos da substituição da fita anunciada ‘em oito
longas partes’, ambos gozavam quatorze minutos de
olhares trocados furtivamente.*

(GATTAI, 1979:86)

Por fim, se pergunta Guilherme de Almeida, em sua coluna veiculada no jornal *O Estado de São Paulo*, de 1927, o que teria o *flirt*, que, de tão “moderno”, passa longe das velhas formas de sociabilidades aprendidas nas tradições?

*(...)flirt’ é coisa moderna. ‘Flirt’ se entrasse nos
léxicos de hoje viria mais ou menos definido assim: Flirt
é o bom-humor dos sexos. Flirt é uma atenção sem
intenção. Flirt é a arte de não prometer aquilo que não
se quer dar. ‘Flirt’ esta para o amor assim como o pingpong
está para o tênis. Ou melhor - O ‘flirt’ está para o
amor assim como o cinema está para o teatro.
Cinema escola de ‘flirt.*

(ALMEIDA, Guilherme de. *O Estado de São Paulo*. 3 de junho de 1927)

A veiculação intensa das produções do cinema hollywoodiano na cidade de São Paulo nos anos de 1920, contribuiu para incrementar o expressivo quadro de mudanças vivenciadas pelos habitantes da cidade. Entre os novos ritmos, os novos hábitos de

consumo, as novas sociabilidades e sensibilidades, os espectadores do cinematographo paulistano familiarizavam-se com os temas, os gêneros e os ‘tipos’ de astros e estrelas das películas hollywoodianas.

Perfumes, estilos musicais, maquiagem, moda de vestuário, cortes e cores de cabelos e outros elementos, associavam-se às imagens e tipos das estrelas do cinema para aumentarem sua popularidade. As estrelas hollywoodianas tornam-se foco central da publicidade, garantindo popularidade e aumento considerável nas vendas. Atrizes do cinema mudo como Ethel Clayton, Ruth Roland, Gloria Swanson, Agnes Ayres, Clara Bow, Mary Pickford, Mae Murray, Norma Talmadge, Pauline Garon, Joan Crawford, Greta Garbo e astros como Rudolph Valentino, Douglas Fairbanks, Wallace Reid e John Gilbert dentre tantos do *star system*, faziam crescer a demanda de inúmeros produtos, lojas e marcas.

*Como uma famosa atriz ennegreceu o cabelo com uma
simplesmistura caseira.*

*Mlle. Dorothy, atriz celebre, que ennegreceu o cabelo com um
preparado simples, que misturara em casa. Accrescentam-se a um quarto de
litro de agua 30 grammas de Vanyrim, uma caixinha de Blencord e sete e
meia grammas de glycerina, ingredientes achados em qualquer pharmacia.
Applique-se ao cabelo duas vezes por semana até adquirir o matiz desejado.
Isto faz vinte annos mais moça a pessoa encanecida. Também ajuda muito a
crescer o cabelo e tira a comichão e a caspa. Á venda nas principaes
drogarias, pharmacias e perfumarias e, com toda segurança, nas drogarias
Ypiranga, Baruel, Braulio, Amarante, Morse,
Casa Lebre. Depositario geral, B. Nieva.
(Revista A Cigarra. Ano XII n.223, 01/1924)*

Não eram apenas produtos que as atrizes de hollywood vendiam: veiculavam também valores de gênero e feminilidade por meio de seu *star system*. Se durante as primeiras décadas do século XX nasceu nas telas o tipo ‘heroína’, inspirada na literatura vitoriana, representado nas telas por atrizes como Ethel Clayton, Ruth Roland, Ruth Clifford, Marguerite, Clark, June Caprice, Mary Pickford e Lilian Gish, cujas histórias narravam o triunfo pessoal da mulher nas adversidades e cujos traços de personalidade eram a subordinação, a meiguice e a inocência; a década de 1920 abre caminho para o tipo *flapper* e suas variações - *gamine*, *garçonne* e melindrosa.

Forjadas no processo de urbanização e industrialização dos EUA pós Primeira Guerra, as *flappers* representavam as mulheres modernas, independentes, com vontade própria, que trabalhavam fora e não tinham como objetivo de vida o casamento. Representadas nas telas do cinema como boas meninas, fortes, simpáticas, generosas e esportistas, elas saíam às ruas sozinhas, usavam cabelos curtos, vestidos com franjas, adereços de cabeça, pulseiras, colares, fumavam e não dispensavam a maquiagem.



Clara Bown, o tipo *flapper* por excelência, em cena do filme *Kid Boots* (1926)

Se por um lado a influência do cinema aquecia o mercado, incrementando a venda dos produtos cujas propagandas eram associadas às estrelas do *écran*, aumentando a receita das revistas com seus anúncios, por outro, era duramente criticada quando dizia respeito a certos costumes e valores que veiculava, vistos pelas elites conservadoras como ameaçadores da boa ordem social e da demarcação dos papéis de gênero, onde a mulher representava o tripé mãe-esposa-dona-de-casa.

Atenta às ideias, valores e comportamentos veiculados pelas narrativas cinematográficas, a grande imprensa paulistana conservadora da época, opunha-se frontalmente a alguns valores de gênero e feminilidade veiculados pelos filmes hollywoodianos, imitados e reelaborados pelas mulheres nas ruas da cidade, especialmente aquelas das camadas altas e médias que começavam a ocupar postos de trabalho no mercado formal, convertendo-se em consumidoras graças aos salários que recebiam exercendo profissões identificadas como ‘femininas’, como enfermeiras,

professoras, secretárias, vendedoras de cosméticos nas lojas de departamento e no ramo alimentício.³

*Caso ou não caso?
Casar... Eis um gravíssimo problema.*

*Antigamente, nos bellos tempos do feudalismo colonial, nossas vovós eram
umas santarronas, ingênuas e boas, que mal assomavam à janella e sabiam,
como ninguém, preparar quitutes quase divinos.*

*Não serelepeavam nos asphaltos,
irriquietas e serigaitas, não sahiam sozinhas, affrontando os galanteios,
não se apaixonavam por Georges Walsh no écran do cinema.*

(Revista Feminina. Ano VII n. 68, 01/1920)

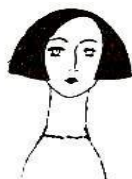
Sacramentado pela Igreja, legitimado pelo Estado e divulgado pela grande imprensa, o discurso corrente buscou difundir, através das representações do que seria um comportamento feminino ideal, um perfil de gênero consonante ao projeto político das elites conservadoras, que buscava limitar o horizonte feminino ao “recôndito do lar”, criticando os novos modos, costumes e comportamentos.

³ As mulheres pertencentes às camadas mais pobres, que já há muito faziam da rua o lugar, por excelência, de sua sobrevivência, vendendo doces, quitutes e refrescos nas feiras, mercados e em pontos estratégicos das principais vias de circulação da cidade, oferecendo também serviços domésticos, de lavadeiras, costureiras e bordadeiras.

Cabellos curtos



A COQUETE - Esta se finge inocente e atrai beijos como flores, com toda ingenuidade.



A ESCRITORA - Esta escreve chronicas nas revistas e novellas que ninguem lê. Porém ella assegura que tem feito tantas reputações!



A ESCULPTORA - Em sua cabelleira se reflecte sua affeição ás artes plasticas. Os cabellos tornal-a-iam feia, si não tivesse a boca pequena e os olhos maravilhosos.



A AMANTE DA MÚSICA - Os lindos caracos desta pequena são tão harmonicos como uma sonatinha. E vive sonhando e assistindo a todos os concertos.



A POETISA - Está ultimando um poema colossal, que se chamará "Onde está sua vergonha, ó lua endrabrada?". Cortou os cabellos para ficar mais inspirada.



O "CANAÃO" - Foi a primeira a cortar os cabellos, porém agora está arrependida. Já é coisa tão vulgar!...



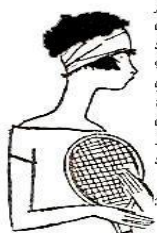
A "FRIBUÉE" DOS BAILES - Seu caracteristico é o abandono. Desde o cabelo até o calçado, tudo nella está pedindo reforma.



A LITERATA - Esta cortou o cabelo, para manter claras as idéias. O cabelo muito lhe pesava, obscurecendo-lhe a mente. Além disso, ella queria tirar a "razão" a Schopenhauer.



A DE PRESTÍGIO SOCIAL - Ser amigo desta senhora acredita como pessoa de bom tom. A verdade é que se trata de senhora muitissimo aborrecida.



A "SPORTWOMAN" - Os cabellos desta moça estão sempre em desordem. Parece, a todo momento, que acabou de jogar o tennis. Todo o mundo a confunde com Mlle. Lenglen... enquanto não se resolve a jogar.



A DACTILOGRAFA - É delgada e palida. Tem noivo. No escriptorio é muito comportada, mas si a visses no cinema!...



A ESTUDANTE - Cortou o cabelo num dia em que devia fazer uma conferencia sobre racionalismo. Ninguem a entendeu, porém todos acharam graça na melena.

Revista Feminina. São Paulo: ano XII, nr.139,dez.1925.

Nas páginas da *Revista Feminina*, durante toda a década de 1920, abundavam ilustrações como as reproduzidas anteriormente, que criticavam as escolhas e os novos comportamentos da mulher moderna, largamente veiculados no *écran*, como a moda dos cabelos curtos, que neste caso específico, servia como pano de fundo para um discurso preconceituoso, que ridicularizava a atuação das mulheres nos campos de trabalho considerados mais intelectualizados, como o da escritora, que “escreve chronicas nas revistas e novellas que ninguém lê”, a poetisa, que “cortou os cabellos

para ficar mais inspirada” e a literata, que “cortou o cabelo para manter claras as idéias”. (Revista Feminina. São Paulo: ano XII, nr.139,dez.1925).

Havia limites para a vaidade da mulher moderna assim como para a sua atuação no espaço público. O discurso higienista considerava a vaidade como parte da natureza da mulher, caracterizada como fraca moralmente e, por isso, comumente levada a descambar em frivolidades⁴. Mesmo permitindo que a mulher exercesse a sedução necessária e legítima para conseguir um par e montar uma família, o excesso de vaidade era visto como falta de pudor e deslize moral e deveria ser julgado e reprimido.

É justamente sobre os limites da vaidade feminina, profundamente influenciada pelo cinema hollywoodiano, que a *Revista Feminina* dedica um de seus editoriais, formulando regras de etiqueta para a mulher no espaço público, imprimindo a marca da normatização aos comportamentos femininos e formatando um discurso que questionava a capacidade intelectual das mulheres que utilizam o arsenal de beleza moderno.

Hoje, a mulher sae para o seu emprego ou para as suas voltas, para ir tomar chá a um “tea room” ou jantar num restaurante, e evidentemente tem de retocar o seu rosto, mas deve fazê-lo com discrição. É ridículo uma senhora diante de toda a gente, puxar do espelho, da borla do pó de arroz, do “rouge”, do “baton” e começar a refazer a sua cara.

Há senhoras que na preocupação constante de parecer bem, o que em geral quando essa preocupação é exagerada, dá idea aos outros, que a inteligencia dessas senhoras não é das mais desenvolvidas.

(Revista Feminina, Ano XV, nº174, 11/1928)

⁴Vários textos publicados nas revistas voltadas ao público feminino dedicam-se a criticar as ‘frivolidades’ femininas. A Revista Feminina possuía até mesmo uma seção assim denominada, dedicada a criticar todo e qualquer comportamento feminino condenado como fútil: ‘Editorial’, in: *Revista Feminina*, Ano XII, n.135, SP, 08/1925; “Extravagancias da Coqueteria- A tatuagem, signal da moda e da saude”, *Revista Feminina*, ano XII, n.139, SP, 12/1925. “Mulheres” in: *Revista Feminina*, Ano XV, nº165, SP, 02/1928; “Os cabelos curtos”, “Seção: Frivolidades Femininas”, *Revista Feminina*, Ano XI; nº.127, SP, 12/1924. “Ainda ... a moda dos cabelos curtos”, *Revista Feminina*, Ano XII, nº131, 04/1925.

Se as inúmeras fontes pesquisadas na grande imprensa revelam discursos conservadores e normatizadores em relação aos comportamentos e sociabilidades no início do século XX, especialmente em relação à mulher, elas revelam também o quanto e de que forma essas mulheres – principalmente as das camadas médias urbanas - estavam se apropriando do espaço público e construindo a sua feminilidade, incorporando e reelaborando aspectos da modernidade às tradições herdadas, tanto de gênero quanto de grupos sociais.

Carregar suas ‘novas armas’ - o batom, o pó-de-arroz e o espelho – e fazer uso delas em público, tornara-se um símbolo de distinção dessas mulheres que ao cuidarem de si, enfeitarem-se, não mais objetivavam só o encontro de um par para formar um lar mas antes de tudo, elas estavam preocupadas em se tornar bonitas para si mesmas.

Para a datilógrafa, a telefonista, a professora entre outras profissões desempenhadas por essas mulheres, o retoque da maquiagem realizado em público, o uso dos cabelos curtos, o ato de fumar, pintar os cabelos, usar vestidos tubinhos e frequentar cinemas, cafés, os bondes e as ruas, apesar de escandalizar os editores da revista e os “senhores elegantes”, tornar-se-iam marcas de uma independência que aos poucos, ia sendo conquistada.

Bibliografia

ANDRADE, Oswald de. *O Pirralho*, 31/1/1912.

GATTAI, Zélia. *Anarquistas Graças a Deus*. São Paulo: Círculo do Livro, 1979, p.86.

GEADA, Eduardo. *O Cinema espetáculo*. Lisboa: Edições 70, 1987.

MALUF, Marina e MOTT, Maria Lúcia. “Recônditos do mundo feminino” In: SEVCENKO, N. (org.) *História da Vida Privada no Brasil. República: da Belle Époque à Era do Rádio*. Vol.3. São Paulo: Cia das Letras, 1998.

LAPLACE, Maria. Home is where the heart is In: *Producing and consuming the womans’ s film*. British Film Institute: Edited by Christine Gledhill, London, 1987.

LARY, May. *Screening out the Past: the birth of mass culture and the motion picture industry*. Chicago: The University of Chicago Press, 1980.

MACHADO, Arlindo. *Pré-cinemas & Pós-cinemas*. SP/Campinas: Papirus, 1997.

MENEGUELLO, Cristina. *Poeira de Estrelas. O cinema hollywoodiano na mídia brasileira das décadas de 40 e 50*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1996.

ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PAOLI, Maria Célia, DUARTE, Adriano. São Paulo no plural: espaço público e redes de sociabilidades In PORTA, Paula (Org). *História da Cidade de São Paulo*, v. 3: a cidade na primeira metade do Século XX. São Paulo: Paz e Terra, 2004, p.53.

PINTO, Maria I. M. Borges. *Encantos e Desencantos da Modernidade: Urbanização, Cinema e Literatura em São Paulo, 1900-1930*. São Paulo: Tese de Livre Docência: FFLCH/USP, 2002.

RAGO, Margareth. *Do cabaré ao lar : a utopia da cidade disciplinar - Brasil, 1890-1930*, Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

ROLNIK, Raquel. *A cidade e a lei: legislação, política urbana e territórios na cidade de São Paulo*. São Paulo: Studio Nobel/FAPESP, 1997.

SIMÕES, Inimá – *Salas de Cinema em São Paulo*. São Paulo: Secretaria Municipal de Cultura/Secretaria de Estado da Cultura, 1990, p.15.

SALIBA, Elias Thomé. Raízes do Riso. *A representação Humorística do Dilema Brasileiro: da Belle Époque aos primeiros tempos do Rádio*. São Paulo: Tese de Livre Docência: FFLCH/USP, 2000.

SEVCENKO, Nicolau. “Introdução: O Prelúdio Republicano: astúcias da ordem e ilusões do Progresso”. In SEVCENKO, N. (org.) *História da Vida Privada no Brasil. Da Belle Époque à Era do Rádio*.vol.3. São Paulo: Cia das Letras, 1998.

_____. “A Capital Irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio” in SEVCENKO, Nicolau (org.) *História da Vida Privada no Brasil. Da Belle Époque à Era do Rádio*.vol.3. São Paulo: Cia das Letras, 1998.

SINGER, Ben. “Modernidade e hiperestímulo” In: CHARNEY I, Schwartz,V. *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naify, 2001.

SKLAR, Robert. *História social do cinema norte-americano*. São Paulo: Cultrix, 1978.

SCHUPUN, Mônica Raisa. *Beleza em jogo. Cultura e comportamento em São Paulo nos anos 20*. São Paulo:Boitempo, 1999.

STAIGER, Janet. “Seeing Stars”. In: *Stardom: industry of disire*. London: Ed. Routledge, 1991.

SUSMAN, Warren I. *Culture as History: the transformation of American Society in the twentieth century*. New York: Pantheon, 1984.