

Palavras - chave:
J. Carlos;Para Todos...; modernidade; cigarro, jogos amorosos.

A REPRESENTAÇÃO DO CIGARRO E DOS JOGOS AMOROSOS NAS CAPAS DA REVISTA PARA TODOS... FEITAS POR J. CARLOS (1926-1931)

Larissa Brum Leite Gusmão Pinheiro ¹
Artur Freitas ²

INTRODUÇÃO

[...] O quadro, a gravura ou a escultura são apreendidos como um documento histórico cujas propriedades técnicas, estilísticas, iconográficas remetem a uma percepção particular, a uma maneira de ver modificada pela experiência social e pela sua própria leitura. [...] (SALGUEIRO, 2006, p.14).

Resumo: A pesquisa aborda as representações sobre o uso do cigarro industrializado por mulheres como elemento de sedução, e a presença desse novo elemento nos jogos amorosos, nas capas e no miolo da revista ilustrada *Para Todos...* feitas pelo artista J. Carlos publicados entre 1926-1931. Essas representações foram impulsionadas pelo avanço da modernidade nas primeiras décadas do século XX no Brasil. Importante ilustrador e cronista visual brasileiro, J. Carlos representou a relação entre subjetividade moderna e formas do cotidiano de diferentes maneiras, principalmente por meio de revistas ilustradas. Uma delas foi a revista ilustrada *Para Todos...*, que circulou no Brasil entre 1918-1932, e que teve a partir de 1926 seu foco voltado à temática mundana, abordando o cotidiano, como a música, o teatro, a moda, os hábitos culturais, o cinema e seus artistas, entre outros assuntos. Essas transformações trouxeram um ritmo evidentemente mais acelerado. As representações de comportamentos e a vida cotidiana dos brasileiros – e em particular dos cariocas – foram elaboradas por J. Carlos nas revistas, formalizando um aspecto sensível do mundo a sua volta.

No decorrer da pesquisa procuramos apontar as diferentes representações acerca do cigarro na revista ilustrada *Para Todos...* entre os anos de 1922-1931, tendo como destaque as imagens produzidas por J. Carlos, seu maior ilustrador (praticamente todas as revistas tem pelo menos um desenho seu) e então diretor artístico da revista, o que justifica o recorte temporal da presente pesquisa.

Da literatura, artes plásticas, ao espaço “mudo” do cinema e posteriormente falado, o cigarro esteve presente em inúmeras representações e no cotidiano da sociedade. A forma de utilizar o cigarro, o próprio cigarro, assim como a percepção sobre ele, se modificou ao longo do tempo. Segundo Richard Klein (1997, p.26), o cigarro possui uma espécie de “linguagem própria”, quer dizer códigos que passam a ser partilhados não só pelos seus consumidores, como por quem os observam: “O fumante manipula o cigarro, como a palavra eu, para contar histórias para si mesmo ou sobre si mesmo – ou para um outro” (KLEIN, 1997, p.26).

O fumante e personagem principal dessa pesquisa, José Carlos de Brito e Cunha, mais conhecido como J. Carlos foi um artista gráfico multifacetado. Exerceu suas linhas em diferentes áreas, ao longo dos quarenta e oito anos de profissão; desde que publicou seu primeiro desenho na revista *Tagarela* em 1902, até o seu falecimento em 1950. Em 1922 quando já tinha construído uma carreira bastante sólida e reconhecida, foi convidado por Pimenta e Mello para a direção artística de *O Malho S. A*, empresa que tinha como uma das edições a revista ilustrada semanal *Para Todos...* .

As revistas ilustradas fizeram parte do cotidiano de boa parcela da população durante as primeiras décadas do século XX, a *Para Todos...* fazia parte desse segmento. De início como uma revista voltada para o mundo do cinema, passou em 1926 a tratar temáticas mundanas, com capas desenhadas por J. Carlos como seu chamariz.

Desenvolvemos esse trabalho a partir de uma pesquisa bibliográfica e do-

¹ Graduada em Licenciatura em História Uepg, 2010. Pós-graduada em História, Arte e Cultura, UEPG, 2014. Email: larihistoria@gmail.com

² Orientador. Doutor em História (Ufpr). Professor do Depto. de História e do Programa de Pró-Graduação em História da Universidade Federal do Paraná.

cumental. A pesquisa bibliográfica abrangeu o levantamento e leitura de artigos científicos, textos teóricos, livros, relacionados ao contexto da modernidade, ao uso do cigarro aos jogos amorosos, aos conceitos como o de representação e sensibilidade, entre outros. Fizemos levantamentos na revista *Para Todos...* e na *Ilustração Brasileira* (1925-1931) sobre charges, publicidade, textos e fotografias que se referissem a temática escolhida.

As fontes encontram-se disponíveis pelo projeto *Jota Carlos em Revista*, que digitalizou as revistas do acervo da Biblioteca Nacional e do acervo pessoal do filho de J. Carlos, Eduardo Augusto de Brito e Cunha, *Para Todos...* e *O Malho*, do ano de 1922 até o ano de 1931, elas podem ser encontradas no sítio eletrônico: <http://www.jotacarlos.org/>.

Através de um levantamento documental das capas, charges e textos, foram selecionadas na primeira etapa, aquelas em que aparecessem representações de mulheres fumando; e, num segundo momento as que tivessem como tema os jogos amorosos e a presença do cigarro. Ao se referir a história da vida cotidiana e privada a historiadora Mary Del Priore (1997, p.274) afirma que ela:

[...] é, finalmente, a história dos pequenos prazeres, dos detalhes quase invisíveis, dos dramas abafados, do banal, do insignificante, das coisas deixadas “de lado”. Mas nesse inventário de aparentes miudezas, reside a imensidão e a complexidade através da qual a história se faz e se reconcilia consigo mesma.

Esses “pequenos prazeres” ao qual Del Priore (1997) se refere podem ser encontrados em objetos que se desfazem na boca, no gesto e no ar como é o caso do cigarro, como também entre as conquistas amorosas, os jogos de sedução e conquista, ambos elementos presentes na *Para Todos...*

Compreendemos o desenho, a fotografia, a propaganda, como uma forma de percepção e de representação do mundo. Pautamo-nos na leitura de Roger Chartier, para apreendermos o conceito de representação, entendido aqui como expressões e práticas culturais e sociais, que são, portanto, construções. São os modos que um indivíduo e/ou uma comunidade se auto-apresenta ou apresenta outrem. Dessa forma “[...] o conceito aprofunda a percepção do objeto e o objeto aprofunda a referência da palavra.” (BAXANDALL, 2006, p.72). Chartier, sobre a questão da representação, afirma que:

[...] Esta noção permite, com efeito, ligar estreitamente as posições e relações sociais com o modo como os indivíduos e grupos se concebem e con-

cebem os outros. [...] Enfim, as representações coletivas e simbólicas encontram na existência de representantes, individuais ou coletivos, concretos ou abstratos, as garantias da sua estabilidade da sua continuidade (CHARTIER, 2006, p.39).

Nesse sentido, as representações estão relacionadas ao mundo do sensível:

As sensibilidades seriam, pois, as formas pelas quais indivíduos e grupos se dão a perceber, comparecendo como um reduto de representação da realidade através das emoções e dos sentidos. Nesta medida, as sensibilidades não só comparecem no cerne do processo de representação do mundo, como correspondem, para o historiador da cultura, àquele objeto a ser capturado no passado, ou seja, a própria energia da vida, a *enargheia*, de que nos fala Carlo Ginzburg. (PESAVENTO, 2005).

A criação seja ela por meio das fotografias, desenhos, ilustrações e textos se constituem enquanto uma atitude sensível, em que criar não se resume a uma forma interna de expressão, mas uma forma como o “eu” dialoga com o mundo a sua volta, tanto na esfera pública quanto na esfera privada, e, portanto, é uma manifestação num contexto sócio-cultural específico.

Essas manifestações são feitas através de apropriações e ressignificações polifônicas, quer dizer, elas podem ser compreendidas em seu caráter plural. Dessa forma, as representações podem ter ou alcançar diferentes sentidos, sendo (re) significadas pela sociedade, através de códigos e signos. O antropólogo Clifford Geertz comprehende através de uma reflexão sobre o pensamento de Matisse que:

[...] os meios através dos quais a arte se expressa e o sentimento pela vida que os estimula são inseparáveis. Assim como não podemos considerar a linguagem como uma lista de variações sintáticas, ou o mito como um conjunto de transformações estruturais, tampouco podemos entender objetos estéticos como um mero encadeamento de formas puras. [...] (GEERTZ, 1997, p.148).

Baseados na leitura de Geertz (1989), compreendemos como cultura uma rede de significados e símbolos, que criamos num universo partilhado entre o que é público e o que compõe os costumes e cotidianos de nossas vidas. A cultura é, portanto, um processo sócio-histórico construído de maneiras distintas, variadas e de complexas relações numa dada sociedade, que mudam com o passar dos tempos. Assim, “[...] a humanidade é tão variada em sua essência como em sua expressão” (GEERTZ, 1989, p. 49).

As imagens, apresentadas aqui, apontam para a intersubjetividade e pluralidade das percepções

e manifestações de seus produtores. Desse modo segundo Geertz (1997, p.149): “[...] A compreensão desta realidade, ou seja, de que estudar arte é explorar uma sensibilidade; de que esta sensibilidade é essencialmente uma formação coletiva; e de que as bases de tal formação são tão amplas e tão profundas como a própria vida social. [...]” Nessa perspectiva, ao analisarmos as imagens reproduzidas na revista *Para Todos...* poderemos conhecer também a sensibilidade do autor em relação ao seu contexto, embora sua obra não seja um reflexo da sociedade e da cultura, mas constituinte dela. Segundo Sandra Jatahy Pesavento (2005):

Ora, sensibilidades se exprimem em atos, em ritos, em palavras e imagens, em objetos da vida material, em materialidades do espaço construído. Falam, por sua vez, do real e do não-real, do sabido e do desconhecido, do intuído, do pressentido ou do inventado. Sensibilidades remetem ao mundo do imaginário, da cultura e seu conjunto de significações construído sobre o mundo. Mesmo que tais representações sensíveis se refiram a algo que não tenha existência real ou comprovada, o que se coloca na pauta de análise é a realidade do sentimento, a experiência sensível de viver e enfrentar aquela representação. Sonhos e medos, por exemplo, são realidades enquanto sentimento, mesmo que suas razões ou motivações, no caso, não tenham consistência real.

Dessa forma as atividades artísticas também são expressões intencionais:

[...] A hipótese de fundo é que todo ator histórico e, mais ainda, todo objeto histórico têm um propósito – ou um intento ou, por assim dizer, uma “qualidade intencional”. Nessa acepção, a intencionalidade caracteriza tanto o ator quanto o objeto. A intenção é a peculiaridade que as coisas têm de se inclinar para o futuro.

Portanto, a intenção não é um estado de espírito reconstruído, mas uma relação entre o objeto e suas circunstâncias. [...] (BAXANDALL, 2006, p.81).

Desse modo, os produtores de imagens em suas criações têm intenções. Podemos tomar J. Carlos como exemplo, ele manifestou sua sensibilidade sobre a percepção de seu entorno, como um cronista visual, utilizando o humor de forma intencional para provocar o riso, os recursos utilizados podiam variar, como formas, tamanhos, uso de figuras de linguagens, inversões, entre outros. Elias Thomé Saliba (1998), em *A dimensão cômica da vida privada na República*, aponta para o humor como uma forma própria de perceber e interpretar o mundo. Há para ele uma espécie de “circularidade” entre os elementos utilizados com objetivos humorísticos: “[...] Pelo deslocamento, pela inversão ou pela transposição

a paródia predominou, na representação cômica tanto dos espaços públicos por meio do imaginário privado quanto dos espaços privados por meio do imaginário público. [...]” (SALIBA, 1998, p.307).

Nesse sentido, há uma confluência entre Sevcenko e Saliba sobre a interpenetração entre a vida privada e a vida pública. A primeira estabelece vínculos com a segunda. O privado é levado ao público e o público é levado ao privado. Dessa forma, “[...] a privacidade se constrói com elementos hauridos da fantasia coletiva, o individual é uma concretização peculiar, uma constelação pessoal composta com base no padrão massificado” (SEVCENKO, 1998, p.578).

As artes incorporaram todas essas transformações que aconteciam ao seu redor, e representou isso de diversas formas. Ao mesmo tempo, as artes ajudavam na construção e divulgação de valores e transformações, numa via de mão-dupla. A “linguagem gráfica” também passava por esse processo de mudança, incorporando elementos modernos e populares. Sobral propõe olhar para J. Carlos como um próprio ser moderno, ou seja, que ele fazia parte do contexto de transformação pelo qual o Brasil passava (SOBRAL, 2007, p.30).

As imagens escolhidas para serem analisadas nessa pesquisa têm como ponto de partida essas reflexões acerca de representações, sensibilidade e humor que dissemos há pouco. Para explorar as representações de novos costumes como da mulher fumante e a relação do cigarro nos jogos amorosos, partimos da metodologia proposta por Baxandall (2006) e Artur Freitas (2004) para análise de imagens.

Procuramos problematizar as representações sobre as temáticas veiculadas na revista ilustrada *Para Todos...* já que segundo Michael Baxandall: “[...] Enquanto não soubermos qual foi o problema [...], não poderemos pensar construtivamente sobre sua relação com os recursos culturais de seu tempo.” (BAXANDALL, 2006, p.78).

Baseados na metodologia proposta por Baxandall para a análise de imagens, pensamos sobre as imagens três perspectivas, que formam o “triângulo de reconstituição”: os termos do problema que só podem ser resolvidos mediante as ferramentas disponíveis em seu tempo, com isso queremos dizer que ninguém está a frente de seu tempo e há, portanto, “[...] um conjunto de possibilidades culturalmente determinadas. [...]” (BAXANDALL, 2006, p.69); cultura e os conceitos; e a descrição. Compreendemos, nesse sentido, que “[...] a descri-

ção é uma relação entre o quadro e os conceitos.” (BAXANDALL, 2006, p.44). Aliada a essa noção, escolhemos entre as três abordagens propostas por Artur Freitas (2004) –semântica, formal e social – a abordagem semântica, em que analisamos o conteúdo da imagem e seus possíveis significados.

No primeiro capítulo *Sentindo o mundo: o contexto da modernidade*, acompanhamos o contexto das transformações impulsionadas pela modernidade, bem como alguns de seus indícios: a formação de um público leitor para as revistas ilustradas; os principais aspectos da revista *Para Todos...*; a trajetória do artista J. Carlos além de uma breve introdução sobre o cigarro e os jogos amorosos. A figura da melindrosa fumante, bem como outras representações sobre essa figura, é explorada no segundo capítulo “Quer um cigarro?... E por que não? Sem elle não estará completa a sua elegância”. No terceiro e último capítulo *O cigarro: da sedução das melindrosas para amigo dos almoafadinhas*, analisamos as capas em que os jogos amorosos estão associados à presença do cigarro, como são representados os almoafadinhas e melindrosas e que tipo de papéis eles assumem.

Capítulo 1- Sentindo o mundo: o contexto da modernidade.

Sentir o mundo é uma outra maneira de pensá-lo. As percepções sensoriais não são, apenas, de ordem fisiológica, mas fruto de uma orientação cultural, deixando margem às sensibilidades individuais. [...] (VELLOSO, 2007b).

A virada do século XIX para o século XX foi marcada por transformações em vários cenários: tecnológico, econômico, social, cultural, político entre outros. Essas modificações ajudaram na construção e percepção de um tempo diferente: uma sensibilidade moderna florescia.

Ben Singer (2004) apresenta a questão da modernidade na virada do século XIX nos Estados Unidos, relacionada à cultura de espetáculos populares sensacionalistas, num diálogo com o “hiperestímulo” provocado pelas novidades na vida cotidiana. De acordo com Singer (2004, p.96):

[...] A modernidade implicou um mundo fenomenal – especificamente urbano – que era marcadamente mais rápido, caótico, fragmentado e desorientador do que as fases anteriores da cultura humana. Em meio à turbulência sem precedentes do tráfego, barulho, painéis, sinais de trânsito, multidões que se acotovelavam, vitrines e anúncios da cidade grande,

o indivíduo defrontou-se com uma nova intensidade de estimulação sensorial. A metrópole sujeitou o indivíduo a um bombardeio de impressões, choques e sobressaltos. O ritmo de vida também se tornou mais frenético, acelerado pelas novas formas de transporte rápido, pelos horários permanentes do capitalismo moderno e pela velocidade sempre acelerada da linha de montagem.

Como se vê, para Ben Singer a modernidade é um fenômeno que provocou novas sensações e percepções de tempo e de espaço; assim como novas formas de lidar com esses adventos, que estão relacionadas ao rápido processo de transformação do cenário tecnológico e social.

Desse modo, embora de modo diverso, a experiência da modernidade não se resume à Europa ou aos Estados Unidos, podendo também ser sentida já na segunda metade do século XIX em outros países do mundo. No caso brasileiro das grandes metrópoles, a passagem entre os séculos XIX e XX esteve marcada por esses processos de transformações tecnológicas, sociais e culturais, que “invadiram” o cotidiano da população, sobretudo se tivermos em conta a experiência urbana da cidade do Rio de Janeiro, capital da nova república.

O contexto da modernidade carioca é analisado por Nicolau Sevcenko em seu texto *A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio*. Para ele, a Revolução Científico-Tecnológica trouxe um novo ritmo de vida, que em seu início gerou efeitos desorientadores, estranheza e reorientações da percepção humana, como, uma nova percepção sobre o tempo que parecia mais acelerado, adequando-se aos compassos da modernidade (SEVCENKO, 1998, p. 516-517).

A Revolução Científico-Tecnológica foi um processo gradual que resultou em inúmeras novas tecnologias e avanços científicos, influenciando na modificação do comportamento das pessoas. Essas novas tecnologias se tornaram sinônimo de progresso e modernidade para a população da época, e tiveram um grande impacto na forma que as pessoas lidavam com o seu contexto, acarretando novas percepções de mundo e novo imaginário (SEVCENKO, 1998; FABRIS, 2010, p.89; MARTINS, 2008, p.115; SOBRAL, 2009). J. Carlos foi um dos artistas que viveu e captou esse contexto histórico através de seus desenhos.

Os novos espaços de sociabilidade aparecem em seus traços, como “crônicas visuais” do mundo moderno. No início do século XX o Rio de Janeiro foi cenário dessas novas percepções e representações de tempos:

O Rio de Janeiro presentificava, vivamente, esse espírito do moderno. Polo de atração e irradiação de culturas das diferentes regiões e cidades brasileiras, a cidade possuía uma elite intelectual-artística que mantinha-se em permanente diálogo com as ideias cosmopolitas. Em função desses fatores, a cidade adquire uma configuração social bastante específica. Junto a esse movimento de atualização cultural, que a projetava em direção ao cenário internacional, o Rio também, possuía um corpo de tradições populares extremamente atuantes. Em função desses fatores, a vida cultural da cidade conseguia estabelecer elos de ligação, mesmo que em bases precárias, com o conjunto da população. Havia, portanto, um espaço de convívio em que circulavam elementos de diferentes origens culturais. (VELLOSO, 2007a).

O Rio de Janeiro, então capital da República, condensava os aspectos de uma “metrópole-módelo”, referência para outras cidades que também almejavam viver os adventos promovidos pela modernidade, de acordo com Sevcenko (1998, p.522):

[...] o Rio de Janeiro, sede do governo, centro cultural, maior porto, maior cidade e cartão de visita do país, atraindo tanto estrangeiros quanto nacionais. O desenvolvimento dos novos meios de comunicação, telegrafia sem fio, telefone, os meios de transporte movidos a derivados de petróleo, a aviação, a imprensa ilustrada, a indústria fonográfica, o rádio e o cinema intensificarão esse papel da capital da República, tornando-a no eixo de irradiação e caixa de ressonância das grandes transformações em marcha pelo mundo, assim como no palco de sua visibilidade e atuação no território brasileiro. O Rio passa a ditar não só as novas modas e comportamentos, mas acima de tudo os sistemas de valores, o modo de vida, a sensibilidade, o estado de espírito e as disposições pulsionais que articulam a modernidade como uma experiência existencial e íntima. É nesse momento e graças a essa atuação que o Rio se torna, como o formulou Gilberto Freyre, numa cidade “panbrasileira”.

Sobral converge com Sevcenko neste mesmo ponto sobre o “processo modernizador”, que estaria associado aos novos meios de comunicação e de transportes que passaram a produzir novas linguagens, novas sociabilidades e novas formas de relacionamento e percepção do mundo. Um novo personagem surge nesse contexto, o *flâneur*, que seria o observador dos movimentos da rua, seria ele um “cronista da modernidade”, que poderia ser feita através de várias linguagens, como a escrita, o desenho e a música³.

3 Cláudia Oliveira é uma das pesquisadoras que traz os aspectos da modernidade apreendidos pelo olhar *flâneur* dos cronistas e fotógrafos cariocas das revistas ilustradas Fon-Fon!, Selecta e Para Todos..., apontando para como esses semanários representavam as novidades trazidas pelo processador modernizador da cidade do Rio de Janeiro.

Diferentes personagens observavam e eram observados; um deles foi o artista gráfico J. Carlos que adotara a atitude *flâneur* em seu cotidiano, no transporte público, onde podia observar tanto o universo do interior do bonde como a vista que o trajeto lhe proporcionava: “[...] amava esta contingência e cansou-se de dizer que o seu laboratório era o bonde. [...]” (LOREDANO, 2002, p.22) produzindo inúmeras representações sobre os personagens e cenários que observava.

Mas para além da atitude *flâneur*, a historiadora Cláudia Oliveira nos atenta para a influência baudelaíriana na revista ilustrada *Para Todos...*, afirmando que J. Carlos faz parte da segunda geração simbolista, uma continuidade dos simbolistas que:

[...] buscou construir uma arte e uma literatura que, por meio da utilização de novas palavras e práticas artísticas e culturais, pudesse expressar uma sensibilidade evocadora da relação entre o homem urbano e o cotidiano que aflorava no Rio de Janeiro com a modernização da cidade. [...] (OLIVEIRA, 2004, p.318).

Através dessa nova forma de sensibilidade e de percepção sobre esse novo contexto do moderno que estava em processo de construção, J. Carlos fez inúmeras representações sobre esse cenário carioca, e sobre os personagens que circulavam por entre as ruas, os bondes, as praias. Melindrosas, almofadinhas, malandros, figuras comuns no cotidiano carioca da década de 1920, são recorrentes em seus desenhos.

Os trabalhos de J. Carlos apreendem essa nova percepção do mundo, novos valores e novas formas de comportamento que a “modernidade” trazia. Representações desse novo *modus vivendis* são encontradas nas capas feitas por esse artista, seus desenhos são conhecidos pelos traços limpos e elegantes, de acordo com Loredano:

[...] Chegavam-nos ecos daquela efervescência cultural, do expressionismo, do cinema, da música negra americana; havia cada vez maior velocidade no trânsito de informações e ideias, na transformação de moda, usos e comportamentos. J. Carlos, nessa época diretor artístico da empresa O Malho, é autor, sobretudo através de suas capas de *Para todos...*, de um belíssimo painel de como os salões cariocas reagiam ao que esses ventos do norte nos sopravam. Tudo isso fazia um contraste escandaloso com o mofo da República Velha. (LOREDANO, 2002, p.75-76).

Foi através das revistas ilustradas, que J. Carlos tornou seus traços conhecidos nacionalmente. As revistas ilustradas eram tanto produtos como símbolos da modernidade, apontando para as transformações que aconteciam nesse contexto, nos diferentes âmbitos de sociabilidade. Ao mesmo tempo em que divulgavam novidades promovidas pelo advento da modernidade, elas também geravam reflexões sobre esses e outros processos².

1.1 - As revistas ilustradas

As revistas ilustradas foram um dos meios de comunicação que possibilitaram a abertura para representações sobre o contexto da modernidade, sendo um importante veículo de difusão cultural na sociedade desse período.

Elas entravam em sincronia com o tempo individual do novo ritmo de vida poupano tempo: “[...] Ler revistas significava, então, gastar menos tempo e obter mais informações. As revistas eram destacadas como um dos grandes atrativos da modernidade [...]” (VELLOSO, 2004, p.226). Segundo Martins, as revistas foram adotadas no cotidiano dos brasileiros como:

[...] objeto imprescindível daquele cotidiano [virada do século XIX para o XX], fosse para homens de negócios ou mães de família, crianças em idade escolar, moçoilas românticas e/ ou em busca do último figurino – moças revisteiras – na classificação de Monteiro Lobato (MARTINS, grifo da autora, p.97).

Sevcenko vê nas revistas mundanas uma “[...] fonte de assimilação dos mandamentos sempre fugazes do gosto [...]” (SEVCENKO, 1998, p.539). Deste modo, tais periódicos abordavam temas do cotidiano, como por exemplo: a vida nas ruas, nos lares, os lazeres, os trabalhos entre outros. E, foi nesse período que se popularizou a identidade carioca dos “tipos”, e as melindrosas desenhadas por J. Carlos, “[...] uma galeria de tipos que às vezes se encontram nas grandes cenas de rua, no bonde, nas intermináveis filas, nas eleições, no carnaval, compondo a cena carioca.” (LUSTOSA, 2006, p.163).

4 A imprensa ilustrada foi abordada por Ana Luiza Martins em seu livro “Revistas em Revista”, em que autora trata sobre as primeiras publicações feitas no Brasil ou para o Brasil entre o período iniciado pela proclamação da República em 1890 até 1922, ano marcado por várias transformações no cenário nacional, e ano de publicação da revista Klaxon; retrocedendo e avançando em seu recorte temporal, sempre que necessário. Martins analisa as principais características e estratégias adotadas pelos mais variados periódicos brasileiros, da produção à circulação, a historicidade, a transformação de alguns jornais em revistas, entre outros assuntos, a fim de suprir as lacunas existentes na historiografia sobre a imprensa ilustrada.

As revistas ilustradas tinham grande apelo junto ao público, eram tidas como um veículo de comunicação que incorporava os aspectos da modernidade. Elas estavam presentes no cotidiano de diferentes formas: “Fragmentadas e sintéticas, as revistas ilustradas, sem dúvida, ocuparam um lugar estratégico, tornando-se um dos principais veículos para a assimilação do novo espaço/tempo criado pelo processo modernizador [...]” (SOBRAL, 2007, p.31). Segundo Julieta Sobral, os anos 1920 foram marcados pela grande circulação de revistas ilustradas, as quais ganhavam cada vez mais espaço no cotidiano da população, trazendo em suas impressões as novidades, e as novas formas de apreensão do tempo e do espaço.

De acordo com Velloso (2007a): “[...] No início do século XX, a imprensa configura-se como esfera de socialização de ideias e de valores, favorecendo o surgimento da opinião pública”. Esses periódicos criaram junto ao público, uma partilha de valores e de posturas, havendo um “código socialmente estabelecido” pela “cumplicidade” entre a revista *Para Todos...*, seus leitores e as capas produzidas por J. Carlos (SOBRAL, 2007, p.22).

Martins nos aponta para como a imprensa se voltou para atender demandas de mercado, do público, para obter mais lucro:

Insista-se que na virada do século, quando o jornalismo transformou-se em grande empresa, as publicações periódicas foram criadas para ser vendidas e gerar lucros. Nesse propósito, veiculavam o que era rentável no momento, procurando “surprender a lacuna” do mercado e atender a expectativas e interesses de grupos segmentando o público, conformando-os as modelos em voga; e, na maioria das vezes, a sensação da reprodução do sistema. Em outras palavras, desde então, as revistas em geral matizavam a realidade, veiculando imagens conciliadoras de diferenças, atenuando contradições, destilando padrões de comportamento, conformando o público leitor às demandas convenientes à maior circulação e ao consumo daquele impresso. Ou seja, expressavam o comprometimento apriorístico com aquilo que o leitor queria ler e “ouvir”. (MARTINS, 2008, p.21-22).

Segundo Loredano (2002, p.28): “O mercado era grande e crescia vertiginosamente. A agilidade dos processos de impressão aumentava de par com a demanda do público por publicações ilustradas.

[...]”³. Uma cultura das imagens se popularizava:

Crescia a demanda, multiplicavam-se os periódicos em circulação. As imagens invadiam o espaço urbano seduzindo o olhar. Graças a elas, os impressos rompiam barreiras de classe, promovendo uma democratização da cultura visual, estimulando o hábito de leitura e o interesse das classes menos favorecidas pela alfabetização. (SOBRAL, 2007, p.30).

Com o barateamento do processo gráfico, essas publicações também diminuíram seu preço de venda, popularizando as imagens, que difundiam as novas concepções, como o da própria “modernidade”.

Veloso (2004) nos traz questões sobre apropriações e representações sobre o moderno feitas por revistas ilustradas e revistas literárias, percebendo a sensibilidade que permeia os modos de leitura sobre essas publicações no contexto em que foram produzidas:

[...] As revistas semanais ilustradas, destinadas ao grande público, preferencialmente operacionalizavam a ideia do moderno na vida cotidiana, buscando familiarizar os leitores com as novas coordenadas espaço-temporais. É o caso das revistas *O Malho*, *Fon-Fon* e *Para Todos*, publicações essas que tiveram longa vida editorial ou ampla, receptividade junto ao público. (VELLOSO, 2004, p.226).

Foi através das revistas ilustradas que J. Carlos se projetou quanto artista, a seguir podemos acompanhar um pouco de sua trajetória e a sua ligação com a revista semanal ilustrada *Para Todos*...

1.2 - J. Carlos é Para Todos...

José Carlos de Brito e Cunha, mais conhecido como J. Carlos nasceu no Rio de Janeiro em 18 de junho de 1884, e faleceu em 2 de outubro de 1950, aos sessenta e seis anos nesta mesma cidade. Este artista passou sua vida inteira desenhando, e daí tirou seu sustento e de sua família:

[...] J. Carlos [...] foi sempre o homem sóbrio e sisudo. Pai de família exemplar, de uma pontualidade incomum para os padrões brasileiros, inaugurou um novo estilo de profissional de imprensa no Brasil. Viu exclusivamente de seu trabalho como caricaturista e ilustrador. [...] foi de uma dedicação única ao trabalho. [...] (LUSTOSA, 2006, p. 159).

Seus desenhos possuem irreverência, um humor sutil e gracioso. Através do traço artístico, J. Carlos representa a realidade e o onírico numa forma de manifestação do sensível: “Sentir o mundo é uma outra maneira de pensá-lo, transformando o sensível em inteligível” (VELLOSO, 2007a).

O “cronista do traço” representou várias transformações locais, nacionais e internacionais. De acordo com Cássio Loredano (2002, p.14):

[...] a carreira de J. Carlos é a feliz coincidência de uma idade em que a crônica visual tinha que ser feita à mão, com um artista que dispunha de talento, facilidade e tenacidade em doses pouco encontradiças. Tudo isso combinado à longevidade artística que lhe possibilitou a confecção de um gigantesco painel que cobre a República Velha e o Estado Novo, duas guerras mundiais, o entre-guerras, a guerra espanhola e, depois, o início da guerra fria, tudo o que aconteceu em meio século com a planta do Rio de Janeiro, a substituição da regata pelo futebol na paixão nacional, as transformações das modas no vestuário e no mobiliário, nos costumes, e o advento dos edifícios, do automóvel, da cozinha a gás, do cinema e da televisão etc. [...]

O ilustrador através de uma sensibilidade moderna traz em seus desenhos aspectos relativos ao contexto em que vivia: “[...] Se J. Carlos refletia o comportamento e os anseios de seus leitores, ele era ao mesmo tempo um influenciador e um inventor ou, no mínimo, popularizador de opiniões e de modas. [...]” (LOREDANO, 2002, p.54).

Foi na revista *Tagarela* em 1902, que J. Carlos publicou seu primeiro trabalho. Ao longo de sua trajetória exerceu sua veia artística como desenhista, publicitário, diagramador, cronista, letrista e designer. Trabalhou em diversas revistas, como *Careta*, *O Malho*, *Fon-Fon*, e *Para Todos*..., objeto de nosso estudo.

Julieta Sobral vê em J. Carlos um “designer moderno”, que ao longo de sua trajetória aprimorou o seu traço com as “práticas nas redações”. Segundo Loredano (2002, p. 32) sua prática na redação e no café possibilitou o convívio com vários intelectuais e artistas. Já na primeira década dos novecentos fazia sucesso em todo território nacional, participando de diversas revistas:

Entre 1904 e 1907, seu traço virou coqueluche nas redações. Estava no *Malho*, no Século XX, em *Leitura para todos*, nos almanaque do *Malho* e do *Tico-Tico*

5 Um dos processos que permitiu uma maior liberdade para o artista gráfico foi à chegada da zincogravura, novidade técnica que possibilitava que as impressões das ilustrações fossem iguais a da matriz (sem o negativo-positivo de outras técnicas), importante para a economia dos impressos, já que melhorava a qualidade gráfica das propagandas. (LOREDANO, 2002, p.29-30). J. Carlos utilizava essa técnica na impressão de seus desenhos na revista *Para Todos*....

e, por último, no Fon-fon. Em 1908, Jorge Schmidt, jornalista e empresário, dono da editora Kosmos e que também vinha do Fon-fon, abriu a Careta, destinada a fazer concorrência a *O Malho* como revista ilustrada de circulação nacional. [...] (LOREDANO, 2002, p.41).

J. Carlos, que já havia consolidado sua carreira como artista exclusivo na revista *Careta* – tanto pelo público como por colegas de profissão –, foi convidado por Pimenta de Mello, em 1922, para a direção artística de *O Malho S. A*, como uma forma de prestigiar suas revistas e aumentar seu público: “[...] J. Carlos era ídolo no país inteiro [...]” (LOREDANO, 2002, p.13). Permaneceu dez anos no grupo de Pimenta de Mello, para depois sair e trabalhar em um escritório próprio (LOREDANO, 2002, p.65).

Essa empresa do Rio de Janeiro, comprada por Mello em 1918, publicava várias revistas ilustradas, entre elas: o próprio *O Malho*, *Ilustração Brasileira*, *Para Todos...*, *Leitura Para Todos* e a *Tico-Tico* (LOREDANO, 2002; LUSTOSA, 2006, SOBRAL; 2007).

A revista *Para Todos...* foi criada em 1918, com formato de 23 x 32 cm, custava 1\$000 (mil réis), estava voltada para o cinema e seus artistas, visando o público feminino da classe média e alta.

Em 1926 *Para Todos...* passou por uma “guinada editorial”, graças a criação da revista *Cinearte*, seu foco então passa a ser a vida “mundana”, abordando sobre o cotidiano, música, teatro, moda, novos hábitos, cinema e seus artistas, entre outros assuntos. Isso possibilitou uma maior liberdade gráfica para J. Carlos, assim como uma maior autonomia: o cotidiano carioca passa a ter cada vez mais espaço⁶.

Segundo Julieta Sobral, mesmo depois dessa mudança: “[...] permaneceu o vínculo com o público feminino de classe média e alta. De nível cultural mais homogêneo, tal público exigia menos didatismo [do que *O Malho*] e permitia maior ousadia gráfica. [...]” (SOBRAL, 2005, p.145). Como diretor artístico J. Carlos teve na revista *Para Todos...* a maior liberdade gráfica já que não precisava se voltar a assuntos políticos como em *O Malho*, (LUSTOSA, 2006; SOBRAL, 2007).

No período estudado podemos encontrar em *Para Todos...* algumas seções fixas (as vezes com pe-

quenas modificações): *De theatro* parte em que apreciam as peças encenadas no momento, fotos de atores, comentários e críticas sobre as peças teatrais; *De música*, quando não algum texto sobre música e compositores, havia partituras; *De elegância* seção de moda, com alguns croquis e matérias sobre as roupas da estação que seriam referência no período; *De cinema* com matérias sobre filmes nacionais e internacionais, fotos dos atores; fotografias das senhoras e moças elegantes em *Depois da missa*; *De mundanismo* traz fatos e fotos sobre casamentos, nascimentos e batismos; O editorial é o espaço reservado a contos, poesia muitas vezes com ilustrações de J. Carlos; Propagandas ocupam boa parte da revista, de anúncios simples aos mais elaboradas graficamente.

A primeira capa com desenho de J. Carlos na revista *Para Todos...* data de 1923. O artista fez regularmente as capas desse semanário desde março de 1926 até 1931, salvo algumas participações especiais, como, de Guevara, Rodriguez, Belmonte entre outros.

J. Carlos ilustrou mais de duzentas capas da *Para Todos...* além de elaborar ilustrações, caricaturas, propagandas e os mais variados desenhos no miolo da revista. De acordo com Julieta Sobral (2005, p.144):

As capas não eram vinculadas a acontecimentos específicos, o que permitiu a J. Carlos otimizar o uso do parque gráfico, rodando quatro capas por vez – em três (às vezes quatro) cores, impressas em áreas chapaadas ou reticuladas uniformemente. [...].

As capas feitas por ele para a *Para Todos...* abordam diferentes temáticas, tais como: mitologia; carnaval; natal; moda; odaliscas; cigarros; dança; praia; uso de entorpecentes; comunicação; entretenimento; relações amorosas; cinema; automóveis; podendo apresentar em uma mesma capa uma ou mais características ao mesmo tempo.

Os autores Lustosa, Sobral e Cardoso convergem quanto à compreensão de que os desenhos de J. Carlos, nos diferentes trabalhos e projetos gráficos ao qual produziu, possuem características tanto do *art nouveau* quanto do *art déco*⁷:

[...] Trabalhando justamente na fase em que o *art nouveau* declinava e emergia o *art deco* pode-se dizer que ele soube incorporar ao seu trabalho o

6 Sobre as mudanças gráficas na revista *Para Todos...* feitas por J. Carlos ver: SOBRAL, Julieta. O desenhista invisível. Rio de Janeiro: Folha Seca, 2009.

7 O *art déco* foi usado amplamente: “Com a indústria produzindo cada vez mais, foi no período entre-guerras que se descobriu e teorizou o consumo de massa. [...]” (SOBRAL, 2007, p.17). Esse estilo de arte inicialmente foi utilizado em objetos “transitórios”, depois foi incorporado ao design e a arquitetura. O “Modernismo” como legislador e legitimador do que faria parte de uma arte moderna e da história, colocou o *art déco* como uma arte menor, segundo Sobral (2007, p.19): “[...] O *Art Déco* preenchia o imaginário popular e vice-versa, numa modernidade cosmopolita e assumidamente frívola. Uma visão da vida moderna bem distante da austeridade racional e ascética dos movimentos modernistas”.

melhor dessas duas tendências que tanta influência tiveram no Brasil. E se há muito de enfeites exuberantes na linha do *art nouveau* em suas ilustrações, o tratamento geométrico que dá a esses enfeites é mais típico da *art deco*. [...] (LUSTOSA, 2006, p.164)

No Brasil, o aparecimento do *Art Nouveau* como estilo gráfico corresponde a um momento de renovação e redimensionamento do mercado editorial nacional, simbolizado pelo surgimento de revistas como a *Kosmos*, *O Malho*, a *Careta*, a nova *Ilustração Brasileira*, *Para Todos* e o infantil *Tico-Tico* [...] A figura do ilustrador J. Carlos paira imponentemente sobre o design de periódicos dessa época, realizando inclusive sem nenhuma ruptura aparente a transição para o estilo *Art Déco* [...] (CARDOSO, 2008, p.102)⁸.

Usando linhas orgânicas e geométricas, fazendo a transição entre esses dois estilos, o *art nouveau* e o *art déco*, J. Carlos representou em seus traços aspectos da vida mundana moderna, tema de muitas de suas capas em *Para Todos*...

1.3 - Do cigarro aos jogos amorosos

Um elemento moderno presente nas ilustrações feitas por J. Carlos para as capas da revista *Para Todos*... é o cigarro industrializado, uma das manifestações e expressões da modernidade. Segundo Sevcenko, seria um novo hábito moderno individual, fumar cigarros industrializados – ao contrário do cigarro de palha ou de corda que era associado ao mundo rural – simbolizava a urbanidade e os avanços da indústria.

Velloso (2008) vê no corpo uma nova forma de expressão do sensível no período da modernidade, assim, a gestualidade dos fumantes traduzia as questões relativas ao movimento e sensualidade. Quando associado à mulher:

A identificação do cigarro com a mulher jovem e ousada, além de dotar o novo hábito de uma forte carga erótica, integrava a gesticulação, que acompanhava o ato de fumar à linguagem corporal da sedução. (SEVCENKO, 1998, p.529)

Fumar era um gesto elegante, e quando associado à mulher potencializava o ato transformando-a numa mulher sensual e “ousada”. Fumar era moda: [...] Somente após a Primeira Guerra, sobretudo pela via do cinema, eles se tornariam os símbolos

dos clássicos do modo de vida americano.” (SEVCENKO, 1998, p.529-530).

Ao final da 1º Guerra Mundial os Estados Unidos apontaram como a grande potência mundial, atingindo as diversas áreas, como a política, economia e a cultura. Sua influência cultural teve como um de seus maiores divulgadores o cinema: “[...] Agora a influência da cultura americana se tornaria ainda maior, apoiada num veículo de crescente penetração social [...]” (CUNHA, 2009, p.2).

Como se viu, a revista *Para Todos*... que incialmente havia sido feita para os assuntos referentes a esfera do cinema, manteve vínculos com o mundo relativo as películas cinematográficas, mesmo depois da guinada editorial em 1926. De acordo com Fabris (2010) o cinema representava os avanços da modernidade:

Rival do automóvel e do outros meios de locomoção na elaboração de uma percepção modificada pela velocidade e pela simultaneidade (Süsskind, 1987: 50-51), herdeiro da fotografia, filho da eletricidade, intimamente aparentado com o jornal na junção de realidades distantes entre si, subvertendo a noção corrente de tempo e de espaço, o cinema apresenta-se como uma súmula de outras invenções, capaz de sobrepujar as demais formas de comunicação de massa quando se trata de forjar novos comportamentos [...]. (FABRIS, 2010, p.90-91).

O cinema hollywoodiano influenciou costumes e comportamentos, ele estava presente nas projeções das salas escuras, nas propagandas, e nas próprias revistas ilustradas, como é o caso de *Para Todos*.... Segundo Maria Inez Pinto:

A influência do cinema hollywoodiano no Brasil, decisiva para a construção de uma cultura cosmopolita de fachada, enveredou-se por vários caminhos: substitui a coroa dos reis pela auréola efêmera das estrelas da terra, construindo um mundo idealizado e romântico, onde a moda e os costumes passaram a ser apreendidos não mais na tradição familiar ou no contato com os meios tradicionais de educação (escola, igreja, catecismo, etc.), mas ante através de uma grande tela, que figurava um mundo novo a ser imitado e reinventado [...] (PINTO, 1998, p.69).

Fotografias de atores e atrizes fumando eram comuns na *Para Todos*... A seguir (Fig.1), temos como capa da revista ilustrada a atriz Ruth Roland.

⁸ Rafael Cardoso em seu texto *O império dos estilos* nos aponta para as aproximações e diferenças do *art nouveau* e *art déco*, entre outros aspectos: “[...] existem diferenças importantes que separam o impacto histórico dos dois estilos. Em retrospecto, o *Art Nouveau* permanece associado ao luxo e à prosperidade da chamada *Belle Époque* que antecedeu a Primeira Guerra Mundial, enquanto o *Art Déco* está ligado intimamente ao surgimento de um espírito assumidamente modernista nas décadas de 1920 e 1930. [...]” (CARDOSO, 2008, p. 97-98).



Figura 1
Artista desconhecido, Ruth Roland, *Para Todos...*, nº183,
17 de junho de 1922.

Nessa capa de 1922 (Fig. I) Ruth Roland aparece vestida com trajes ciganos: chapéu enfeitado, por baixo do chapéu um lenço estampado, lenço e chapéu deixam uma sombra na altura de seus olhos, o que promove um ar de mistério ao seu olhar; camisa branca, de decote profundo e colete verde adornado por arabescos e “moedas” douradas. Seus olhos são bem delineados através do uso do lápis preto, sua boca pequena é vermelha. Em sua mão, um pouco grosseira – devido ao tratamento utilizado pelo artista que retocou a imagem – segura um cigarro aceso, soltando uma fumaça que se expande, principalmente perto de seu chapéu. Todos esses elementos, roupas de cigano, sombra e olhos marcados, o cigarro e sua fumaça conferem a ela um ar de mistério. De acordo com Richar Klein (1997) a personagem ciganã criada por Prosper Merimée seria “[...] a primeira figura na literatura a ser identificada com cigarros” (KLEIN, 1997, p.24), além disso, “[...] Na primeira vez que Carmem aparece, dotada de uma beleza sinistramente fabulosa, também é a primeira vez na literatura que uma mulher é representada aceitando um cigarro e fumando [...]” (KLEIN, 1997, p. 40). Tal afirmativa leva Klein a associar Carmem e o uso do ci-

garro à criação de uma áurea e ideal de cigarro como algo belo. De maneira similar, a atriz apresentada aqui é vista como bela, além de sedutora e misteriosa, duas características que podem ser encontradas em representações em que o cigarro está presente, sendo objeto ou personagem.

O uso do cigarro no cinema é destacado por Klein (1997, p.27):

[...] O cigarro na cena serve como subtexto, uma legenda de filme mudo ou sonoro, às vezes acompanhando, outras contradizendo ou desviando as premissas explícitas da ação ou o significado visível dos signos. Sua aparição no filme pode ser até mesmo mais complexa, se supuermos que o cigarro não é meramente um acessório, mas um personagem em cena, e não meramente um personagem, mas, às vezes, o ator principal.

A imagem da atriz com o cigarro (Fig. I) promove o cigarro para além de um acessório que ajuda na construção da percepção do personagem, ele também faz parte da construção de toda uma atmosfera em que ele também chama a atenção percorrendo pelo menos um quadrante da capa.

Esta é apenas uma das imagens em que atrizes ou atores são vistos fumando nas páginas da revista ilustrada *Para Todos....* A propaganda era utilizada como outro artifício que fazia o cigarro estivesse sempre presente na revista, além das imagens criadas por J. Carlos e artistas. Observando a Figura 2, podemos ver que elas enfatizavam o aspecto do cigarro como algo de bom gosto, “bom companheiro” como no caso do *Trocadero*; social encontrado no *Club Português* pelo próprio nome *Club* que indica alguma relação social, dessa vez entorno do cigarro e exótico por conter uma mistura oriental. O exótico pode ser encontrado no nome do cigarro *Castellões Ovaes*. Sobre ser visto por seu aspecto social o mesmo pode ser dito do cigarro *Jockey Club* e *Royal Club*, em que ambos os nomes destacam relações sociais de prestígio, já que não era qualquer um que poderia participar de um clube que estivesse relacionado ao alto poder aquisitivo. Os cigarros da marca *Club Português* e *Royal Club* investem sua propaganda mostrando um maço de seus cigarros em uma carteira aberta, mostrando quantidade e “qualidade” do seu produto. Já os cigarros das marcas *Trocadero* e *Castellões Ovaes* mostram suas carteiras de cigarros fechadas, deixando o rótulo do produto à vista. Ao mesmo tempo, esses dois e a marca *Royal Club* utilizam um cigarro aceso (índice da fumaça que sai da ponta do cigarro) para chamar atenção para seu produto. O único que difere de todos esses artifícios de propaganda em mostrar a mercadoria é a marca de cigarro *Jockey Club*, em

que a palavra cigarro é usada em caixa alta para chamar atenção para o que consiste o produto, o nome da marca aparece com letras em itálico vermelhas, numa linha diagonal ascendente. O ponto em comum entre todas essas imagens é o uso da diagonal seja ela ascendente ou descendente.

Como se vê, as propagandas de cigarro não costumavam serem muito elaboradas, elas também costumavam ocupar de 1/4 a 1/6 da página da revista ilustrada. Mas, muito da propaganda do cigarro não era feita de forma direta pela publicidade, mas sim através de artistas fumando – mesmo que não necessariamente falassem qual era sua marca preferida –, e também pelas inúmeras representações

criadas por artistas gráficos, entre eles J. Carlos na *Para Todos...* e em *O Malho*.

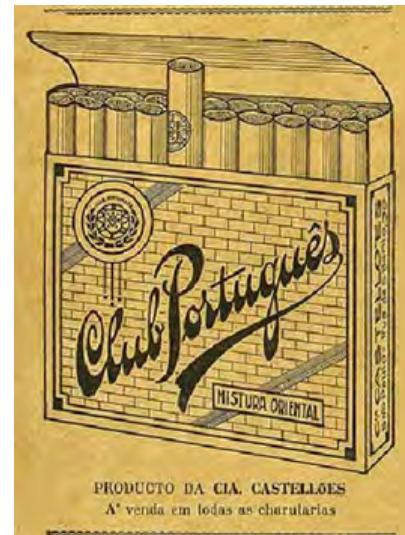
Aliadas ao cigarro e a sua fumaça que eram constantemente representadas de forma a inebriar o espectador, outro fator entra em cena, a vez da troca de olhares, da sedução que estava em todo o gestual, que poderia ou não ser acompanhado pelo cigarro.

O uso do cigarro de acordo com Richard Klein (1997) se deve a vários fatores que podem estar conjugados ou não: a novidade, consolo, prazer, hábito, ritual, gesto, vício, fascínio, sedução, passa tempo, ao charme que ele confere (não necessariamente em alguma ordem).

Figura 2



nº419, 25 de dezembro de 1926, p.20.



nº468, 03 de dezembro de 1927, p.58.



nº420, 01 de janeiro de 1927, p.54.



nº576, 28 de dezembro de 1929, p.90.



nº445, 25 de junho de 1927, p.51.

Mas não é só o cigarro, o cinema, a propaganda e outras criações artísticas que estão presentes nesse novo cenário. No contexto da modernidade entram em cena novas formas de sociabilidade afetiva, os jogos amorosos são marcados pelo *flirt* e olhar *voyeur*.

Essa nova forma de comportamento pôde florescer com a vida urbana, cada vez mais efervescente promovida pelas novidades das ruas e calçadas largas, passeios e parques públicos, dos novos espaços de sociabilidade como o próprio cinema.

Uma sensibilidade moderna é apreendida pela troca de olhares e de toques entre estranhos, Cláudia Oliveira afirma que há “[...] Uma exacerbação dos prazeres mundanos em meio a uma atmosfera de expansão das possibilidades de experiências subjetivas, de uma certa quebra de barreiras morais.” (OLIVEIRA, 2004, p. 325).

A “quebra de barreiras morais” de acordo com Oliveira desenvolve-se com o crescimento da presença feminina no novo cenário urbano. As mulheres se tornam “alvo” dos olhares masculinos que passam cada vez mais desejá-las e fantasiá-las. Oliveira nos aponta para a construção por meio dessas representações de uma “erótica do cotidiano urbano moderno” (OLIVEIRA, 2004b, p.87).

Segundo essa mesma autora a proximidade entre o ser desejado, a mulher com aquele que a deseja, o homem, possibilitou novos olhares sobre a temática dos jogos amorosos:

[...] O prazer do desfile ostentatório nas áreas renovadas da cidade tornara-se um dos pontos altos da vida urbana moderna carioca. Nessas promenades parecia emergir um certo olhar *voyeur*, novo, constante e silencioso [...] que enfatiza esse prazer *voyeur* de mulheres e homens que parecem estar absolutamente confortáveis com a exposição fotográfica. Olhares se cruzam velozmente e estão preenchidos por uma sugestão de imagens de outros corpos, que, em movimento, ocupam toda a imagem e fluem pelo espaço. Um olhar símbolo do fetiche, do exibicionismo e do *voyeurismo*. (OLIVEIRA, 2004, p.324).

Ainda de acordo com a mesma autora, há um jogo de sedução entre as mulheres que se deixam e querem ser observadas pelos homens. Assim como os homens elas podiam exercer seu lado *voyeurístico*:

O que vai se apresentando nestes conjuntos de imagens são *flâneuses* que, como os homens, aproveitam o *frisson* do momento e a sua nova conduta em público e desfrutam o prazer da rua. É uma narrativa na qual a fantasia do encontro erótico não é exclusivamente masculina e não estava acessível somente às mulheres de “reputação questionável”. É uma narrativa que apresenta a construção de uma eroti-

zação do cotidiano, própria ao seu tempo. Nesta, as mulheres, assim como os homens, desfrutavam do prazer de estarem nas ruas e de participarem de sua cultura *voyeur*. (OLIVEIRA, 2004b, p.95)

Partindo da metodologia proposta por Baxandall (2006) e Freitas (2004), compreendemos que as questões levantadas ao longo dessas páginas são importantes para a compreensão dos capítulos a seguir, que abordam sobre as representações de dois dos novos costumes promovidos pela modernidade: o uso do cigarro pelas mulheres e a relação deste nos jogos amorosos.

Capítulo 2- “Quer um cigarro?... E por que não? Sem elle não estará completa a sua elegância”.

[...] Estamos então diante de um objeto “deslocado” do seu mundo/ tempo e sobre o qual se acumulam discursos de diferentes contextos/ tempos, cada observador construindo a descrição segundo as formas de contemplação, bagagem cultural ou as formas de apropriação da sociedade em que se insere. [...] (SALGUEIRO, 2005, p.10).

A figura feminina é uma constante nas capas da *Para Todos...*, para além das ilustrações feitas por J. Carlos a presença feminina se torna mais frequente nos espaços públicos não se restringindo ao espaço privado. As mulheres no contexto da modernidade adotam posturas que anteriormente eram tidas como masculinas como, a circulação pelos espaços públicos, o *flirt* entre outros. De acordo com Cláudia Oliveira (2008, p.204):

[...] com o desenrolar da modernidade, as definições de gênero, de espaço e de controle (mulher = casa e homem = rua) transformaram-se progressivamente. O espaço público, anteriormente submetido à autoridade passou a ser compartido com o elemento feminino, já que, na modernidade, as mulheres se tornaram elementos integrantes do universo urbano, participando ativamente da economia urbana como sujeitos da modernidade.

Cláudia Oliveira em A “Vênus moderna” aborda como as mulheres e a sexualidade, foram representadas nas revistas ilustradas cariocas. Sobre o contexto do Rio de Janeiro desse período, em relação à associação entre a cidade e a mulher moderna, a historiadora comprehende que:

O Rio de Janeiro enquanto cidade-capital modernizada torna-se espaço que possibilita a emergência de uma nova mulher. Assim, as reflexões em torno de uma imagem sobre a “cidade capital elegante”, unida à idéia de mulher moderna e sedutora, apon-

tavam para um conjunto de idéias em torno do feminino que promoviam uma imagem da cidade como uma “bela mulher”. Ambas eram fruto da beleza da civilização moderna. Esta imagem “cidade-mulher” se apoiava em um discurso que tinha suas raízes em uma percepção *fin-de-siècle* sobre o feminino e sobre a cidade na qual ambas simbolizavam objetos que despertavam sentidos. Cidade e mulher nas revistas ilustradas eram objetos sexualizados e adornados, as estrelas que brilhavam com a modernidade e, como tais, eram parte de uma mesma *mise-en-scène*, pois conjugavam uma idéia de feminilidade inerentemente teatral: o auto adornamento feminino e o décor. Havia uma graça feminina que parecia ser construída para o olhar do cronista, do fotógrafo e para a admiração do público masculino. A imagem da mulher desejável se justapunha à imagem da cidade adornada, e ambas evocavam sentidos sexualizados. (OLIVEIRA, 2004, p.86).

J. Carlos que então fazia parte desse contexto, também problematizou sobre essa temática, apontando para novos hábitos, percepções, sensações e experiências, promovidas pelo advento da modernidade.

Como diretor artístico, o artista gráfico em questão tinha que resolver alguns problemas gerais de todas as publicações e específicos da *Para Todos...*. Entre eles: fazer as capas das revistas; criar um projeto gráfico para cada uma delas; atingir o público alvo do periódico. Cada um deles poderia se desdobrar em outros, como, o de chamar atenção do público leitor através das capas para que estes se interessassem e comprassem as revistas. Entretanto, acreditamos que os problemas para a elaboração das capas não se restringissem a esses itens, por exemplo, a preocupação formal e estética deveria fazer parte do cotidiano de J. Carlos, assim como tantos outros não levantados aqui.

Como já vimos no capítulo anterior, o público da revista era o feminino de classe média e alta (ainda que outros públicos pudesse comprá-la) (SOBRAL, 2005), o artista deveria então atender a demanda de seu público leitor, que segundo a própria propaganda da *Para Todos...* nº 1267, de 25 de dezembro de 1926, p.54: “*Para Todos...* Semanário ilustrado, o mais querido na alta sociedade brasileira. As suas secções mundanas, a de teatro, musica, e cinema fornecem aos seus leitores todos os sabbados, uma bela e completa reportagem.”

As capas deveriam despertar o interesse e desejo dessas leitoras, para que elas mantivessem vínculo com esses periódicos através da sua compra e leitura, mas também deviam satisfazer o aspecto artístico para J. Carlos. Há, portanto, uma relação de mercado entre a revista e seu público, acarretando

uma circularidade entre elas.

Para compreendermos melhor essas relações de mercado e de trocas, o estudo de Baxandall (2006) é bastante elucidativo. Para Baxandall um dos pontos importantes para a compreensão do retrato de Kahnweiler feito por Picasso, envolve as relações entre o pintor e o mercado, nesse ponto o autor desenvolveu o conceito de *troc*, que será importante para entendermos a relação de J. Carlos e a revista *Para Todos...* O mercado segundo o autor (BAXANDALL, 2006, p.88):

[...] indica a existência de um contato entre produtores e consumidores de um bem com o objetivo de permutá-lo. Nessa relação, dois grupos de pessoas têm liberdade para fazer escolhas que interagem entre si. Isso geralmente implica certo grau de competição entre produtores e consumidores, para quais o mercado constitui um meio de comunicação não verbal: cada grupo se comunica com o outro participando e abstendo-se. Todo mercado pode ser definido geograficamente pelo tipo de bem permutado; em geral se formam submercados especializados. [...] O essencial é que ambas as partes façam escolhas e que toda escolha feita por um grupo tem consequências para o espectro de escolhas possíveis para ambos os lados.

Nesse mercado existem relações de permutas, em que cada fator influencia o outro de alguma forma, Baxandall utiliza o conceito *troc*, para explicar essas relações:

[...] *Troc* indica apenas uma forma de relação em que duas classes de pessoas pertencentes à mesma cultura são livres para fazer escolhas num processo de permuta, sendo que toda escolha influí no universo da permuta e, por conseguinte, em todos os participantes. [...] (BAXANDALL, 2006, p.89).

Assim seu público também se tornava objeto de interesse e de “inspiração”, ao mesmo tempo em que seus desenhos influenciavam as pessoas, essas também o influenciavam nas suas criações, bem como o seu contexto sócio-cultural. J. Carlos ao se “inspirar” nas melindrosas que via ao passear de bonde ou na praia, na elaboração de suas “bonquinhas”, ele acabava modificando a percepção e até mesmo comportamentos de suas leitoras, possíveis melindrosas.

A revista *Para Todos...* tinha como público alvo a “alta sociedade brasileira”. Como se viu no primeiro capítulo, a modernidade trouxe muitas inovações tecnológicas, grande parte dela era acessível somente a uma pequena parcela da população, aquela que podia pagar por ela (MALUF, MOTT, 1998; SEVCENKO, 1998).

A alta sociedade, assim como a classe média-alta brasileira, queria se adequar aos compassos da modernidade, para isso deveria adotar posturas condizentes com esse novo cenário, umas das formas de “[...] ser identificado como moderno implicava necessariamente algum modo de relação com a tecnologia e a atitude individualista [...]” (SEVCENKO, 1998, p.533)⁹.

J. Carlos ao ilustrar as capas da *Para Todos...* com melindrosas fumantes, pode ajudar na construção de um novo visual, gosto e hábito junto ao seu público. Um novo hábito moderno adotado

por muitas mulheres e homens foi o uso do cigarro industrializado, hábito que penetrou os diferentes segmentos sociais e culturais. Referências ao cigarro e ao seu uso também podem ser apreendidas no cinema, nas fotografias de artistas, nas propagandas publicitárias como já vimos anteriormente.

J. Carlos por meio das capas não parece criticar o gesto de fumar de suas melindrosas, mas através da ironia o ilustrador apresentava uma de suas percepções sobre os novos tempos, tempos de “revanche”, como na charge abaixo:



Figura 3 -
J. Carlos, *Para Todos...*, nº 469, 10 de dezembro de 1927.

9 Mas como nos atenta Sevcenko (1998) e Marina Maluf e Maria Lúcia Mott (1998, p.377) segmentos mais pobres da população adotaram valores e comportamentos das classes altas, da elite. As revistas ilustradas tiveram um papel importante na construção e propagação de tais valores, de acordo com Velloso (2004, p.226): “Uma função básica das revistas semanais ilustradas, conforme já se observou, era operacionalizar o moderno. Buscava-se “instruir” e familiarizar o público leitor com as novas coordenadas espaço-temporais. [...]”.

O ilustrador vivia num contexto marcado por mudanças “malucas” a seu ver, que atropela a sociedade [Fig.3]. O planeta, que está no desenho literalmente com as pernas para o ar, alude à figura de um almofadinha, com chapéu, bengala e sapatos masculinos, sua situação de “rolamento” também é enfatizada pela nuvem de fumaça no chão, onde seria o topo do globo.

A “revanche” é feita através de papéis: a mulher exerce atitudes que antes eram masculinas, enquanto a mulher fuma como uma “chaminé” e tem mais liberdade com suas roupas, o homem se maquia diante um espelho e é preso pela moda; as mulheres também passaram a exercer o *flirt* deixando os homens desconcertados com o olhar “indiscreto” na ocasião que arruma suas meias; em contrapartida aos escravos que não podiam usar sapatos e eram sempre os que serviam, há o almofadinha negro, que está sentando junto a uma mesa, dando ordens a um serviçal que é branco (um chinês pelo nome); as mulheres antes reservadas a os espaços domésticos e aos cuidados e educação das crianças (MALUF, MOTT, 1998), agora dirigem, a mulher pode se concentrar ao volante num carro “oito cilindros” vermelho, graças o seu marido Praxedes, que amamenta (possivelmente com o cacho de bananas que está no banco traseiro junto a ele e a prole) as três crianças. E por fim, a imagem que deixa toda a tira ainda mais irônica: dois cavalos, feitos para levar, são levados num carro de luxo verde, que é conduzido por um chofer, ao mesmo tempo, ganham outros cuidados especiais. Para contrastar ainda mais com esse mundo “de ponta cabeça”, J. Carlos utiliza na tira cores complementares (tons de vermelho e verde) para deixar a imagem “harmoniosa” aumentando a característica irônica de sua tira sobre os tempos modernos.

Essas formas de pensamento sobre o comportamento feminino foram veiculadas e vulgarizadas pelas diferentes revistas como na *Ilustração Brasileira* e a própria *Para Todos...*

Levando em consideração que como diretor artístico deveria ler todas as publicações do *O Malho S.A.*, muitas das quais fez ilustrações, concordando ou não com as matérias o que interessa é que ele fazia parte de uma cultura onde as transformações e o uso do cigarro estavam presentes, como no texto a seguir:

Quer um cigarro?... E por que não? Sem elle não estará completa a sua elegancia. Amouu-se? Seja

razoavel. Vamos! Para convencer-se basta que olhe as outras, as que ocupam as mesas espalhadas por esta linda sala de “cabaret” “demi”-familiar. Repare naquella franceza que canta, ou melhor, declama versos maliciosos ao som de luxuriante musica. É bonita? Você é mais. É elegante? Você é sobrepuja. Mas... Neste mas é que está a questão. A franceza fuma. Veja como tira bem a fumaça do cigarro. Ha qualquer cousa de requintadamente vicioso nesse gesto. Ora! O vício do fumo! Se fosse um como o da cocaína, por exemplo, eu não a animaria a copial-o. O que é o cigarro? Nas mãos de um homem, uma banalidade a mais. Tem notado como os homens andam desengraçados? Mas não há cousa melhor. O jeito é conformarmo-nos com a mercadoria tal qual ella é. Eu dizia que... Sim, é verdade! Um cigarro em mãos de mulher, manejado por dedos perfumados, unhas envernizadas, acceso, a chamejar entre brilhantes (o mais das vezes falsos, pouco importa!), um cigarro fino, “a la bout doré” ou envolto em petala secca que se humedece á petala viva dos labios; um cigarro misturado com o opio que enlaguesce o olhar e dá expressiva mobilidade ás feições... Aprecie a multidão de mulheres vestidas pelo ultimo figurino, pintadas com as mais modernas tintas dos mais ousados criadores de carmins e “batons”. Todas ellas fumam! É verdade que nem todas o fazem com graça. Mas, que quer? Se fossem como você... Animo! Accenda este cigarrinho... Assim... Aspire-o de leve, e, lentamente, deixe que a fumaça so escape pelos dentes alvos. Panito! Parece-me que nunca fez outra cousa na sua vida... Vou mandar-lhe uma piteira, uma linda piteira, bem longa, esguia, esculpida, uma piteira á Pola Negri. Até amanhã. (Sorciere, De elegância 1926, Para Todos... nº415, 24 de novembro de 1926, p.40)

O cigarro quando associado à mulher, podia ser um símbolo de elegância desde que ela soubesse usá-lo adequadamente, como uma extensão do corpo, em que os gestos fossem delicados e sensuais ao mesmo tempo. Da mesma forma que a pele bem cuidada, as unhas feitas, as joias (verdadeiras ou imitações), o cigarro ao lado de uma piteira “linda piteira, longa, esguia, esculpida” é o “mas” da produção de embelezamento feminino, é o “mas” de acordo com Sorciere, que a deixa ainda mais sedutora. Em outras matérias na *De elegância* aparece mulheres e homens fumando, apontando para o gesto como uma forma elegante, bem como o próprio nome da seção indica.

Richar Klein (1997) afirma a construção entre a relação do cigarro com a figura feminina:

[...] O cigarro é em si mesmo uma mulher – a palavra, o conceito e a coisa identificando-se, desde sua origem, com o feminino (a palavra “cigarro” em alemão, francês e italiano é do gênero feminino) – e não faltaram poetas que escrevessem sonetos e odes louvando sua beleza secretamente moderna. (KLEIN, 1997, p. 38).

Além disso, da palavra ser do gênero gramatical feminino, as qualidades que foram encontradas neles por poetas e outros artistas, eram características que estavam associadas às mulheres, como, fruto do desejo e do prazer, mistério, entre outros.

A alusão ao uso do cigarro também era bastante frequente no cinema. De acordo com Oliveira o cinema foi uma forte referência para novos costumes, entre eles o uso do cigarro:

O fenômeno do aparecimento das estrelas do cinema – das *professional beauties* – auxiliaram na construção da nova teatralidade feminina e, também, no seu desejo de liberdade. Por outro lado, suas imagens no cinema reafirmavam, muitas vezes, as idéias em torno do “eterno feminino”, apresentando-as nas telas como objetos de paixão e de perdição. No entanto, o próprio uso do cabelo curto e tingido, da maquilagem visível, fumar cigarros em público, auxiliavam a construção da mulher como objeto de desejo, ao mesmo tempo em que contribuíam também para a idéia de liberdade feminina. (OLIVEIRA, 2004, p.97).

A *Para Todos...* trazia nas suas fotos sobre o mundo do cinema, muitas atrizes fumando (ver Figura 1) (várias delas brasileiras), tanto para o filme em que estavam fazendo, como também fora dele. Propagandas com personagens fumando, ou de marcas de cigarros [Fig.2], ilustrações do miolo da revista com homens e mulheres utilizando o cigarro era algo comum na revista.

No entanto, são poucas as capas em que as melindrosas desacompanhadas aparecem com o cigarro. São essas capas que nos deteremos a seguir. De acordo com Cunha (2009, p.6):

[...] as “melindrosas” de J. Carlos são apresentadas como bastante jovens, quase meninas. Com freqüência aparecem fumando. Invariavelmente com cabelos à la garçonne. Os vestidos se não são exageradamente curtos, o são muito mais do que as das matronas, mas sempre feitos de um material mais leve e solto.

Nas capas analisadas a seguir, podemos notar algumas dessas e de outras características apontadas por Cunha, nas melindrosas de J. Carlos.

Nas capas de nº 401 [Fig.4] e nº 449 [Fig.5], as figuras femininas ficam reduzidas em escala em relação aos outros objetos que compõe a cena, elas parecem como bonecas frágeis diante do tamanho do cigarro. As duas têm os olhos arregalados diante do objeto, bem como a boquinha em formato de coração pintada com vermelho, e também cabelos presos. As roupas e os penteados acompanham o mesmo estilo do cenário. A primeira está em pé segurando com as duas mãos o cigarro. A segunda encontra-se sentada



Figura 4
J. Carlos, *Para Todos...* nº 401, 21 de agosto de 1926.



Figura 5
J. Carlos, *Para Todos...* nº 449, 23 de julho de 1927.

sobre uma mesa, ela está com os braços pendentes, um grande abajur ao fundo parece iluminar com cores frias a cena. Nas duas capas temos cigarros acesos, na da direita ele está num cinzeiro adornado com os quatro naipes de baralho, na da esquerda ele está sobre uma caixa de fósforos fechada.

Como se vê na capa nº401 [Fig.4], a impressão utiliza além do branco e preto (comum a todas as capas) quatro cores: o vermelho, azul, verde e amarelo, que sobrepostas possibilitam novas cores, como o marrom. Pela variedades das cores e de elementos, assim como os pontos de iluminação (branco e amarelo do cabelo da melindrosa) em contraste com o fundo preto do qual se vê um pedaço de uma janela iluminada pela noite, a atmosfera é mais viva e menos triste que a capa nº 449 [fig.05].

Na Figura 5 o uso do azul e do cinza, com alguns detalhes em rosado (intensidade menor de vermelho) junto a posição da personagem e o número bem menor de objetos na cena, o abajur e a mesa-chão, proporcionam um ar mais melancólico à capa.



Figura 6

A moda de Paris. Os últimos modelos apresentados em Longchamp (Photos Maurice). Para Todos... nº451, 06 de agosto de 1927, p.46.

Num primeiro momento, devido a nossa distância temporal, podemos estranhar os tipos de vestidos usados pelas melindrosas, já que costumamos associar as roupas desse período como soltas e leves. Porém como vemos nas fotografias da "Moda de Paris" [Fig.6] (mesmo que essa fotografia seja posterior a elaboração da capa), as roupas das personagens se aproximam da moda das saias mais armadas, ainda que pelas fotografias da época observamos que não eram tão comuns no cotidiano quanto aos vestidos mais soltos e leves.

Nesse aspecto convergimos com Oliveira quando ela se refere que:

[...] A carioca se transformava em um dos principais símbolos da modernidade da cidade. Monumento vivo da feminilidade urbana moderna, a "carioca" representava a novidade, o estilo, e também o medo e a insegurança. (OLIVEIRA, 2004, p.90).

As personagens aqui são reduzidas em escala, ficando como uma boneca a merce do cigarro que é desproporcional ao seu tamanho, bem como os demais objetos da cena. Elas trazem o cigarro como novidade, e o estilo da época, mas também apontam para a insegurança feminina diante de elemento moderno, como usá-lo? Pode ser também uma crítica de J. Carlos as mulheres que se prendiam ao cigarro como objeto de elegância e de sedução, ao invés de usá-los, o contexto em que as figuras se encontram levam a crer que elas são usadas por ele.

Essas duas capas contrastam com as demais ilustrações em que há somente mulheres usando o cigarro, já que nestas as melindrosas tem um olhar e gestual de estranhamento sobre o objeto, manipulando de forma curiosa ou mesmo o observando a distância.

Há um olhar *voyeur* nas capas apresentadas aqui, mas esse tipo de olhar fica ainda mais evidente nas três ilustrações adiante, já que as moças além de se encontrarem em lugares privados, estão bastante à vontade neles. A intimidade como nos aponta Oliveira (2004), era uma das formas possíveis do olhar erótico sobre as mulheres, ainda que nesse caso elas fiquem nas fantasias e imaginação dos seus admiradores.



Figura 7
J. Carlos, *Para Todos...* nº 405, 18 de setembro de 1926.



Figura 8
J. Carlos, *Para Todos...* nº 561, 14 de setembro de 1929.

A melindrosa da capa nº405 [Fig.7] tem o cabelo bastante curto, ela acende o cigarro que está em sua boca carmim numa vela vermelha, enquanto sua veste deixa aparecer seus seios desnudos e suas pernas, o cenário é ao estilo art déco. Seu robe, assim como os seus cabelos, dá uma leve sensação de continuidade entre figura e fundo. As cores utilizadas, o vermelho e o verde, o branco e o preto são cores complementares entre si, o que ajuda na sensação de harmonia da composição. Sua sedução está na linguagem corporal— perna levemente flexionada, mãos com movimentos delicados, cabeça inclinada, olhos semifechados – bem como o próprio gesto de acender o cigarro direto na boca, sem o uso das mãos em uma vela. A aproximação da boca com a vela nos remete a uma insinuação fálica, o olhar voyeur masculino devia se deleitar com tal cena, enquanto que as leitoras poderiam se inspirar em tal ousadia. A sua mão direita pode nos levar a compreendê-la como um convite para que o expectador adentre a cena.



Figura 9
J. Carlos, *Para Todos...* nº 651, 06 de junho de 1931.

A mulher de olhos azuis e redondos da capa de nº561 [Fig.8], com o rosto de mesmo formato, têm as outras extremidades do corpo, os pés e as mãos, definidos por triângulos delicados. As formas geométricas são predominantes na personagem, elas também acompanham partes de sua veste, nas listras horizontais em degrade, e no parapeito onde está sentada; elas se equilibram com as linhas verticais que formam a cortina. Pela janela vemos uma vegetação densa em forma de coração (podemos observar esse formato quando uma cor da vegetação adentra na outra) que se distribuem em faixas das cores preta, verde e branca. A saia é formada por babados fluidos. Enquanto olha para o espectador, segura com a mão esquerda o cigarro que está numa longa piteirabranca.

Diferente da melindrosa “geométrica”, a figura de 1931 [Fig.9] tem os traços mais orgânicos, em seus cabelos, nas formas de seu corpo, nos olhos amendoados, e na estampa de seu vestido (macacão). O fundo é formado por uma vegetação densa, o preto e o azul predominam, há uma faixa vertical com duas linhas sínusas, em vermelho ajudando no equilíbrio visual da imagem, bem como a figura do lado esquerdo da ilustração. A melindrosa usa um vestido longo; seu penteado é característico desse período, ondulado e semi-preso; sua boca aberta em forma de coração sorri. O cigarro é segurado entre os dedos indicador e médio e também apoiado pelo polegar, enquanto a outra mão (que não aparece) é apoiada na cintura.

As cores do fundo em relação às cores da personagem (tons de cinza), como sua forma de se vestir, deixam a entender que a cena se passa em algum lugar a noite. Esses elementos também passam outra impressão, a de que se trata de uma mulher sofisticada e elegante ainda mais aliados ao uso do cigarro com um gestual sensual.

Nas capas analisadas até aqui podemos observar que o peso da composição se concentra do meio para a esquerda da ilustração, um peso tanto compositivo, quanto temático. Diferente das duas capas a seguir, que tem suas melindrosas situadas no centro da composição, deixando as laterais para elementos que identifiquem os lugares em que se encontram.

Outra diferença das próximas capas, com as capas vistas até aqui, é que elas não são ambientadas em lugares privados, fechados, mas sim em locais públicos: a praia. O uso da praia de acordo com Sevcenko (1998) passou por um processo gradual de transformação da virada do século XIX para o XX, até a década de 1920, onde os trajes dos banhistas começam a diminuir dando mais liberdade aos movimentos. A praia passa a ser um local de lazer.



Figura 10
J. Carlos, *Para Todos...* nº546, 01 de junho de 1928.



Figura 11
J. Carlos, *Para Todos...* nº661, 15 de agosto de 1931.

Na revista de nº546 [Fig.10] uma jovem segura o chapéu em sua cabeça; sua saia parece ser movimentada por uma atmosfera inebriante promovida pelo seu cigarro; a paisagem do chão, assim como a saia de babados, segue o mesmo padrão provocado pela fumaça, que começa como uma linha sinuosa estreita e aos poucos toma força. As cores utilizadas provocam a sensação de uma praia, os tons amarelos e alaranjados nos remetem a areia, e os tons de azul e verde que com as ondulações lembram o mar. O cigarro aqui é um objeto definidor da cena, ele é segurado elegantemente, delicadamente, e sensualmente o que provoca, aliado a figura da melindrosa, o aspecto embriagante da ilustração. O céu é cortado por feixes de vermelho, azul e verde, que quando se juntam deixam o restante do fundo numa cor escura. O efeito produzido pela fumaça em forma de espirais é estudado por Richard Klein quando este analisa um poema de Knight, que os relaciona com sonhos e ambição, interpretado como “metáfora para coroação de louros” (KLEIN, 1997, p.79) Na Figura 10, temos um convite para aproveitar junto a melindrosa uma tarde quente e ensolarada, que “promete” ser inebriante, tendo ela, o mar, o por do sol, o cigarro e sua fumaça como companheiros de deleite e prazer.

Já a de nº661 [Fig.11] a paisagem é formado pelo mar mais tranquilo, que é da cor azul com uma leve linha sinuosa branca, e também por um barco, resolvido com poucas linhas, pelo uso da cor branca da vela e pela linha preta do casco. A moça com “olhos de ressaca” tem a boca em formato de coração pintada de vermelho; sua roupa é bordada e transparente, o que dá a continuidade entre seu rosto, colo, ombros e busto. O tom rosado do céu pode ser obtido através de uma menor concentração do vermelho, o que torna a paisagem mais quente. Aqui o artista economiza nos traços que dão forma a mulher assim como na capa de nº561 [Fig.8]. As cores utilizadas, azul, vermelho e branco são associadas às cores náuas, enfatizando ainda mais a temática. O cigarro é sugerido pela linha azul que contorna a figura branca, e pelo modo como é segurado entre os dedos finos, delicados e compridos da mão direita. Ela parece utilizar o cigarro para aproveitar o tempo, ao mesmo tempo em que o “mata”, em que promove que ela possa aproveitar a situação para nos encarar.

Através da leitura que fizemos dessas ilustra-

ções, vemos que as personagens são melindrosas nos seus cortes curtos de cabelo, nas roupas, na maquiagem, no próprio gesto de fumar, no entanto, essas mulheres se encontram em lugares isolados, seja no interior de uma sala, ou sozinha numa praia. Nisso elas se diferem das melindrosas que gostam do “agito” como representado num trecho de Chrysanthème “Diário de uma ‘Melindrosa’ em Petropolis”: “[...] Adoro a agitação, a dansa, a ‘fuzarca’, o carnaval e os ‘pic-nics’[...]”.

Elas desafiam e convidam o espectador com o seu olhar e gestual ao segurar o cigarro a participar da cena:

[...] a nova subjetividade feminina, descrita e representada pelo cronista, parecia ser construída pela própria mulher. A rua e os espaços públicos por onde ela passou a transitar e a se exibir passou a oferecer uma liberdade ocular que parecia lhe possibilitar um enorme prazer escópico, onde a troca de olhares e o jogo da sedução eram constantes e poderosos. [...] (OLIVEIRA, 2004, p.92).

Ainda que aqui essa troca do prazer “escópico” se dê na relação entre a representação da figura e o público leitor, partindo da melindrosa e do cigarro o convite para que esse público participe de alguma forma da revista. (Se fossem mulheres gostariam e talvez desejassesem ser modernas como as representações dessas personagens, se fossem homens poderiam ser seduzidos por elas).

De acordo com Oliveira, a mulher e a cidade eram praticamente objetos expostos na vitrine:

A imagem da nova mulher aparecia na imaginação do cronista e do fotógrafo como uma imagem espelho da cidade moderna. A mulher e a cidade representavam uma feminilidade objetificada, mercantilizada. Ambas eram construídas para despertar um espetáculo atraente, erótico, centrado no fetiche. [...] (OLIVEIRA, 2004, p.90).

Porém ao mesmo tempo em que o cigarro aparece como um objeto erótico, de sedução e de fetiche, nas representações de J. Carlos pode ser compreendido como um objeto libertador da mulher, onde ela escolhe usá-lo, apontando para uma mulher decidida, ousada e desafiadora dos costumes da época. São representações de aspectos possíveis dentro da sociedade na qual estava inserido:

[...] o próprio uso do cabelo curto e tingido, da maquilagem visível fumar cigarros em público, auxiliavam a construção da mulher como objeto de desejo, ao mesmo tempo em que contribuíam

também para a idéia de liberdade feminina. [...] (OLIVEIRA, 2004, p.95).

Através do seu gestual, da forma como se portam quando estão com o cigarro as representações dessas melindrosas seduzem, convida os leitores a as admirarem, dando margem a entrarmos no seu mundo praticando com elas os jogos amorosos do olhar *voyeur*. Essas representações de J. Carlos se aproximam das mulheres “reais” admiradas pelos fotógrafos ao qual Oliveira se refere:

As mulheres pareciam querer se mostrar sedutoras aos olhos do fotógrafo e do cronista por meio da utilização de uma linguagem corporal que partia do domínio do recato e do pudor, mas rompia e, de certo modo, violava os códigos de uma sociedade falsamente puritana. Havia uma ondulação na sua silhueta, um fluir no seu caminhar, uma troca de olhares enigmáticos, bocas vermelhas e sedutoras. Elas promoviam um olhar sobre o seu corpo como objeto de desejo [...] (OLIVEIRA, 2010, p.216).

Nas capas aqui apresentadas, as figuras femininas são passivas quando recatadas diante do cigarro, mas também são ativas, quando assumem uma postura de total controle sobre seus gestos, ainda mais quando estão com os cigarros nas mãos ou até mesmo na boca. Em apenas duas capas as mulheres que fumam não aparecem em locais privados, dessa forma, podemos compreender que J. Carlos, assim como outros homens da época – fotógrafos, cronistas, poetas, entre outros (OLIVEIRA, 2004b) –, também idealizava as melindrosas sedutoras nos recônditos privados. São mulheres ousadas e livres, ao mesmo tempo bonequinhas que merecem ser cuidadas e protegidas [Fig.4, 5].

Esse aspecto parece entrar em conflito com o público-alvo da revista, o público feminino, J. Carlos não representava só aquilo que ele enquanto homem idealizava; ele também fazia figuras femininas que mulheres poderiam admirar ou desejar ser: serem bonitas, livres e que poderiam decidir o que fazer.

O olhar *voyeur* nas capas de J. Carlos não se deu apenas para melindrosas isoladas, a troca de olhar, o *flirt* e o olhar *voyeur* podem ser encontradas nas ilustrações de jogos amorosos. Desse ponto partimos para a análise em que a presença do cigarro se dá nas relações de sedução dos jogos amorosos.

Capítulo 3 – O cigarro: da sedução das melindrosas para amigo dos almofadinhas

[...] Preciso ir com muita calma.

Como é qe eu escrevo, hein?

“Greta Garbosinha”. Dois pontos.

Não! Assim também não presta. Greta Garbo não é nenhuma guria sapéca. Não é nenhuma melindrosa que faz coisas sem saber, por falta de juízo. Era até desaforo.

Um vestidinho lá pelos joelhos, uma boina, uns sapatos esportivos, uma raquete de tennis, tudo isso fica muito bem na namorada da gente. Mas na greta-garbo da gente fica detestável...

[...]

Dante Costa, Carta para Greta Garbo, *Para Todos...* nº605, 19 de julho de 1930, p.11.

O jogo amoroso compreendido aqui como *flirt*, troca de olhares, olhar *voyeur* e disputas, torna-se objeto de interesse para J. Carlos. Nas capas em que os jogos amorosos são representados, a presença do cigarro se torna comum, o elemento da modernidade quando aliado ao *flirt* toma também outros aspectos para além de símbolo de elegância, é o que veremos ao longo desse capítulo.

E nessas relações modernas uma nova figura aparece, o almofadinha, que segundo Cunha, assim como a melindrosa, questionava valores comportamentais de sua época:

São suas principais características o mundanismo e o modismo. Na luta por parecer moderno, copiam os modelos daqueles que se apresentavam como a última grande novidade, o cinema. Segundo Aderbal França, foram nos atores do cinema mudo como George Walsh e Harold Lloyd que os Almofadinhas e as Melindrosas buscaram inspiração para o seu comportamento, tentando reproduzir aquilo que viam nas telas, sobretudo aquilo que se configurava como uma maior liberdade de costumes.

Em nenhum outro lugar a ligação entre os “almofadinhas” e Harold Lloyd é mais clara do que nos desenhos de J. Carlos. Em seus trabalhos para a *Careta* e outras revistas do Rio de Janeiro, o almofadinha é sempre representado usando os mesmos óculos redondos do personagem de Lloyd, as mesmas calças muito curtas mostrando um pedaço dos tornozelos, e a mesma gravata borboleta. Seu comportamento é sempre representado de forma muito afetado, afeminado, com uma delicadeza muito exagerada. Outra detalhe dessa influência de Lloyd presente nos desenhos de J. Carlos e assinalados por outros autores é o uso de maquiagem, em especial pó-de-arroz. [...]. (CUNHA, 2009, p.6).

Os almofadinhas, assim como as melindrosas, de alguma forma auxiliaram na criação de novos valores e hábitos comportamentais associados à figura masculina e a feminina, como: o uso de maquiagem pelos almofadinhas, pelas melindrosas flertando e fumando. O cinema provavelmente foi objeto de inspiração na construção desses dois tipos (observação feita a partir de fotografias dos filmes da época publicadas na *Para Todos...*), difundido as imagens e atitudes tomadas por esses novos personagens.

Nas capas analisadas aqui são poucos os personagens de J. Carlos que são representados “delicados” demais, mas, as características de Harold Lloyd ainda podem ser encontradas em boa parte desses almofadinhas, principalmente no uso do pó-de-arroz.

Os almofadinhas de J. Carlos apresentados a seguir são de todos os tipos, idades, tamanhos e cores. Algumas dessas diferentes representações sobre os almofadinhas podem ser vistas simultaneamente na capa de nº382 [Fig.12]. Nela há oito personagens caminhando, são quatro homens cada qual seguindo uma mulher. De cima para baixo, temos o primeiro almofadinho que segue uma melindrosa que parece não ter se dado conta que tem um homem logo atrás; ao contrário da personagem da fileira de baixo, que sabe que está sendo seguida, sorrindo com os olhos e os lábios para o rapaz que está próximo a ela; a terceira moça olha desconfiada para o senhor perto dela; esses três homens usam bengalas, contrastando com o último “casal”, um menininho que leva no braço um cavalinho de madeira, andando atrás de uma pequena de vestido, que leva um livro embaixo do braço. Todos os personagens usam chapéus de diferentes formatos e tamanhos; todos eles também levam alguma coisa embaixo dos braços, ou nas mãos: os homens usam bengalas e as mulheres sombrinhas ou carteira, com exceção das crianças, o menino que leva um brinquedo e a menina com livro.

Os únicos personagens fumantes [Fig.12] são masculinos, um é o almofadinho de nariz, bochecha e boca vermelha que faz bico para fumar, enquanto persegue seu alvo de admiração; o outro fumante é o garotinho que ainda brinca. O menininho parece se inspirar no comportamento dos homens mais velhos: segue uma garotinha; troca a bengala por um bonito cavalinho de madeira, e fuma, deixando o rastro da fumaça branca assim como o almofadinho da primeira fileira.



Figura 12
J. Carlos, *Para Todos...* nº382, 10 de abril de 1926.

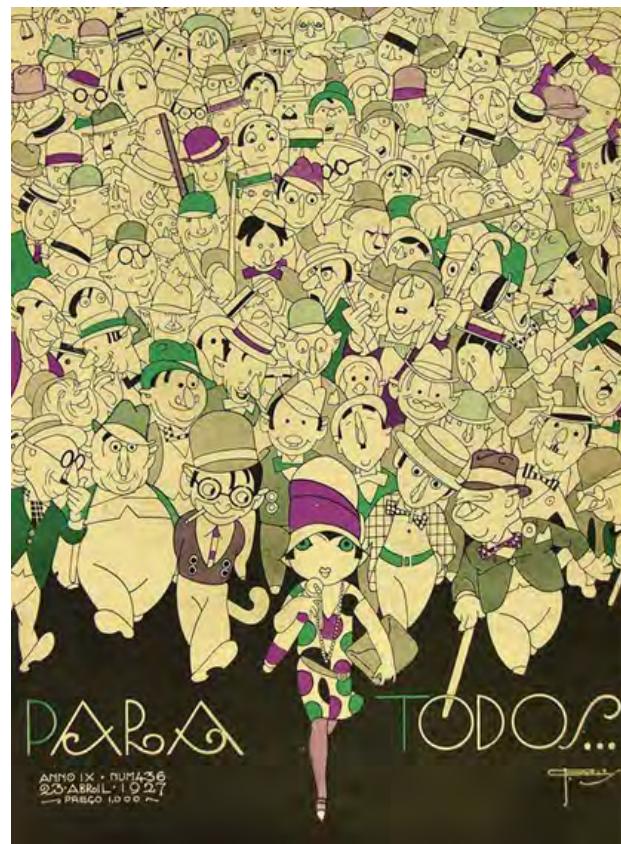


Figura 13
J. Carlos, *Para Todos...* nº436, 23 de abril de 1927.

De alguns pedestres, partimos para uma multidão de almofadinhas de todos os tipos e tamanhos, capa nº436[Fig.13]. Eles seguem como “lambarys” uma única melindrosa, que caminha olhando para frente parecendo não se importar com a multidão que se acotovela, discute e se ombreia para vê-la. Há quatro personagens fumando, um é o homem que se parece com o ator Harold Lloyd, de óculos redondo que tem o seu olhar voltado para a melindrosa decidida e confiante. Graças as suas características, também pelo paletó roxo e pela posição que ocupa (bem próximo à figura central, os pés na mesma linha diagonal do pé da melindrosa), é o almofadinho que mais se destaca, dando uma visibilidade ainda maior para o cigarro no canto da sua boca. No outro lado da melindrosa, um homem de paletó xadrez, calças brancas seguradas por um cinto verde, chapéu palheta, olhos miúdos e redondos, gravata borboleta de bolinhas, olha e segue nossa personagem principal. Há dois homens fumantes que se encontram no meio da multidão. Um deles também está de paletó roxo,

usa gravata borboleta, segura na mão esquerda uma bengala ao alto, e na mão direita um cigarro que está perto de sua boca aberta, está figura se destaca pelo ar blasé, parecendo não se importar com o fato da bela moça ser alvo de olhares dos demais homens, assim como o destaque da capa. O outro só aparece o rosto, leva o cigarro no canto da boca, e usa um chapéu mais comum, seu olho parece sorrir por saber da melindrosa logo à frente. A figura feminina chama a atenção de várias maneiras: é sua presença que dá sentido a temática da capa; a sua presença “isolada” no preto do asfalto a destaca ainda mais; assim como seus grandes olhos verdes olhando para nossa direção. O cigarro aqui aparece mais como um complemento do que personagem, ela ajuda na construção dos tipos, de acordo como cada um o utiliza, um de maneira mais delicada utilizando piteira, outros com eles na boca, dando um ar de “malandro”. Essas interpretações só são possíveis alinhadas a outras características dos homens que fumam, como o modo de se vestir e o gestual.

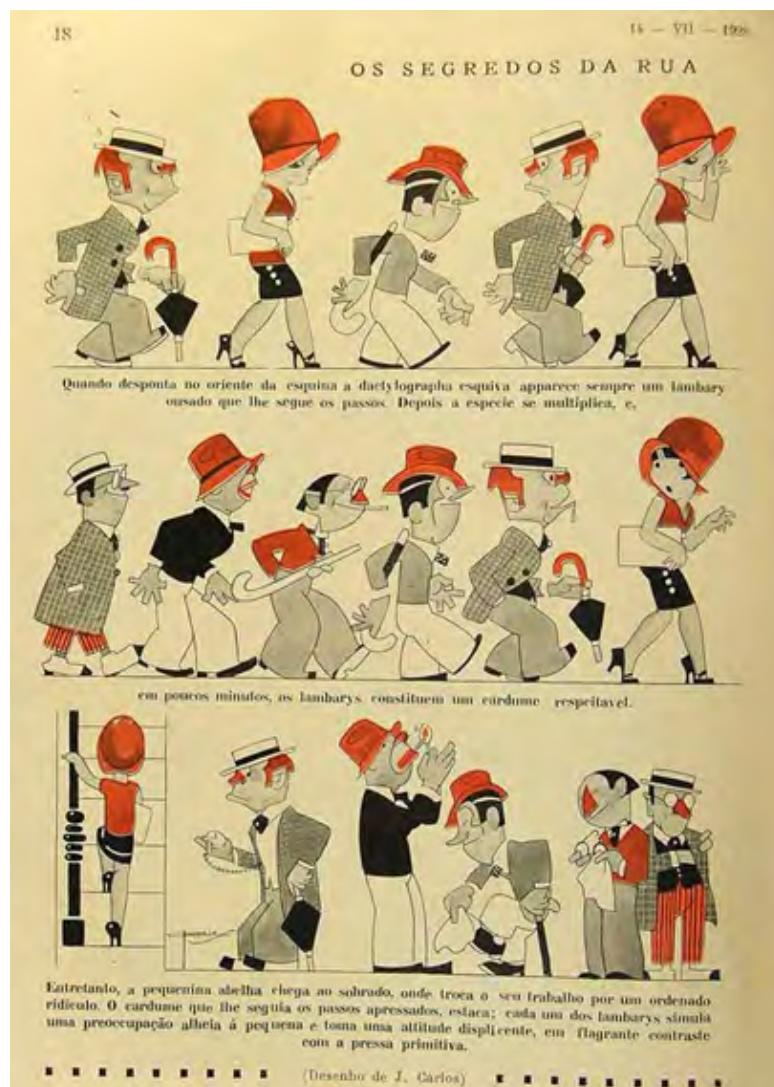


Figura 14
J. Carlos, Para Todos... nº500, 14 de julhode 1928, p.18.

A semelhança temática da capa anterior [Fig.13] pode ser apreciada na charge da revista de número 500 [Fig.14]. Em “Os segredos da rua” [Fig.14] J. Carlos manifesta vários aspectos relativos ao novo cenário moderno: a mulher que trabalha fora de casa como datilógrafa é remunerada muito mal, já que “troca o seu trabalho por um ordenado ridículo”. Mulheres ricas não precisavam trabalhar, ao contrário das moças de família mais pobres, onde o trabalho era essencial para ajudar no orçamento e nas despesas familiares, de acordo com Maluf e Mott (1998, p.402): “[...] As ofertas disponíveis, em geral, estavam próximas daquilo que se considerava uma extensão das atribuições das mulheres: professora, enfermeira, datilógrafa [...]. Talvez esse seja mais um dos motivos para o artista não tratar essa figura como masculina (diferente de outras charges suas, em que mulheres que adotam atividades fora de casa são masculinadas). Aos poucos uma fila de almofadinhas se forma atrás da bela. Quando ela vira e vê a fila, fica espantada, mas continua seu caminho até entrar no trabalho. Os almofadinhas que tinham tanta pressa, a mesma pressa que a da datilógrafa, a perdem quando a trabalhadora chega ao seu serviço, dissimulando com atitudes corriqueiras; é o momento em que os rapazes disfarçam com outros afazeres, limpando o sapato, outro acendendo o cigarro, um limpando os óculos, outro olhando para o relógio. Mais uma vez, o cigarro é utilizado para passar o tempo, como uma distração e como um gesto corriqueiro em que a pessoa está preocupada somente com o ato de fumar sem se importar com outro assunto. Desse modo, além do almofadinha disfarçar o que estava fazendo antes, ele também transfere o desejo que sentia pela melindrosa pelo prazer que o cigarro lhe proporciona, embora ele o tenha feito num primeiro momento por outra razão.

A presença das mulheres nesse novo cenário urbano crescia, tornando-se “alvos” dos olhares masculinos que passam cada vez mais deseja-las e fantasia-las. Conforme Oliveira (2008, p.205):

Uma nova imagem da mulher vai sendo construída com o seu progressivo deslocamento do ambiente doméstico para o espaço público. Confeitarias, avenidas, bondes e outros espaços exibiam mulheres belas, e nesse momento, “disponíveis” ao olhar masculino. Na imaginação do homem do início do século, a carnalidade dessas figuras femininas fazia com que elas surgessem, aos seus olhos, como deusas conquistadoras que passavam a ocupar um novo lugar na sociedade masculina. Essa nova imagem da mulher ganhou espaço na imaginação do cronista, que passou a descrevê-la como um objeto

erótico, fetichizado e sedutor.

É o que podemos encontrar nas capas analisadas acima, e também no texto *O “jus” do galanteio* de R. Magalhães Jr, publicado na *Para Todos...* em 1931:

Eu venho confessar desassombradamente que sou daquelas que não podem resistir a sedução das mulheres formosas e lhes dizem galanteios em plena rua. Venho confessá-lo e protestar, energeticamente, no meu nome e no dos meus colegas, contra a medida violenta e absurda com que a polícia carioca neste momento nos persegue.

A polícia está errada. Ela anda sempre errada e justamente nisso é que está à sua linha de coerência. E o erro de agora está em que combate efeitos, sem procurar eliminar as causas. Se o raciocínio não fosse incompatível com a mentalidade policial como o Talmud com a Bíblia, eu explicaria aos mantenedores da ordem a razão do seu erro.

Mas não é bom explicar cosas á polícia, porque, em ultima, analyse, o argumento do “cassetete” é definitivo...

Se não fosse assim, eu explicaria.

Realmente, não é possível resistir aos encantos, ás seduções, ao esplendor do magnífico desfile de mulheres belas que os nossos olhos contemplam extasiados na Avenida. A beleza estonteante da carioca, agravada pelas audácia das indumentária moderna, pelos decotes que descem como o cambio e as saias que sobem como a libra, pelo “déficit” das roupas brancas que tornam as “toilettes” quase tão transparentes como o véu de gaze, como um manto diaphano cobrindo a nudez divina mármores raros, descontrolam, desequilibram, alvoraçam cruelmente o espírito dos pobres bípedes do sexo que se convencionou chamar de forte...

Sahe-se de casa como eu ás vezes saio, com um alto objetivo mental, preocupado com uma elevada ideologia patriótica, architectando planos de assombrosa efficiencia para a salvação do paiz, mas de represente as idéas começam a ser postas em fuga pelas lindas mulheres que nos surgem nos bondes, nos omnibus, nos cafés, nos theatros nas ruas, em toda a parte... É uma serie de emoções fortes, violentas fortes, violentas, que se descarrega sobre o nosso sensório paralysando-nos o curso das idéas, castigando-nos a intelligencia, arrancando-nos do mundo dos pensamentos para a festa esplendida da carne moça para a glorificação da beleza pagã!

E o único recurso da victima indefesa de taes suplícios, do padecente de taes torturas é o “jús” que a polícia acaba de nos roubar. É o direito do galanteio, da piada, que desafoga o nosso espírito como uma válvula de escape que, regulando o vapor, evita a explosão das caldeiras...

Lá se foi a válvula. Quem della se valer agora, terá de sacrificar a fabulosa quantia de 20\$000, que são poucos os millionarios brasileiros que possuem. Se a polícia fosse justa teria antes prevenido a causa. Isso é que lehe cabe fazer. Pero, no. É melhor deixar mesmo como está. Porque o Rio seria um cidade estupida como qualquer outra se as mulheres daqui fossem sisudas com o “Penseur” de Rolin e andassem vestidas com o escrúpulo religioso de uma “soeur decharité”...

Sejamos mil-e-novecentos-e-trinta-e-um. Sejamos da nossa época. Deixemos que as mulheres conti-

nuem a ser como são, que se dispam o melhor que puderem... E, pela nossa parte, cuidemos de pôr no texto da Constituinte próxima um artigo declarando que a todos os cidadãos brasileiros, maiores, vacinados e registrados de acordo com a lei, fica livremente garantido o direito da piada...

Compreendemos que essa nova relação fazia parte do contexto de transformações da modernidade que o Rio e outras cidades passavam. As novas formas de comportamento, a maneira de se vestir “subindo as saias, e descendo os decotes”, o andar “desfilando”, todas as características das melindrosas, pululavam nos pensamentos masculinos, os deixando “atordoados com tanta beleza”, “não conseguindo pensar em mais nada”, a não ser ir ao encalço de tais melindrosas para confortar o olhar e a mente e fazer possíveis galanteios a elas como “válvulas de escape” do desejo. Essa forma de escape conforme a crônica de R. Magalhães Jr. aponta para como muitos homens pensavam (e algumas mulheres também) de que os homens tinham alguma forma de direito sobre o corpo feminino, seja seguindo ou fazendo piadas sobre elas.

As melindrosas eram sedutoras para o olhar masculino, mas diferente do que acontece na crônica acima – em que os homens pagariam por formas inapropriadas de se tratar à mulher – nas representações de J. Carlos o olhar *voyeur* não as incomoda, pois muitas vezes elas encaram o espectador o convidando a ter um olhar sobre ela. Segundo Oliveira (2004) a proximidade entre o ser desejado, a mulher com aquele que a deseja, o homem, possibilitou novos olhares sobre a temática dos jogos amorosos:

A rua e os espaços públicos por onde ela passou a transitar e a se exibir passou a oferecer uma liberdade ocular que parecia lhe possibilitar um enorme prazer escópico, onde a troca de olhares e o jogo da sedução eram constantes e poderosos. As imagens sobre a multidão feminina na cidade moderna apresentam um espaço urbano no qual as mulheres parecem saber criar o “perigo delicioso”, despertador do *frisson* que acompanhava a incerteza que cercava a sua nova identidade. Seus olhos podiam estar encobertos por véus e chapéus, seus corpos e atitudes policiadas por uma sociedade conservadora, mas estes elementos não eram o suficiente para não deixá-la observar, ou ser observada e admirada, e se colocar disponível e desejável. Se eram produtos da fantasia masculina sabiam como despertar o desejo masculino. O que vai se apresentando é uma estrutura na qual a imaginação do cronista, do fotógrafo e do desenhista é estimulada por uma teatralização feminina. (OLIVEIRA, 2004, p.92).

Havia um jogo de sedução entre deixar ser observada, fingindo não ver ou também trocar

olhares com seus admiradores, apesar de que no texto de Magalhães Jr, posterior às capas, esse “novo” hábito devia ter perturbado essas mulheres, já que passou a vigorar um artigo para que não se fizesse mais “galanteios” às moças que caminhavam nas ruas.

A multidão também pode ser vista na ilustração da capa número 490 [Fig. 15], onde aparecem outros elementos da modernidade, como: a multidão feminina na rua, o que demonstra um aumento das mulheres na esfera pública; o cigarro e também o automóvel, símbolos da industrialização dos tempos modernos. O condutor do carro fuma enquanto dirige no meio de uma multidão de mulheres, que estão alvoroçadas com a presença do automóvel e com a pergunta feita por ele “De quem é a vez?”, algumas correm em sua direção enquanto outras fogem. Apesar do meio caótico provocado pelo condutor e seu carro, a cena tem um misto de festividade (mulheres rindo e admirando o carro, tentando chegar o mais perto dele; o uso das cores também favorece essa leitura) e de medo (em que mulheres fogem parecendo meio atordoadas com medo de serem atropeladas, ou talvez com medo do próprio motorista).



Figura 15
J. Carlos, Para Todos... nº490, 05 de maio de 1928.

De acordo com Sevcenko, o carro desde o início foi símbolo da modernidade e estava associado a “vaidade masculina”:

[...] O automóvel é um emblema de poder e força, indispensável para atrair as mulheres. O carro permite multiplicar as oportunidades de contato, convívio e desfrute da companhia feminina. O carro é ele mesmo uma mulher, digno de conhecimento íntimo, zelo, ataivos, carinho e amor. [...]. (SEVCENKO, 1998, p.559).

A virilidade representada no ato de dirigir um belo carro, que é atrativo para muitas mulheres, é reforçada pelo condutor do veículo com o uso do chapéu e do cigarro, bem como sua pergunta “De quem é a vez?”, dando a entender que ele tem a sua disposição muitas mulheres, devido a esses símbolos que reforçam sua masculinidade.

Diferente da cena anterior (que se passa na rua, num lugar público) em que algumas moças fugiam do rapaz com o carro, o almofadinha a seguir [Fig.16], que parece um artista de cinema, é paparicado por três belas melindrosas.

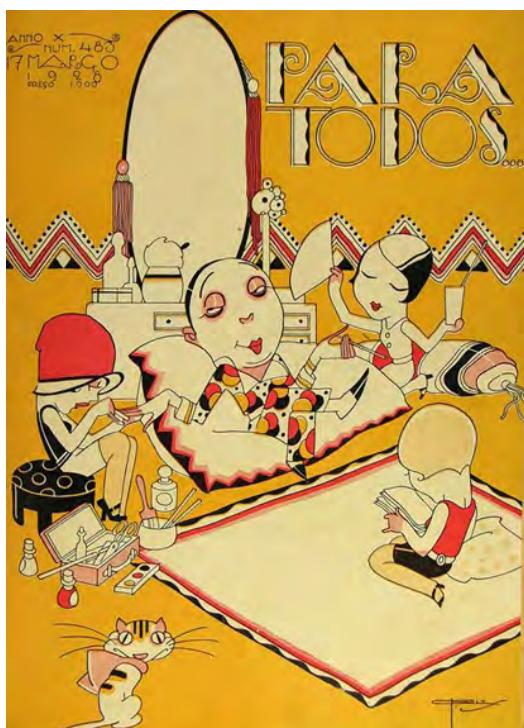


Figura 16
J. Carlos, *Para Todos...* nº 483, 17 de março de 1928.

O rapaz se parece com a descrição feita por Chrysanthème “Diário de uma ‘Melindrosa’ em Petrópolis” publicado pela *Ilustração Brasileira* de junho de 1926: “[...] esse ‘almofadinha’ de pó de arroz e cinta de mulher, de unhas envernizadas e cabelos com gomalina [...]”, é só acrescentar alguns detalhes, a boca de carmim em formato de coração, as sobrancelhas fininhas e os olhos revirados de prazer. O lugar da cena é um

espaço privado, provavelmente um quarto, onde há uma penteadeira com um grande espelho com alguns objetos de tocador. O almofadinha é o centro das atenções, tanto do leitor, quanto das outras personagens que estão a sua volta (a não ser pelo gato enfeitado com um laço, que tem um olhar desconfiado voltado em nossa direção). A moça a sua direita faz suas unhas, a que está a sua frente lê algo, provavelmente para ele. A jovem que está do seu lado esquerdo, segura uma bebida que tem um canudinho, enquanto o abana. O jogo amoroso aqui fica relegado apenas aos cuidados que todas as meninas têm com a figura central, que é tratado como um artista, alvo de admiração e paixão de mulheres de todas as idades.

Diferente da maioria dos outros homens que aparecem com o cigarro no canto da boca, ele o segura na mão, aproximando-se mais das capas em que as mulheres aparecem fumando. Segundo Oliveira (2010, p.186):

[...] A imagem ideal do homem moderno evocava uma criatura soberba, rígida e séria. Somente nos ambiente privados o burguês vestia-se ricamente, com seus roupões coloridos e sedutores, e calçava suas “macias pantufas de seda”. [...]

Ao contrário da imagem a que se refere Oliveira, o almofadinha em questão [Fig.16] que está num espaço privado, e, portanto não teria problemas em usar roupas coloridas, se apresenta para nós como uma figura delicada e frágil a qual deve ter cuidados especiais, como pintar as unhas e ser coberto por pó-de-arroz.



Figura 17
J. Carlos, *Para Todos...* nº 581, 01 de fevereiro de 1930.

O cigarro aqui não o torna mais másculo, mas sim mais feminino devido a todo o contexto da cena. Em relação à frase de Oliveira logo atrás, fica ainda mais evidente o caráter irônico de J. Carlos sobre os almofadinhas “exagerados”.

Bastante diferente do almofadinha anterior [Fig.16], é o homem da capa nº581 [Fig.17]. A ilustração [Fig.17] tem como tema a disputada entre dois homens por uma moça. A melindrosa em questão tem cachinhos dourados, usa chapéu e vestido que lembram os modelos de fantasias ilustrados na revista. Ela não olha para o almofadinha fonzino do seu lado esquerdo, que a segura com sua pequena mão, mas sim para o “almofadão” que a puxa pela mão direita. O “almofadão” usa chapéu, uma calça listrada branca e azul, um paletó verde; tem a barba por fazer (parte cinza do rosto) e tem também um cigarro preso pelo canto da boca. O seu tamanho aliado ao uso do cigarro o deixa ainda mais másculo. De acordo com Sevcenko (1998, p.528): “O charuto representa o prestígio das posições conquistadas, o prêmio do sucesso, a consagração de uma reputação, trazendo como corolário a admiração feminina, a promessa de maiores prazeres e novas conquistas. [...]”. É o homem que tem o cigarro, que, provavelmente ficará com o prêmio da vez: a companhia feminina.

Outro personagem masculino que chama a atenção pelo seu tamanho é o da capa nº595 [Fig.18].

Ele se encontra num lugar público, talvez uma rua, da onde pode se ver ao fundo tanto elementos naturais, como flores e palmeira, como elementos construídos pelo homem, os dois prédios, a luz elétrica (poste): “[...] Cidade e mulher eram sexualizadas e adornadas porque pareciam ser as estrelas que brilhavam com a modernidade.” (OLIVEIRA, 2008, p.205). Nesse cenário marcado por um dia claro com nuvens amarelas, brancas e cinzas, uma mulher com um vestido e lenço esvoaçante, anda por ali, segurando em uma das mãos sua bolsa e na outra um pequeno embrulho. A melindrosa apesar de estar no primeiro plano (já que a sua roupa fica na frente do outro personagem) é muito menor que o almofadinho. Ele, que tem feições de macaco (formato do nariz, grandes orelhas, “máscara” mais clara ao redor dos olhos, parte branca envolta), está vestido de malandro (roupa inteira branca), usa entre os lábios uma piteira para fumar seu cigarro que está no canto da boca, que deixa aparecer um sorriso malicioso, assim como seu olhar. Devido ao seu tamanho ele tem o olhar voltado para baixo, para poder olhar a moça que passa. O contraste da pele entre a figura do malandro e a da moça apresenta uma distinção social, ainda que o tamanho desproporcional entre as figuras diminua um pouco essa diferença na hora da leitura visual. Mesmo assim, o racismo em J. Carlos fica evidente ao representar um homem negro, um malandro, praticamente como um macaco.



Figura 18
J. Carlos, Para Todos...nº 595, 10 de maio de 1930.



Figura 19
J. Carlos, Para Todos...nº 604, 12 de julho de 1930.

Outro personagem que lembra um malandro, mas bastante diferente da figura anterior, é o homem da capa de nº604 [Fig.19], que nada e assemelha ao macaco, o almofadinho usa o chapéu de lado, uma linha da cor marrom cortando parte da vegetação e do amarelo (a parte amarela não ficou muito clara já que se parece com as formas do fundo, no entanto, ela tem um bolso onde fica um lenço) sugere uma bengala. Seu rosto é formado por muitas linhas, lembrando uma máscara. Uma pequena parte do seu sorriso (linha vermelha), com o cigarro no canto da sua boca, aliado às outras características, como o chapéu palheta, o deixa com o ar de malandro. A moça a sua frente, que possui “olhos de gato”, é sedutora, tem a boquinha vermelha, assim como as listras de sua roupa, e as contas de seu co-

lar. Uma vegetação colorida compõe boa parte do fundo do lado esquerda da capa.

Do colorido e quente das capas anteriores, vamos para a ilustração nº640 [Fig.20], que passa a sensação de frio. Nelastemos alguns índices do contexto da modernidade: a luz elétrica, o semáforo que remete ao trânsito de carros, o jogo amoroso na penumbra. O tom frio é conseguido pelo movimento da folhagem da árvore, pelas roupas dos personagens, pelo tom azulado da cena. Eles se encontram numa esquina, já que há dois semáforos. O homem tem uma das mãos no bolso, um cigarro junto à boca, e, apesar de não podermos ver o seu rosto, pela posição do seu corpo e chapéu, vemos que ele se direciona a moça que está encostada no poste.



Figura 20
J. Carlos, Para Todos... nº 640, 21 de março de 1931.



Figura 21
J. Carlos, Para Todos... nº 648, 16 de maio de 1931.

Diferente da imagem anterior [Fig.20] a capa nº648 [Fig.21] promove uma sensação de um dia agradavelmente quente. Conta com tons de cinza amarelado e o preto para promover a atmosfera de um encontro no entardecer. A moça sentada em um banco tem o braço direito sobre seu corpo segurando com a mão o braço esquerdo. O homem tem no canto da boca um cigarro, usa gravata borboleta, chapéu e bengala. A representação do moço leva a crer que ele está interessado na melindrosa, ele a olha por baixo do chapéu, ela não o olha, mas sim

para o lado com um sorriso estampado no rosto, dissimulando que gostou da presença do rapaz.

Enquanto que as primeiras ilustrações eram bastante coloridas e chapadas (com pelo menos três cores, que variando a quantidade utilizada promovia outros tons da mesma cor), as duas capas apresentadas anteriormente trabalham de forma diferente o uso das cores. Através da monocromia, no caso da capa nº640 [Fig.20], se apresenta nas folhagens da árvore, e na outra [Fig.21], no casal sentado; dessa forma o artista consegue uma sensação de profundi-

dade e volume interessantes. Nessas duas imagens o cigarro promove aos homens uma presença misteriosa, malandra e máscula, que aliam as suas veste e atitudes, na tentativa de conquistar as figuras femininas que se encontram junto a eles.

A seguir temos imagens em que J. Carlos trabalha principalmente com linhas vermelhas e pretas, preenchendo algumas áreas, mas que a exploração da cor do papel é parte privilegiada da ilustração: ela passa a sensação de um casaco fofo de pele que protege o casal, ao mesmo tempo em que deixa o chapéu do homem impecável.

Na charge a seguir [Fig.22] um casal vestido elegantemente, provavelmente depois de sair de algum

evento, conversa sobre o *flirt* da mulher, motivo da expressão enfezada do homem. Pela resposta dela logo concluímos que ela flertou com vários durante o passeio, o que ocasiona a graça do chiste.

[...] Elegantes e joiais em seus costumes de certim, peles e plumas, pareciam figuras intocáveis ao lado de seus acompanhantes. Pois, se o luxo era uma necessidade para a economia em florescimento, a mulher burguesa adornada representava o luxo em si mesma. A mulher simbolizava para seu companheiro, rico e burguês, seu sucesso e status social. A extravagância de seu traje, a qualidade de seu penteado, a largura de seu leque, todos esses elementos juntos pareciam testemunhar a importância social de seu companheiro [...] (OLIVEIRA, 2010, p.189-190).



Figura 22
J. Carlos, Para Todos...nº 640, 21 de março de 1931, p.18.

Não se pode esquecer ainda que a contrapartida do marido provedor era a mulher responsável pela honra familiar. Ou seja, em troca do sustento garantido, a mulher casada deveria se distinguir socialmente, respeitando os ditames da moral e dos bons costumes, evitando incorrer em injúria grave, definida como o procedimento que “consiste em ofensa à honra, respeitabilidade ou dignidade do cônjuge”. Isso significa dizer que o julgamento do comportamento do marido pela sociedade dependia em grande parte do comportamento da mulher. (MALUF, MOTT, 1998, p.381-382).

Dessa forma, a mulher casada sustentada pelo marido e adornada por ele como forma de exibição *dostatus* social, ao flertar com outros homens, desafia os “bons costumes” e o próprio marido, o qual devido à atitude de sua esposa pode perder prestígio social (já que, se o marido notou a sua mulher flertando com alguém que não fosse ele, outras pessoas – que não necessariamente a pessoa a qual ela fez o *flirt* – podem ter visto o mesmo).

O *flirt* fazia parte dos jogos amorosos, onde mulheres e homens trocavam olhares, às vezes algumas palavras, sem ter um envolvimento emocional. Era uma forma de divertimento, adequava-se ao compasso da modernidade, do efêmero, como expressado por Lola Kneip em “Mlle. Futilidade” em *Para Todos...* de 1930:

Amor, meu querido? Ora, isso é para os “trouxas”... O “flirt”, “o flirt” sim, esse eu o adoro e creio nelle como creio em Deus que me deu a vida... Amor? Ora, tu ainda és do tempo dos suicídios sentimentais, dos suaves violinos gemendo sob as janellas, em noites de luar?... Qual! Tudo isso é antigo, passista! Só “flirt” eu creo, só o “flirt” eu adoro... E lá se vae Mlle. Futilidade, deixando o “apaixonado” á antiga tonto... A procura de novos amores. Amores de sabor de fruta acida, sem doçura nem pieguices... Legítimos amores século XX, Mlle. Muda de amores como muda de vestidos. É inconstante como o vento caprichoso como a própria vida. Pinta-se. Escandalosamente. Dansa. É perita nos tangos e nas valsas rodopiantes... Adora o cinema, Os chás. Em toda a festa (?) e pintadinha, como uma estranha flor de sedução e poses (?) do, aparece a figura ultra-moderna de Mlle. Desiludindo velhos amores... Despertando novos caprichos... [...]

Apesar de a figura feminina ser apresentada aqui como “Mlle Futilidade” e “Mlle. Desiludindo”, é um exemplo de representação sobre a melindrosa e o *flirt*. Através das diferentes capas e textos analisados aqui, compreendemos que o *flirt* fazia parte de uma cultura moderna, mas que ainda tinha dúvidas sobre como lidar com essas novas formas de relação.

O *flirt* pode ser apreendido na figura da mulher da capa nº660 [Fig.22]. A cena se passa numa praia, o casal em destaque está debaixo de um guarda-

sol, os dois usam roupas comuns. Enquanto seu companheiro está com os olhos fechados e um sorriso de satisfação, ela está de olhos bem abertos, olhando de canto para algo muito interessante, mas que foge ao nosso alcance, pelo lugar e o tipo de olhar supomos que ela esteja flertando. Pela postura da mão e de um tracinho, a mulher parece segurar o cigarro, ainda que não possamos afirmar, já que a imagem da impressão está cortada. O homem com um nariz vermelho que lembra o de um palhaço, ao contrário, tem o cigarro vistoso no canto da boca, desfrutando do prazer promovido pelo objeto, enquanto a mulher desfruta do prazer do *flirt*. O nariz do marido pode ser um chiste de J. Carlos sobre o homem estar sendo feito de bobo por ela, bem na sua frente. Mas isso “não importa”, já que fuma seu cigarro satisfatoriamente.



Figura 23
J. Carlos, *Para Todos...* nº 660/ 08 de agosto de 1931.

As duas próximas imagens apesar de terem diferenças, como nos estilos de desenhos e formas de preenchimento das figuras, e da distância temporal, elas se aproximam no aspecto temático: os dois homens são gordinhos, possuem o nariz vermelho como o de um palhaço e ficam desconcertados com a presença das belas melindrosas. O *flirt* e o olhar *voyeur* estão presentes na cena.

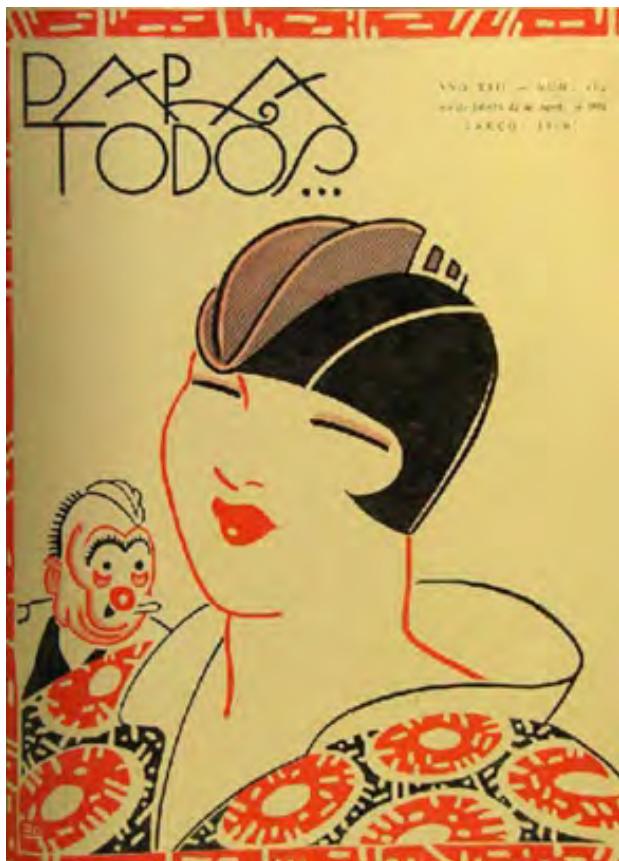


Figura 24
J. Carlos, Para Todos... nº 662/ 22 de agosto de 1931

Na Figura 24 o busto de uma melindrosa de olhos puxados, cabelos bem curtos e pretos, com um pequeno chapéu na cabeça, e com uma roupa estampada em vermelho, preto e branco, ocupa boa parte do primeiro plano. Devido ao tamanho do homem – meio careca, que também usa um pequeno chapéu na cabeça – e a sobreposição dela diante dele, percebemos que ele está a certa distância da moça. Com o cigarro no canto da boca a admira e fica com uma expressão de bobo, com a presença da mulher a qual observa. O cigarro é mais um aspecto compositivo que ajuda na expressão facial de perplexidade do homem ao ver a beleza da jovem bela a sua frente.

Embora a imagem a seguir não tenha o elemento cigarro em sua composição, ela explora ainda mais o potencial de “perigo” e susto que as melindrosas poderiam causar aos desavisados de sua bela presença; O “almofadão” da Figura 25 quase é morto pela beleza da melindrosa. Ele chega a derrubar seu jornal e bengala, e a ver corações flechados, estrelas, enfim, fica zonzo com tamanho susto que levou ao receber os olhares da jovem. Ela usa um vestido curto que delineia bem o seu corpo, chapéu cloche, e leva atrás dela uma sombrinha fechada e sua bolsa. Talvez o susto do senhor tenha sido ocasionado por uma mulher tão jovem e bela exercer com ele, um homem gordo, feio e mais velho, o *flirt*.



Figura 25
J. Carlos, Para Todos... nº 474, 14 de janeiro de 1928, p.18.



Figura 26
J. Carlos, Para Todos... nº 665, 12 de setembro de 1931.
Amiguinhos - Agora vamos guardar um minuto de silêncio pensando em nossa avó!

Na última ilustração analisada [Fig.26], vemos um almofadinha fumando, com uma mulher em cada braço. De acordo com Cunha (2009, p.8):

[...] Constituir família não era um objetivo. A verdadeira diversão estava no *flirt*, um jogo de sedução que não deveria ter maiores consequências, já que não estava destinado a durar, era antes de tudo um jogo entre os sexos para ver qual deles seria o seduzido.

Nesse caso, quem parece que ganhou o jogo amoroso foi o homem, que desfruta da companhia de duas melindrosas. As pernas tortas, a linha suave do chão, um personagem parecendo se escorar um no outro, passam a sensação de embriaguez. O humor da imagem é aliado ao uso da legenda logo abaixo dela: pensar na avó enquanto se está torto por causa da boemia, deixa a frase mais irônica. O pronome nossa, aumenta ainda mais a pluralidade da ilustração, pois cada um pode pensar na sua respectiva avó, ou todos eles terem a mesma avó.

Através dessas capas vimos que o problema de adequar as capas da revista ao anúncio feito por ela, sobre o público alvo o qual queria atingir (apontado no capítulo anterior), é executado por J. Carlos de forma que às vezes as aproximam e outras vezes as distanciam.

Elas são tradicionais quando relacionam os jogos amorosos ao cigarro, pois nessa relação sómente os homens fumam. Quando comparada com as representações de J. Carlos nas capas, em que há somente a figura feminina com o cigarro, com exceção de uma, elas seguram os cigarros entre os dedos, e não na boca como fazem os homens. Vimos também que quando esse homem não tem o cigarro na boca, ele é representado quase que da mesma forma que as melindrosas “fumantes”, apontando para o lado mais tradicional dos costumes.

Em todos aqueles em que podemos ver a boca de frente ou de três quartos, vemos que o cigarro se encontra sempre no canto na boca. A presença do cigarro se torna uma figura comum, quase um acessório, masculino, e aliado na hora dos jogos amorosos. Nessas representações o cigarro é para os almofadinhas o companheiro para a hora da conquista. Torna-se um elemento claramente relacionado à masculinidade e a virilidade do indivíduo.

Nas representações expostas nesse capítulo as melindrosas se distanciam de alguns pontos levantados por Cunha (2009) como o ato de fumar e de dirigir um automóvel:

Mas o questionamento dos antigos padrões é ainda mais contundente no caso das melindrosas. Todo o seu visual é uma mudança nos antigos padrões de feminilidade. Se os almofadinhas procuram se feminilizar, as melindrosas são muitas vezes vista como masculinizadas: usam os cabelos curtos, muitas vezes usam calças, fumam, dirigem automóvel, têm uma atitude muito mais ativa em relação aos seus desejos, freqüentam os espaços públicos de uma forma até então pouco usual. Estão na verdade totalmente integradas às novidades que se apresentavam. (CUNHA, 2009, p.8).

No entanto, nos jogos amorosos as melindrosas são donas de seus desejos, praticando o *flirt* não deixam de ser femininas, com os lábios pintados a carmim em formato de coração, com vestidos esvoaçantes que mostram as formas de seu corpo. Nesses jogos amorosos há uma troca onde o homem tem um olhar sobre a mulher que às vezes não o vê, mas permite e gosta de ser observada. Já alguns dos almofadinhas são bem maquiados, com lábios vermelhos e com pó-de-arroz parecem usar mais uma máscara do que maquiagem.

Apesar da maioria dessas capas apontarem para mulheres sendo desejadas e observadas, nessas ilustrações elas não parecem se incomodar com isso (pelo menos na maior parte das vezes), ao contrário, parecem saber e gostar de serem alvos de olhares de admiração e contemplação de sua beleza, é quase que uma “massagem no ego”.

Novos comportamentos como o *flirt* e o uso do cigarro, é tanto influenciado pelos veículos de comunicação como entre um sujeito e o outro, um sujeito que pode provocar admiração em alguém mais novo, como, por exemplo, em uma criança [Fig.12].

Assim como o aumento da presença feminina nos espaços públicos, o cigarro torna-se cada vez mais comum no cotidiano, sobretudo do cotidiano masculino. O cigarro não é o único elemento símbolo de modernidade que aparece nessas ilustrações, hora ele é acompanhado por uma multidão masculina; hora está junto a uma multidão feminina; às vezes aparece com personagens que lembram astros de cinema; outras vezes com os automóveis, semáforos, prédios, luz elétrica. Enfim faz parte de um conjunto de indícios da modernidade, mas que nas representações feitas por J. Carlos apresentadas neste capítulo, levam a crer que o cigarro é algo que aumenta a virilidade masculina, assim como o carro, a bengala, o chapéu, a forma de se portar diante dos jogos amorosos com uma moça, seguindo-a com o olhar.

O cigarro pode ser uma “desculpa” [Fig.14] um gesto rotineiro que ajuda na hora em que um homem precisa dissimular uma situação em que “perseguiu” uma moça bonita. No entanto, essa distração com o cigarro, pode permitir à sua mulher o *flirt* com outros [Fig.21], levando as leitoras a rirem de tal situação, a dos almofadinhas serem feitos de bobos bem na sua “vista” e na frente de todo mundo.

Quando o homem não está com o cigarro na boca, mas sim nas mãos parecem ter a virilidade questionada, como quando não olham e nem dão bola para mulher que todos admiram, ou quando rodeado de belas moças, é por elas paparicado e arrumado.

O cigarro nas representações feitas por J. Carlos nas capas aqui analisadas está associado à vaidade masculina, é um acessório, um elemento como a bengala ou o chapéu que reforçava a sua masculinidade. Companheiro para todas as horas, principalmente quando está na presença de uma melindrosa.

Considerações Finais

Nós não explicamos um quadro: explicamos observações sobre um quadro. (BAXANDALL, 2006, p.31)

A modernidade, marcada por transformações nos mais diferentes âmbitos da sociedade, impulsionou novas percepções e sensibilidades na forma de ver, sentir, ouvir e representar o mundo a sua volta. É nesse contexto, cercado de rupturas e permanências que J. Carlos exerceu seu trabalho como diretor artístico e ilustrador das capas da revista *Para Todos...*

No periódico em questão J. Carlos trabalhou com uma das estéticas que permeou essa nova sensibilidade, o art déco, uma expressão própria da modernidade, como nos afirma Cardoso (2008, p.100-101):

[...] Entre nós, o impacto do Art Nouveau e do Art Déco resumiu-se muito mais a questões de afirmação da modernidade do que a um tipo de distinção social, cujas formas exteriores passavam por outros critérios bem diferentes na Bela Época tropical [...].

Através de cenários e personagens no estilo art déco, nas capas analisadas ao longo da pesquisa, o ilustrador trouxe nelas outros elementos da modernidade, como o uso do cigarro e os jogos amorosos. A fumaça do cigarro nas ilustrações feitas por J. Carlos dão origem a linhas sinuosas e às vezes decorativas, que são importantes para a composição

visual, assim para como o cigarro como algo sedutor.

Pautados na metodologia proposta por Baxandall (2006) e Freitas (2004), buscamos no decorrer dos capítulos abordar possíveis interpretações das imagens produzidas por J. Carlos, apontando para como ele resolveu problemas relacionados tanto a temática quanto a questões estilísticas adotadas por ele nas ilustrações. Compreendemos que questões sobre como ser moderna e tradicional ao mesmo tempo norteou o trabalho desse artista na revista *Para Todos...* ao tentar adequar para o público alvo, a classe média-alta e alta, suas capas.

Nas fotografias da *Para Todos...* podemos observar que o cigarro é utilizado recorrentemente pelos artistas das mais diferentes áreas, do cinema e do teatro, os artistas estavam associados a figuras de vanguardas, que adotaram posturas não convencionais, ao compasso da modernidade. A imagem do cigarro associada a estes atores, assim como as propagandas e outras representações, impulsionou uma cultura onde fumar era um gesto libertador relacionado à elegância e sensualidade da mulher ou a masculinidade do homem.

Índios desses tempos modernos, o cigarro industrializado e os jogos amorosos, puderam ser tratados pelo artista tanto de uma forma moderna e de ruptura, mas também como tradicional e de continuidade.

Apesar de J. Carlos representar melindrosas, figuras femininas modernas, quando estas estão em companhias masculinas em jogos amorosos, elas não usam o cigarro; são sempre os personagens almofadinhas que fumam, aliando uma visão tradicional e moderna de mundo. É moderna na medida em que apresenta figuras femininas fumando, num gesto libertador e ousado, mas se mantém tradicional quando estas são acompanhadas pelas figuras masculinas.

As melindrosas de J. Carlos apesar de apresentarem o cabelo curto e fumarem, elas não deixam de ser femininas, apresentando a sensualidade no próprio ato de fumar aliada a sua boca em forma de coração. Há uma erotização dos objetos, o cigarro como um fetiche quando associado à mulher, como um ato libertador; já quando o cigarro era relacionado ao homem se tornava símbolo de poder, virilidade.

As mulheres que compravam a revista poderiam ter o desejo despertado por essas capas, mostrando uma nova postura naquilo que elas admiravam e que talvez sonhassem em ser, uma conduta moderna ainda que mantenha alguns laços com a tradição.

Se elas não são representadas fumando quando na companhia masculina, pelo menos o flirt lhe é permitido, olhando para o lado e para nós, deixando o nosso lado voyeur vir à tona, tornando-se dessa forma uma expressão moderna, onde os jogos amorosos fazem parte de uma cultura de troca de olhares, assim como o permitir ser olhado e desejado, gostando do olhar escópico do outro sobre sua figura.

Como vimos no capítulo 2, as melindrosas fumantes se encontram, quase que em sua maioria, em lugares privados, e quando não privados, estão em lugares ermos. Essa situação associada ao gestual sensual e elegante dessas figuras é como um convite ao olhar voyeur sobre elas. Algumas sabem que estão sendo observadas, pois tem o olhar voltado para nós, o que de alguma forma acaba nos tornando também objeto voyeurístico. Às vezes elas são determinadas e ousadas em seus atos, outras vezes parecem frágeis criaturas a mercê do cigarro, ou de uma figura que a proteja.

Mas quando estão ao lado de almofadinhas, como acompanhamos no capítulo 3, as melindrosas não fumam, o cigarro torna-se quase que um objeto exclusivo dos homens, o caracterizando como mais viris, assim como nas relações de jogos amorosos, buscando conquistar uma moça, ou a seguindo para admirar sua beleza. O cigarro usado adequadamente pelo homem – no canto da boca, preferencialmente – acaba se transformando para o almofadinho, um objeto bastante útil nos seus flirts, servindo para demonstrar sua masculinidade, para dissimular alguma coisa, para atrair mais olhares. No entanto, nem sempre as mulheres correspondem aos olhares desses homens, preferindo seguir o seu caminho, apenas sabendo que estão sendo desejadas.

Dessa forma pudemos compreender que as representações feitas por J. Carlos nas capas da *Para Todos...*, entre os anos de 1926-1931, apontam para o cigarro e os jogos amorosos como indícios de modernidade, indicando novos códigos culturais e novas posturas sociais na sociedade carioca, dialogando com o contexto em que foram produzidas.

Referências:

- BAXANDALL, Michael. **Padrões de intenção**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.
- CARDOSO, Rafael. O império dos estilos. In: **Uma Introdução à História do Design**. 3 ed. São Paulo: Blucher, 2008. p.94-108.
- CRYSANTHÈME. Diário de uma “Melindrosa” em Petropolis. In: **Ilustração Brasileira**, junho de 1926.
- CUNHA, Getúlio Nascentes da. Melindrosas e almofadinhas: feminilidades e masculinidades no Rio de Janeiro da década de 1920, **ANPUH – XXV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA** – Fortaleza, 2009. Disponível on-line: <http://anpuh.org/anais/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S25.0728.pdf>
- FABRIS, Mariarosaria. Cinema: da modernidade ao modernismo. In: FABRIS, Annatereza (org). **Modernidade e Modernismo no Brasil**. 2 ed. Rio Grande do Sul: Zouk, 2010.
- FREITAS, Artur. História e imagem artística: por uma tríplice abordagem. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, nº34, jul. - dez. 2004, p.3-21.
- GEERTZ, Clifford. O Impacto do Conceito de Cultura sobre o Conceito de Homem. In: **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989. p.45-66.
- _____. A arte como um sistema cultural. In: **O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa**. 6º ed. Petrópolis: Vozes, 1997. p.142-181.
- GOMES, Tiago. Massais, mulatas, meretrizes: imagens da sexualidade feminina no Rio de Janeiro dos anos 1920, **Cadernos Pagu** (23), julho-dezembro de 2004. Disponível on-line: <http://www.scielo.br/pdf/%00D/cpa/n23/n23a05.pdf>
- HEUER, Wolfgang. Nem “eu” nem “eles”. Intersubjetividade no pensamento de Hannah Arendt. In: BREPOHI, Marion; MARSON, Izabel; NAXARA, Márcia (Orgs.). **Figurações do outro**. Minas Gerais: EDUFU, 2009. p.157-174.
- KLEIN, Ricahrd. **Cigarros são sublimes: uma história**

cultural de estilo e fumaça. Rio de Janeiro: Rocco, 1997. KNEIP, Lola. *Mlle. Futilidade*. In: **Para Todos...**, nº597, 24 de maio de 1930, p.11.

LOREDANO, Cássio (org.). **O Bonde e a Linha**: um perfil de J. Carlos. Rio de Janeiro: Capivara, 2003.

LUSTOSA, Isabel. J. Carlos, o cronista do traço. PESAVENTO, Sandra Jatahy; VELLOSO, Mônica Pimenta (orgs.). **História e Linguagens**: texto, imagem, oralidade e representações. Rio de Janeiro: 7Letras, 2006. p.151-167.

MAGALHÃES JR, R. O “jus” do galanteio. In: **Para Todos...** nº 665, 12 de setembro de 1931, p.32.

MALUF, Marina; MOTT, Maria Lúcia. Recônditos do mundo feminino. In: **História da vida privada no Brasil**, vol.3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p.367-421.

MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em revista**: Imprensa e práticas culturais em tempo de república. São Paulo (1890-1922). São Paulo: Fapesp, Edusp, Imprensa Oficial, 2001.

OLIVEIRA, Cláudia. A iconografia do moderno: a representação da vida urbana. In: **O moderno em revistas**: representações do Rio de Janeiro de 1890 a 1930. Rio de Janeiro: Garamond, 2010. p.111-266.

_____. Rio femme – mulher Rio: a representação do amor e da sexualidade nas ilustradas cariocas *Fon-Fon* e *Para Todos* – 1900-1930, **ArtCultura**, Uberlândia, v. 10, n. 16, jan-jun. 2008. Disponível on-line: http://www.artcultura.inhis.ufu.br/PDF16/C_Oliveira.pdf.

_____. Fotografia e a representação do Rio de Janeiro moderno em *Fon-Fon!*, *Selecta* e *Para Todos...* (1907-1930). In: LUSTOSA, Isabel (Org.). **Imprensa, História e Literatura**. Rio de Janeiro: FCRB, 2004a.

_____. A “Vênus moderna”: mulher e sexualidade nas ilustradas cariocas *Fon-Fon!*, *Selecta* e *Para Todos* entre 1900-1930. **Mneme**, v. 05, n. 11, jul-set. 2004b. Disponível on-line: <http://periodicos.ufrn.br/index.php/mneme/article/view/220/205>

PESAVENTO, Sandra Jatahy. Apresentação do Dossiê “História Cultural e Multidisciplinaridade”.

In: **Fênix** – Revista de História e Estudos Culturais, v.4, ano IV, n.4, out./ nov./ dez. 2007. Disponível em: <http://www.revistafenix.pro.br/artigos13.php>. Acesso em: 16/07/2012.

_____. Sensibilidades no tempo, tempo das sensibilidades. In: **Nuevo Mundo Mundos Nuevos**, Coloquios, 2005. Disponível em: <http://nuevomundo.revues.org/229>. Acesso em: 16/07/2012.

PINTO, Maria Inez Machado Borges. Cultura de massas e papéis femininos na construção de ícones da modernidade, na paulicéia dos anos 20. In: **Revista de História**, 139, 1998, p.63-73.

QUELUZ, Marilda Lopes Pinheiro. **O humor gráfico da década de 20**: entre o art nouveau e o art deco. XXIV Simpósio Nacional de História, 2007.

RUBENS, Carlos. Triste Symbolo. In: **Ilustração Brasileira**, junho de 1926.

SALGUEIRO, Heliana Angotti. Introdução à edição brasileira. In: **Padrões de intenção**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

SEVCENKO, Nicolau. Introdução. O prelúdio republicano, astúcias da ordem e do progresso. In: **História da vida privada no Brasil**, vol.3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

_____. A capital irradiante: Técnica, ritmos e ritos do Rio. In: **História da vida privada no Brasil**, vol.3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p.513-619.

SINGER, Bem. Modernidade hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular. In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanessa. **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo, Cosac e Naify, 2004.

SOBRAL, Julieta. J. Carlos, designer. In: CARDOSO, Rafael (org.) **O design brasileiro antes do design**: aspectos da história gráfica 1860-1960, editora Cosac Naify, 2005.

_____. **O desenhista invisível**. Rio de Janeiro: Folha Seca, 2009.

VELLOSO, Monica Pimenta. **Las Ciudades de los**

sentidos: Paris, Rio de Janeiro y Buenos Aires. In: **Nuevo Mundo Mundos Nuevos**, Coloquios, 2008. Disponível em: <http://nuevomundo.revues.org/15022>. Acesso em: 16/07/ 2012.

_____. O modernismo brasileiro: outros enredos, personagens e paisagens. In: **Nuevo Mundo Mundos Nuevos**, Debates, fev. 2007a. Disponível em: <http://nuevomundo.revues.org/3557>. Acesso em: 15/07/2012.

_____. A dança como alma da brasilidade. In: **Nuevo Mundo Mundos Nuevos**, Coloquios, mar. 2007b. Disponível em: <http://nuevomundo.revues.org/3709>. Acesso em: 15/07/2012.

_____. Sensibilidades Modernas: as revistas literárias e de humor no Rio da Primeira República. In: LUSTOSA, Isabel (Org.). **Imprensa, História e Literatura**. Rio de Janeiro: FCRB, 2004.

VELLOSO, M. P.; MOREL, M.; BESSONE, T. Percepções do moderno: as revistas do Rio de Janeiro. In: Lucia Maria Bastos Neves; Marcos Morel; Tania Maria Bessone. (Org.). **História e imprensa, representações culturais e práticas de poder**. Rio de Janeiro: Faperj/dDPA, 2006.