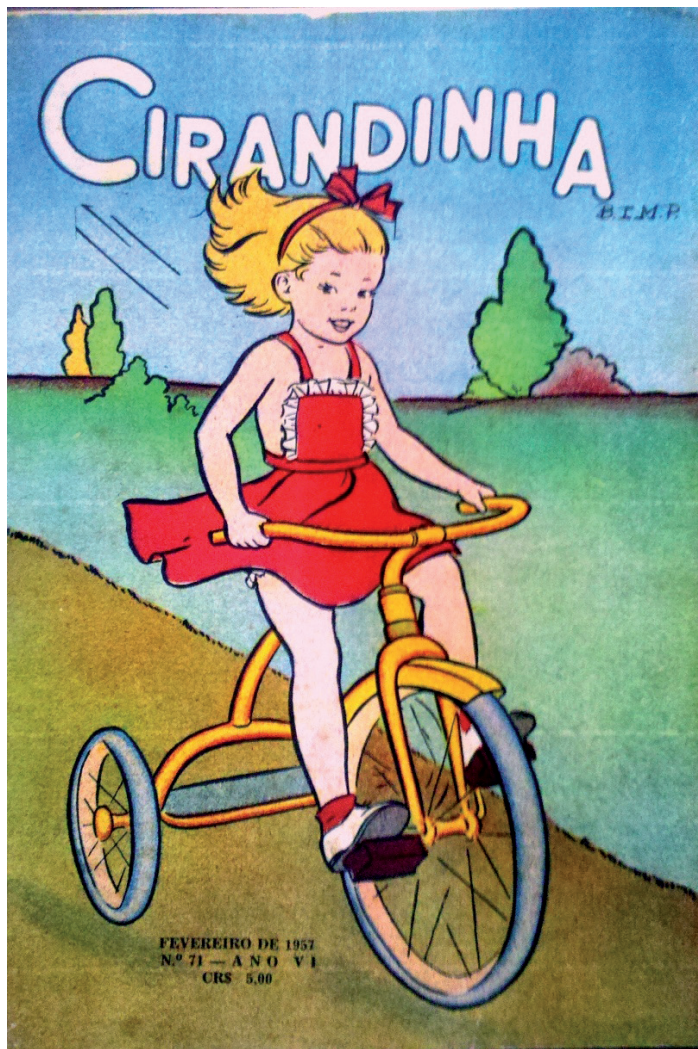


*Entre laços, rendas e fitas, onde estão os botões?*

*As roupas de crianças e a educação  
do corpo (década de 1950)*



Capa da revista *Cirandinha*. Fotografia, 1957.

### *Carmen Lúcia Soares*

Mestre em Filosofia e História da Educação pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Doutora em Educação pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Professora da Faculdade de Educação e do Programa de Pós-graduação em Educação da Unicamp. Pesquisadora do CNPq. Autora, entre outros livros, de *As roupas nas práticas corporais e esportivas: a educação do corpo entre o conforto, a elegância e a eficiência (1921-1940)*. Campinas: Autores Associados, 2011. carmenls@unicamp.br

### *Fernanda Theodoro Roveri*

Doutoranda em Educação na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Professora de Educação Infantil na rede municipal de ensino de Campinas. Autora de *Barbie na educação de meninas: do rosa ao choque*. São Paulo: Annablume, 2012. ferdt@yahoo.com.br

## Entre laços, rendas e fitas, onde estão os botões? As roupas de crianças e a educação do corpo (década de 1950)

Among bows, laces, and ribbons, where are the buttons? Children's clothing and education of the body (the decade of 1950)

*Carmen Lúcia Soares*  
*Fernanda Theodoro Roveri*

### RESUMO

O vestuário infantil pode permitir a compreensão de comportamentos, de regulamentações de condutas, de constrangimentos e desejos suscitados no ato de cobrir e descobrir o corpo das crianças. Concentrando e expressando conhecimentos de diferentes ordens, as roupas afirmam traços humanos, revelam pertencimentos e exclusões, assim como inúmeras diferenças entre os seres humanos, nas quais se incluem as de gênero. Assim, este artigo analisa o lugar das roupas na educação do corpo de meninas e meninos, tomando como fontes principais duas revistas brasileiras publicadas durante a década de 1950 destinadas a um público infantil: *O Tico-Tico* e *Cirandinha*, ambas da editora O Malho. Examina ainda a caracterização das crianças apresentada pelas revistas, os trajes veiculados e os modelos de comportamento difundidos aos leitores, discutindo as expectativas sociais em relação à infância de meninos e meninas.

**PALAVRAS-CHAVE:** educação do corpo; roupas; infância.

### ABSTRACT

*Children's clothing might allow us to understand behaviors, conduct regulations, constraints, and desires associated with the acts of covering and uncovering children's bodies. Concentrating and expressing knowledge of different kinds, clothing asserts human traits, unveils belongings and exclusions, as well as many other differences between humans, among which gender differences. This article addresses the role of clothing in the education of girls' and boys' bodies, taking, as its main sources, two Brazilian children's magazines published during the 50's: *Tico-Tico* and *Cirandinha*, both by O Malho publishing house. Moreover, this paper looks at the characterization of children in these magazines, clothing and models of behavior conveyed to its readers, discussing social expectations regarding boys' and girls' childhood.*

**KEYWORDS:** education of the body; clothing; childhood.



A educação do corpo visualizada, percebida e interrogada em distintas narrativas compreende um conjunto de técnicas, de políticas, de pedagogias que se expressam ora de modo preciso, ora de modo difuso. O ato de vestir-se ou de adornar um corpo nu revela-se, assim, como parte significativa dessa educação do corpo, uma vez que, em sua aparente banalidade, expressa valor informativo e, como marca da cultura, demarca posição social, pertencimentos diversos tais como os de gênero e de reli-

gião. Esse gesto, portanto, concentra inúmeros processos culturais e revela uma íntima relação com os costumes de cada época e de cada sociedade, balizando percursos do que é útil e do que é inútil.<sup>1</sup>

As roupas, como elemento da cultura material, constituem, efetivamente, parte significativa da educação dos corpos<sup>2</sup> e revelam correspondências subterrâneas entre o material e o subjetivo porque, como a língua ou a escrita, elas apelam para um domínio complexo de informações que se transformam constantemente, conforme analisou Cornelia Bhon.<sup>3</sup> Elas constroem, compõem, fabricam aparências e, dessa forma, contribuem para a compreensão de aspectos da vida em sociedade por vezes negligenciados ou até mesmo esquecidos. Roland Barthes<sup>4</sup> descreve a roupa como uma linguagem, e o ato de vestir-se como uma atividade significativa. Como uma segunda pele, as roupas permitem pensar o sensível e todas as relações entre os indivíduos e os objetos constituindo, por essa via, uma história da educação do corpo, da beleza, mas também uma história da educação, da saúde, da higiene, do mercado e do consumo. Elemento formal, normativo, simbólico, sem dúvida, a roupa permite a compreensão das transformações e do funcionamento de uma dada sociedade. Elas são “como as palavras de uma língua que é necessário traduzir e explicar”.<sup>5</sup> Maneiras de se vestir revelam, assim, maneiras de viver em sociedade.

Uma análise das roupas de meninas e meninos nos permite compreender aspectos da educação do corpo infantil que se estabelece em gestos aparentemente banais como os de abotoar, soltar, amarrar, prender, apertar. Permite-nos, também, pensar que as cores, as estampas, as medidas, toda a costura de uma peça revelam um esforço de tornar o corpo educado. Alison Lurie lembra que cores escuras e desenhos envolvendo esportes, veículos e animais selvagens são escolhidos para estampar as roupas dos meninos, geralmente costuradas com fechos, botões e zíper. As roupas das meninas, por sua vez, costumam ser feitas em coloração mais clara, com estampas de flores e animais domésticos. Para a autora, “a sugestão é que o menino brincará vigorosamente e percorrerá longas distâncias; a menina ficará em casa e criará plantas e pequenos mamíferos”.<sup>6</sup>

As roupas escolhidas para meninos e meninas revelam, em seus detalhes, as marcas de poder entre os sexos.<sup>7</sup> A moda dirigida às meninas coloca em relevo os valores do esmero, da delicadeza, graça, elegância e, sobretudo, fragilidade. Um elemento tão singular como o botão não tem seu lugar na roupa apenas como adorno ou fecho, Daniel Roche sugere que

*o botão é uma marca do poder viril, pois as mulheres e as crianças abotoam seus enfeites com alfinetes e laços. A mulher é sempre freada pelo grande aparato de coisas inúteis, de enchimentos e de armarinhos de suas roupas, o que justifica a dominação de um sexo por outro [...] a roupa está ligada a todos os fenômenos culturais, econômicos e sociais. Ela tem seu lugar na história das aquisições individuais, sexuais, sociais, nos múltiplos procedimentos de fabricação de objetos e do controle dos corpos.*<sup>8</sup>

As escolhas do que se veste e a roupa, portanto, também são modos bem concretos de educar o corpo infantil. Se pensarmos para além da família e da escola, uma miríade de outras instituições, indivíduos, assim como simples gestos quotidianos educam as crianças. As escolhas do vestuário são, também, fortemente influenciadas pelos veículos de comunicação, em

<sup>1</sup> Ver, por exemplo, MONT-TIAUX, Aude. *Nudité et vêtements: évolutions des symboles propres aux coureurs/euses à pied*. In: ROGER, Anne & TERRET, Thierry. *Sport et genre: objets, arts et médias*. Paris: L'Harmattan, 2005, vol. 4, e ROCHE, Daniel. *La culture des apparences: une histoire du vêtements (XVII-XVIIIème siècle)*. Paris: Fayard, 1989.

<sup>2</sup> Ver, por exemplo, os trabalhos de SOARES, Carmen Lúcia. *As roupas nas práticas corporais e esportivas: a educação do corpo entre o conforto, a elegância e a eficiência (1920-1940)*. Campinas: Autores Associados, 2011, e Vêtements. In: ANDRIEU, Bernard et BOËTSCH, Gilles. *Dictionnaire du corps*. Paris: CNRS Éditions, 2008, p. 338-340.

<sup>3</sup> Ver BHON, Cornelia. *Le vêtements comme médium*. In: MONNEYRON, Frédéric (dir.). *Les vêtements*. Paris, L'Harmattan, 2001.

<sup>4</sup> Ver BARTHES, Roland. *Sistema da moda*. São Paulo: WMF/Martins Fontes, 2009.

<sup>5</sup> ROCHE, Daniel, *op. cit.*, p. 48.

<sup>6</sup> LURIE, Alison. *A linguagem das roupas*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997, p. 227.

<sup>7</sup> A categoria gênero pode ser entendida como elemento das relações sociais que nos permite compreender argumentações e práticas discursivas que determinam distinções sociais atribuídas ao masculino e ao feminino, conforme propõe SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade*, v. 20, n. 2, Porto Alegre, 1995. Para uma compreensão das questões de gênero, educação e infância, ver pesquisas de BECCHI, Egle. *Ser menina ontem e hoje: notas para uma pré-história do feminino*. *Pro-Posições*, v. 14, n. 42, Campinas, 2003; VIANNA, Cláudia e FINCO, Daniela. *Meninas e meninos na educação infantil: uma questão de gênero e poder*. *Cadernos Pagu*, n. 33, Campinas, jul.-dez. 2009, e também XAVIER FILHA, Constantina. (org.). *Sexualidades, gênero e diferenças na educação das infâncias*. Campo Grande: Editora da UFMS, 2012.

<sup>8</sup> ROCHE, Daniel. *História das coisas banais: nascimento do consumo nas sociedades do século XVII ao XVIII*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000, p. 212.

<sup>9</sup> Ver BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo-Porto Alegre: Edusp/Zouk, 2007.

<sup>10</sup> Ver MARTINS, Ana Luiza. *Revistas em revista: imprensa e práticas em tempo de República*. São Paulo, 1890-1922. São Paulo: Edusp/Fapesp, 2008.

<sup>11</sup> A infância é pensada aqui sob uma perspectiva da história, por meio da qual se considera que cada época produz significados distintos com relação ao sujeito infantil. Sendo assim, pensar historicamente a condição da criança em relação ao adulto, à família e à sociedade, aos elementos culturais e não apenas biológicos e cronológicos nos permite uma compreensão das práticas que estabelecem um ideal de ser criança. Destacamos aqui que há expressivo número de publicações, nacionais e estrangeiras, com vistas ao alargamento dos horizontes conceituais propostos por Philippe ARIÈS, Philippe. *História social da criança e da família*. Rio de Janeiro: LTC, 1981. Ver, por exemplo, BECCHI, Egle et JULIA, Dominique (direc.). *Histoire de l'enfance en Occident*. Paris: Seuil, 2004; FREITAS, Marcos Cezar de (org.). *História social da infância no Brasil*. São Paulo: Cortez/USF, 1997; RIZZINI, Irene e PILOTTI, Francisco (orgs.). *A arte de governar crianças: a história das políticas sociais, da legislação e da assistência à infância no Brasil*. 3. ed. São Paulo-Rio de Janeiro: Ciespi/PUC-Rio, 2011. Ver ainda GONDRA, J. G. *Artes de civilizar: medicina, higiene e educação escolar na Corte Imperial*. Rio de Janeiro: Eduerj, 2004, *idem* (org.). *História, infância e escolarização*. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2002.

<sup>12</sup> SOARES, Carmen Lúcia, *op. cit.*, 2011, p. 7.

<sup>13</sup> Para a elaboração deste artigo foram consultados nove exemplares das revistas tomadas como fonte principal de pesquisa, a saber: *Almanaque d'O Tico-Tico*, anos: 1949, 1951, 1953, 1955, 1956; *Cirandinha*, ano I, n. 1, abr. 1951; *Cirandinha*, ano IV, n. 38, maio 1954; *Cirandinha*, ano VI, n. 63, jun. 1956; *Cirandinha*, ano VI, n. 64, jul. 1956; *Cirandinha*, ano VI, n. 67, out. 1956; *Cirandinha*, ano VIII, n. 82, jan. 1958; *O Tico-Tico*, ano

última análise responsáveis pela produção das escolhas e dos gostos de seus consumidores, conforme salientou Pierre Bourdieu.<sup>9</sup>

Neste artigo analisaremos a roupa infantil como elemento constitutivo de uma educação do corpo de meninos e meninas tomando como referência um potente veículo de educação: a revista, que faz parte do cotidiano brasileiro desde os fins do século XIX. Ana Luiza Martins destaca que, ao reforçar e condenar atitudes, as revistas formam gostos e descrevem hábitos. Documentando tempos, revelando vozes e traduzindo sentimentos, as revistas educavam seus leitores ao destacar certos temas e negligenciar outros.<sup>10</sup>

Folhear uma revista infantil nos permite uma aproximação, mesmo que tênue, das expectativas de outros tempos em torno das atitudes esperadas para meninos e meninas. Isso porque as revistas infantis constituíram um dos veículos nos quais discursos que definiam a criança eram produzidos<sup>11</sup>, além de serem espaços para a difusão de um tipo de julgamento do gosto.

Todavia, seria prudente pensar que em suas páginas

*não estão guardados segredos, não estão escondidos tesouros, mas sim, e de modo muito tênue, rastros humanos, pequenos trechos da vida que se esparramam em múltiplas direções entre lembranças e esquecimentos, em traços da memória ali preservados. Interrogá-las em seus silêncios, sussurros e gritos, em outras palavras, ouvi-las, olhá-las, narrá-las, interpretá-las, eis a tarefa do presente que se impõe.*<sup>12</sup>

Este texto discute o lugar da roupa na educação do corpo infantil tomando como fontes principais de análise as revistas *O Tico-tico* e *Cirandinha*, ambas publicadas na década de 1950 pela editora O Malho.<sup>13</sup> No interior das páginas dessas revistas poderíamos identificar e situar uma educação através da qual o corpo infantil é investido e meninos e meninas são significativamente diferenciados. O conteúdo dessas revistas e a publicidade ali presente, sobretudo, permitem uma leitura da trama que vai tecendo a infância no Brasil na década de 1950.

Inúmeras e diversificadas transformações ocorrem na sociedade brasileira nessa década<sup>14</sup> que, de maneira geral, afirma a vida urbana com seus novos ritmos, comportamentos, gestos e hábitos bastante distintos daqueles vividos em meio às atividades próprias de um mundo rural até então ainda predominantes, cujos valores seriam profundamente confrontados. Novos e abrangentes meios de comunicação influenciariam o comportamento das pessoas nos centros urbanos, juntamente com uma indústria que aqui se estabelecia e fabricava um significativo número de objetos, ampliando o crédito e o estímulo ao consumo, aspectos centrais do processo de urbanização do Brasil. Cidades como o Rio de Janeiro e, mais tarde, São Paulo, expressam bem esse Brasil que deseja afirmar sua face urbana com todos os seus valores, crenças e ambições. O rádio<sup>15</sup>, que desde o primeiro mandato de Getúlio Vargas (1930-1945) deixara de ser um instrumento restrito a uma pequena elite para se tornar veículo poderoso de comunicação de massa, inseria-se na vida cotidiana de grandes cidades, ao lado da televisão que, timidamente, iniciava seu processo de consolidação como um veículo que viria influenciar, de modo decisivo, as formas de consumo e de convívio social.

A publicidade, assim, marca de modo profundo essa transição da

sociedade brasileira, sendo o público feminino percebido ali como decisivo na escolha dos produtos para a família. Desse modo, as propagandas eram dirigidas, em sua maioria, às mulheres, enfatizando o seu papel como rainhas do lar e atribuindo-lhes a tarefa de expor uma boa imagem de sua família. A criança, por sua vez, começaria a ser percebida como potencial consumidora<sup>16</sup> e seria alvo de propagandas lúdicas de novos produtos a ela destinados, veiculados também por intermédio do rádio, dos jornais e das revistas.

A urbanização do país era, também, expressão de uma já sofisticada ação de veículos de comunicação em que a indústria cinematográfica ganhava papel central na propagação de diferentes códigos de convívio, irradiando o fascínio pelo modo de vida estrangeiro. As imagens de astros e estrelas do cinema evocavam ao público novas possibilidades de ser e de agir e compunham um conjunto de atitudes que deveriam ser apreendidas seja na maneira de se vestir, nas atitudes afetivas e nos ideais de saúde e beleza, por exemplo. O vestuário de adultos e crianças merecia atenção acurada, pois era uma construção individual e contribuía nos processos de distinção social. A aparência era, portanto, um aspecto central da cena urbana e dimensão importante para o lugar que vai ocupar o consumo como definidor de novas e diversificadas tramas sociais.

### A emergência das revistas infantis numa sociedade de consumo em formação

No Brasil, até o final do século XIX, foram raras as tentativas de editar publicações exclusivamente para o público infantil; as poucas experiências isoladas tiveram duração curta e alcance restrito, como é o caso, por exemplo, do *Jornal da Infância*.<sup>17</sup> Nas primeiras décadas do século XX havia poucas opções de leitura para crianças, constatação que motivou um grupo de intelectuais formado pelo historiador Manuel Bonfim, o jornalista Renato de Castro, o poeta Cardoso Júnior, entre outros, a buscar condições para publicar uma revista voltada à criança brasileira, contribuindo para a informação e a formação deste público específico, de modo a favorecer o aprendizado dos conteúdos escolares. A proposta do grupo era publicar uma leitura “recreativa”, “divertida” e que ao mesmo tempo estabelecesse vínculos com a educação escolar. Em 1905, a editora O Malho, sediada no Rio de Janeiro, publicaria o semanário *O Tico-Tico*<sup>18</sup>, primeira revista infantil de quadrinhos do Brasil e das Américas, inicialmente concebida aos meninos. No início dos anos de 1950, a mesma editora veicularia *Cirandinha*, revista dirigida às meninas.

A editora O Malho, ao publicar revistas infantis segmentadas em sexo e faixa etária, transmitiu aos leitores valores, anseios, regras e modos de agir e se vestir diferenciados, fossem estes meninos ou meninas. No intuito de educar as crianças para a construção de uma almejada e “próspera nação”, as revistas infantis difundiram aos seus leitores as aparências condizentes com estas ideias e logo ganharam prestígio junto aos pais e professores, pois sustentavam um discurso afinado com a educação de um cidadão “íntegro e saudável”.

Publicada por mais de cinquenta anos, a revista *O Tico-Tico* atingiu uma coleção de aproximadamente 2.097 exemplares. A tiragem oscilaria, durante sua vigência, entre vinte mil e cem mil exemplares. O aparecimen-

XLVI, n. 1190, set. 1951; *O Tico-Tico*, edição do cinquentenário, out. 1955.

<sup>14</sup> Sobre o assunto, ver, entre outros, SCHWARCZ, Lilia Mortiz (org). *História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea*, v. 4. São Paulo: Companhia das Letras, 1998; BOTELHO, André, BASTOS, Elide Rugai e BOAS, Glaucia Villas (orgs.). *O moderno em questão: a década de 1950 no Brasil*. Rio de Janeiro, Topbooks, 2008, e FIGUEIREDO, Anna Cristina Camargo Moraes. *Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada: publicidade, cultura de consumo e comportamento político no Brasil (1954-1964)*. São Paulo, Hucitec/História Social-USP, 1998.

<sup>15</sup> Acerca do rádio na vida urbana brasileira ver, entre outros, TOTA, Antonio Pedro. *Rádio e modernidade em São Paulo (1924-1954)*. In: PORTA, Paula (org). *História da cidade de São Paulo: a cidade na primeira metade do século XX*, v. 3. São Paulo: Paz e Terra, 2004.

<sup>16</sup> A publicidade infantil começaria a aparecer na televisão nos Estados Unidos a partir da década de 1950, veiculando, sobretudo, a boneca Barbie e outros brinquedos da fabricante *Mattel*. Para uma discussão sobre o brinquedo e o consumo infantil, ver ROVERI, Fernanda Theodoro. *Barbie na educação de meninas: do rosa ao choque*. São Paulo: Annablume, 2012.

<sup>17</sup> O *Jornal da Infância* era editado no Rio de Janeiro, circulou de fevereiro a junho de 1898 e possui apenas 20 exemplares. A coleção encontra-se na Biblioteca Nacional, no Rio de Janeiro.

<sup>18</sup> A partir do início dos anos de 1940 a periodicidade de *O Tico-Tico* seria mensal.

<sup>19</sup> Ver ROSA, Zita de Paula. *O Tico-Tico: meio século de ação recreativa e pedagógica*. Bragança Paulista: Edusf, 2002.

<sup>20</sup> No início, para que a publicidade não ocupasse lugar das matérias, histórias e outros conteúdos, foram acrescentadas mais páginas na revista. Passado uma década do surgimento d'*O Tico-Tico*, suas páginas traziam, em meio às histórias, marcas de xaropes, sabonetes, tônicos, doces, calçados, roupas e cigarros, por exemplo.

<sup>21</sup> ROSA, Zita de Paula, *op. cit.*, p. 36.

<sup>22</sup> Cf. CYTRYNOWICZ, Roney. São Paulo e o *front* interno na Segunda Guerra Mundial. In: PORTA, Paula (org.). *op. cit.*

<sup>23</sup> Ver MARTINI, Silvia Rosana Modena. *O Ibope, a opinião pública e o senso comum dos anos 1950: hábitos, preferências, comportamentos e valores dos moradores dos grandes centros urbanos* (Rio de Janeiro e São Paulo). Tese (Doutorado) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Unicamp, Campinas, 2011, p. 271.

to desta revista ocorrera em um momento de defesa da oficialização da instrução e do ensino elementar obrigatório, o que nos faz pensar que ela também poderia ser suporte de uma educação institucionalizada. Os temas presentes em suas páginas retratavam a casa, a rua, a cidade, o campo, a família, a escola, o trabalho e a pátria. A proposta de entretenimento infantil d'*O Tico-Tico* se expressava em histórias e em ilustrações desenvolvidas a fim de conquistar um público infantil já alfabetizado ou não, conforme aponta Zita de Paula Rosa.<sup>19</sup>

Os leitores costumavam enviar muitas cartas para a editora, com perguntas, comentários e sugestões. Os editores de *O Tico-Tico* estabeleciam um diálogo com o público através de inúmeras seções como Lições do Vovô, A gaiola d'*O Tico-Tico* e Dr. Sabetudo, por exemplo. Esta última seria também um canal publicitário através do qual se recomendava aos leitores os produtos que eram anunciados nas páginas da revista. Outras seções como Gavetinha do Saber, Troco Miúdo e Hoje Tem Sabatina, abordavam dicas e curiosidades diversas. Em “Páginas Relembradas”, “Grandes Figuras do Mundo” e “O Brasil pela Imagem”, as crianças liam os acontecimentos do país e do mundo. Zita de Paula Rosa lembra que havia também séries didáticas que corroboravam com o conteúdo escolar: “Gramática Infantil pela Imagem”, “Escudos e Bandeiras dos Estados” e “Noções de História Natural”, por exemplo.

No que diz respeito à roupa infantil, podemos perceber seu lugar em discursos que salientavam a importância do asseio e da vida saudável, conforme podemos ler em frases como: não trajar roupas molhadas ou úmidas, manter o cuidado com os sapatos, usar sempre roupa limpa – mesmo que remendada –, cuidar do vestuário para evitar gastos supérfluos à família, dormir e levantar cedo, fazer exercícios físicos moderados e ingerir vegetais. Estes ideais eram perceptíveis nas aparências dos diversos personagens ilustrados tais como Chiquinho, Reco-Reco, Bolão e Azeitona, garotos que normalmente apareciam com cabelos arrumados, gravata, camisa por dentro da bermuda, meias e calçados nos pés.

Os editores d'*O Tico-Tico*, nos seus primeiros números, não veicularam anúncios, temendo que estes afetassem o objetivo educacional proposto. Porém logo se viram pressionados a fazê-lo, tal como a revista *O Malho*.<sup>20</sup> O papel da publicidade, além de atender aos interesses financeiros dos comerciantes, seria orientar às famílias “quanto à saúde, à higiene, à alimentação, ao vestuário, ao lazer e à leitura das crianças, inserindo muitas vezes histórias e depoimentos de adultos sobre os méritos e as qualidades de determinado produto”.<sup>21</sup>

A publicidade nas revistas ganha força ao perceber os segmentos de mercado, as idades e os gostos dos consumidores, contribuindo para mudanças significativas na forma de consumir. Nos anos de 1950, inúmeras revistas de variedades traziam em suas páginas as promessas de um mundo de mais conforto derivado de um consumo prazeroso.<sup>22</sup> Propunham ao leitor uma intensa discussão acerca das mudanças de hábitos, comportamentos, das preferências e gostos, das tensões e conflitos gerados pela entrada, na vida cotidiana, de produtos antes desconhecidos pela população: refrigerantes, biquínis, produtos enlatados, zíper, roupa pronta etc. Silvia Martini percebe que estes novos produtos, a partir de 1950, tornam-se emblemáticos do que seria uma vida moderna.<sup>23</sup>

As revistas infantis da década de 1950 também abrigariam esta

publicidade e os anúncios atingiriam não só a família, mas também – e de forma direta – a criança. Percebemos que, em relação à vestimenta, os anúncios de *O Tico-Tico* que se dirigiam ao público infantil traziam em destaque elementos que definiam o que era de mau ou de bom gosto. A preocupação com a aparência, seja ela feminina ou masculina, fazia parte das novas sociabilidades e sensibilidades urbanas. Os trajes de homens e mulheres, assim, demarcavam seus lugares nesta sociedade de consumo. A criança, por sua vez, também deveria ser ajustada a este ideal de modernidade, o corpo infantil seria educado para corresponder à imagem de um país próspero - construído pela força dos homens e o serviço subordinado das mulheres.

Falar de uma educação do corpo é também analisar o lugar das roupas de meninos e meninas nesta nova ordem urbana, regida por outros padrões, comportamentos, hábitos e atitudes. A cidade, de fato, pressiona, reorganiza, redefine comportamentos também em relação às vestimentas de diferentes grupos e classes sociais. Parece que a cidade se apresenta como vitrine que exhibe modelos de distinção e, assim, exige cuidados com a aparência antes relegados ou simplesmente não valorizados para quem dela esteve ou está distante.

A partir desse ideal de vida “urbano e moderno”, não eram apenas a casa e seu mobiliário que precisariam ser refabricados, mas também a aparência, os gestos e o comportamento em público. Se um ideal de civilidade e progresso estimulava a aquisição de novos produtos considerados de prestígio, novas formas de educar começariam a cobrir o corpo com toda esta promessa de modernidade e as revistas infantis seriam expressivo veículo de educação da criança.

A editora de *O Tico-Tico*, O Malho, vislumbrando ampliar seu mercado consumidor, começaria a segmentar o público leitor a partir da década de 1950.<sup>24</sup> A princípio, sua primeira revista infantil era destinada a meninos de até 12 anos. Em 1951 lançará *Cirandinha*, a primeira revista no país só para meninas. O anúncio apresentava *Cirandinha* como um novo membro da família e pretendia ser notada a partir da propagação da ideia de que meninas de bom gosto apreciavam a revista.

Podemos notar que a publicação infantil *Cirandinha* surge num momento em que inúmeras revistas se colocavam como conselheiras da mulher de classe média, definindo atitudes e modos de se vestir para apresentar-se em público. Desde pequena, a menina teria uma revista feita especialmente para ela, uma leitura que a ensinaria a preocupar-se com sua aparência e a cultivar bons modos para que fosse zelosa nos seus “deveres de mulher”.

*Cirandinha* era publicada mensalmente totalizando cerca de 30 páginas no formato 16x22cm e costumava estampar em suas capas ilustrações da menina em situações de cuidado com plantas e animais, brincadeiras de casinha, costura e outros afazeres domésticos. O editorial dialogava com a leitora reforçando modos de se comportar para que fosse uma garota educada e prestativa. As seções consistiam em histórias e poesias, culinária, “nossas boas piadinhas”, curiosidades sobre utensílios domésticos, “ideias práticas”, frases e pensamentos “para seu álbum”. Havia seções que ensinavam costura e bordado, decalque e outros trabalhos manuais “para as meninas executarem, ficando algumas horas ‘quietinhas’, como a mamãe gosta”.<sup>25</sup> As histórias em quadrinhos traziam também duas personagens negras, “Caxuxa” e “Maria Fumaça”, exercendo funções serviços e apare-

<sup>24</sup> O Malho lançará, em 1950, *Tiquinho*, revista para crianças menores, referidas na publicação como bebês, cujo conteúdo consiste em “histórias mudas ao alcance das crianças que não sabem ler”. Em 1954, a mesma editora publicaria, quinzenalmente, *Pinguinho*, revista de “histórias, pequenas lições, ideias e muitos desenhos”, caracterizada por lições escolares como alfabeto, leitura, cálculo e escrita.

<sup>25</sup> *Cirandinha*, ano VI, n. 64, jul. 1956, p. 11.

<sup>26</sup> *Cirandinha*, ano VI, n. 63, jun. 1956, p. 3.

<sup>27</sup> Ver, por exemplo, RAGO, Margareth. A invenção do cotidiano na metrópole: sociabilidade e lazer em São Paulo, 1900-1950. In: PORTA, Paula (org.), *op. cit.*, e TOTA, Antonio Pedro, *op. cit.*

<sup>28</sup> Nos anos posteriores à Segunda Guerra Mundial, muitas mulheres que ocupavam o lugar dos homens no mercado de trabalho não desejavam sair de seus empregos quando estes retornaram da guerra, fato que motivou uma forte campanha de incentivo às mulheres para que retomassem a eterna missão de esposas e donas de casa. As revistas do período se voltaram para a domesticidade de forma bastante expressiva. No Brasil, as campanhas estrangeiras que pregavam o retorno das mulheres ao lar influenciaram a manutenção dos valores tradicionais da sociedade. Uma moralização sexual separava papéis diferentes aos homens e às mulheres e o trabalho destas continuaria subsidiário ao do marido, considerado o chefe da casa. Sobre o assunto, ver BASSANEZI, Carla. Mulheres dos anos dourados. In: PRIORE, Mary del (org.). *História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2002, e WOLF, Naomi. *O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

cendo sempre de forma caricata, envolvidas em confusões e trapalhadas.

A revista direcionava mais detalhadamente o olhar para a vestimenta na seção “mamãe vai fazer para mim”, a qual não fazia parte da revista dos meninos. Por meio dela, eram sugeridos modelos de vestidos a serem confeccionados, destacando os tecidos, as cores e os detalhes. Percebemos inúmeros adornos compondo o vestuário das meninas, geralmente flores, bordados e laços. Há ainda uma presença constante de detalhes como bolsos, pregas, fechos, golas e mangas. A indicação de um vestuário apropriado à menina apareceria tanto em discursos que ensinavam o zelo, a costura e o asseio, quanto nos quadrinhos e nas ilustrações das personagens.

Se observarmos os editoriais da revista *Cirandinha*, perceberemos um intuito de proteger a criança do que se considerava imoral: desde cedo as meninas seriam educadas para se comportarem como futuras “moças de família”. A revista infantil empenhava-se, por exemplo, em alertar às leitoras que “fica muito feio para uma menina falar alto, rir descomedidamente, agitar-se e chamar sobre si a atenção pela falta de recato e equilíbrio. Podemos achar graça em algo, e rir, mas nunca às gargalhadas. Essas ficam bem em quem não tem educação. Nunca em uma menina educada”.<sup>26</sup>

Havia, portanto, uma preocupação em educar as crianças de acordo com as expectativas sociais em relação ao comportamento de homens e mulheres. Tais expectativas se manifestavam nesse cenário de urbanização, sobretudo através do cinema, da televisão e do rádio, que, além de disseminarem modas e gostos musicais, também ensinavam códigos modernos de relacionamento, afetivos e sexuais.<sup>27</sup> As revistas, além de terem um papel importante como fonte de informação e conselhos diversos, influenciando a realidade da classe média em ascensão, traduziam os comportamentos e os separavam em convenientes às “moças de família” ou às “moças levianas”. Com recato, equilíbrio e tendo o lar como seu espaço de vida, a menina é inserida numa educação que traz como modelo a imagem de sua mãe - uma mulher excluída de posições sociais elevadas, e que era incentivada a afirmar sua feminilidade fazendo cumprir seu destino naturalizado de mãe e esposa.<sup>28</sup>

De maneira geral, apesar da finalidade comum, observamos que as duas revistas se diferenciavam no conteúdo e na formatação. Em relação a esta, ambas traziam desenhos em cores, mas *O Tico-Tico* apresentava formato e número de páginas maior do que *Cirandinha*. Diferentemente d'*O Tico-Tico*, não encontramos, nos exemplares analisados de *Cirandinha*, anúncios publicitários além daqueles feitos pela própria editora O Malho para divulgar os títulos de suas outras revistas infantis e adultas. No final de cada ano a editora publicava um Almanaque especial, com a estratégia de oferecer à família uma opção para presentear os filhos no Natal. Em relação ao conteúdo, em *O Tico-Tico* há uma ambiguidade concernente ao gênero, os ideais de um bom gosto se prescreviam nos conselhos de boa alimentação e higiene, no vestuário e nos temas das ciências exatas e humanas que davam ao leitor o refinamento cultural de que precisaria para manter-se distinto socialmente. Em *Cirandinha*, o julgamento do gosto se faz presente em inúmeros conselhos que demonstram a necessidade de se ter asseio, boas condutas e cuidado com o lar. Para eles, por exemplo, um lustroso sapato, próprio para um menino sério e inteligente. Para elas, a elegância e delicadeza de um vestido com rendas, laços e babados, adequado às meninas comportadas.



Algumas questões poderiam ser aqui colocadas, tais como: quais eram os trajes veiculados e os modelos de comportamento difundidos aos leitores? As revistas que aqui analisamos não estariam tomando uma “forma escolar” para educar mais profundamente esse público leitor infantil? Seria possível ler nas páginas dessas revistas um investimento educacional para além das fronteiras da escola?

Nas análises seguintes, discutiremos como o vestuário infantil aparecia nas revistas e quais comportamentos afirmavam. Ressaltamos que não buscaremos evidenciar se as crianças agiam e se vestiam de acordo com o que as revistas mostravam, mas um olhar sobre os modos como as crianças eram retratadas nas revistas a elas destinadas. Assim, poderemos talvez entender as sensibilidades<sup>29</sup> de uma época e os ideais de distinção eleitos para classificar os indivíduos em grupos sociais diferenciados. No que se refere à sensibilidade de uma época seria possível afirmar que se trata do que é o mais difícil de captar, o mais complexo para se narrar. Como descrever os sentimentos, as sensações, as emoções de um dado fato vivido? Como narrar as sensações de dor e prazer, de conforto e desconforto causadas por um alimento, uma temperatura de uma dada estação do ano, um ambiente, uma roupa ou um calçado?

As roupas, como parte da educação do corpo, expressam de modo profundo a sensibilidade de cada época, elas compõem os estereótipos, condenam e absolvem indivíduos e grupos, sublinham e apagam pertencimentos. Em sua banalidade, constroem e também revelam as espessuras mais profundas de indivíduos e sociedades.

### **As roupas de meninas e meninos nas páginas das revistas *O Tico-Tico* e *Cirandinha***

As revistas infantis analisadas se mostram como veículos que educam as crianças para o que é aceitável socialmente, conforme podemos observar no conteúdo de *Cirandinha*. Suas páginas trazem uma variedade de ilustrações coloridas que serviam, sobretudo, para ensinar à leitora como se vestir, além de inúmeras lições de boas maneiras, incentivando-a a ser obediente e prestativa nos trabalhos domésticos.

Percebemos que os editores, quando ensinavam valores e lições de comportamento, o faziam principalmente por meio das atividades manuais. Estas não só traziam técnicas para cozinhar, costurar e realizar outras tarefas do lar, como também as atitudes esperadas para o sexo feminino. Na seção denominada “Pontos de bordado”, têm-se, além de lições de como executar esta atividade, conselhos para que a leitora fosse dedicada e zelosa em tudo o que fizesse: “a imaginação da bordadeira e seu bom gosto têm imenso valor e grande importância na execução dos trabalhos. Não é só saber fazer. Criar, inventar, saber utilizar o que sabe – eis o segredo do êxito e do sucesso, em qualquer atividade”.<sup>30</sup>

Saber cuidar de sua própria roupa era uma preocupação concernente aos afazeres da menina, que também aprenderia a tirar manchas dos tecidos, lavar a roupa corretamente, fazer remendos, bordados e pontos de costura: ponto de cadeia, ponto cheio, ponto de haste, ponto de volta, ponto mosca, ponto remendo... Na seção “Cuidando da Casa”, a menina descobriria que

*um recurso excelente para que o engomado da roupa brilhe mais é misturar na*

<sup>29</sup> Uma história das sensibilidades nos permite compreender as condições materiais que produziram os sentimentos de uma época em particular. Para uma definição de sensibilidade, ver, por exemplo, FEBVRE, Lucien. *Combates pela história*. Lisboa: Presença, 1989. A palavra sensível existe desde o começo do século XIV. No século XVII fala-se de sensibilidade ao verdadeiro, ao bem, ao prazer etc. No século XVIII a palavra designa uma maneira particular de ter sentimentos humanos como por exemplo, piedade, tristeza e muitos outros mais. Ver também HAROCHE, Claudine. *L'avenir du sensible: les sens et les sentiments en question*. Paris: PUF, 2008.

<sup>30</sup> *Cirandinha*, ano VI, n. 63, jun. 1956, p. 20.

<sup>31</sup> *Cirandinha*, ano VI, n. 67, out. 1956, p. 19.

<sup>32</sup> *Cirandinha*, ano I, n. 1, abr. 1951, p. 28 e 29.

*goma ainda fervendo um pedaço de estearina, na proporção de 60 gramas por litro de líquido. Além do brilho mais intenso obtido, ainda há a vantagem de o pó não aderir com facilidade à peça engomada. Para engomar, o ferro deve ser mais quente que para passar roupa comum. A peça a engomar deve ser bem esticada, pois as dobras ou rugas são muito difíceis de tirar depois.* <sup>31</sup>

Ora, o que significaria vestir uma roupa como esta, brilhante e bem esticada? Como educar o corpo para que, vestido e engomado, não deixasse sobressaírem as dobras ou rugas do tecido? Os gestos provavelmente seriam contidos e as atitudes moldadas para que o corpo pudesse se enquadrar neste ideal de boa aparência, nesse conjunto ortopédico de rendas, franzidos e fitas.

O discurso da necessidade de uma roupa limpa é reiterado com ironia na revista *Cirandinha* de abril de 1951, na qual encontramos a representação de uma menina que não consegue refrear-se em sua roupa alvejada. É a menina negra “Caxuxa”: ela usa um vestido com um avental branco e sapatos nos pés, sua fala é caricata. A tia é representada como uma mulher negra, gorda e trabalhadora, que parece ter saído do serviço de uma casa-grande. Ela pede à sobrinha que busque carvão advertindo-a para não sujar o avental. Não querendo contrariar a tia, Caxuxa encontra uma solução: tira o avental. Ao final, a menina aparece com o vestido, pernas e braços sujos de carvão e, orgulhosa, mostra o avental branco dizendo: “Pronto, titia, cheguei... E o ‘aventá’ num sujei!” <sup>32</sup>.



Figura 1. *Cirandinha*, ano I, n. 1, abr. 1951, p. 28 e 29.

A figura da criança descuidada e suja representada pela menina negra será branquejada pela revista, que definirá uma aparência afável às leitoras, já acostumadas a lerem dicas e propagandas de itens de higiene e limpeza. Meninas sujas como Caxuxa aprenderiam a engomar e a deixar suas roupas brilhantes, tirar as manchas do tecido e nunca mais se sujar novamente, pois

*nada impressiona tão mal como uma menina com as unhas sujas, crescidas demais ou... roídas. Quando sujas, principalmente, são um triste atestado de desleixo. Que importa que a dona delas ostente os mais lindos vestidos, use as melhores joias e enfeites, se aquelas listras negras, nas pontas dos dedos, estão a gritar, a proclamar que ela não é asseada nem cuidadosa? Cuide das suas mãos. Dê às unhas o aspecto de limpeza e higiene de uma pessoa civilizada.*<sup>33</sup>

Estar sempre “bem apresentável” era uma preocupação maior no caso das meninas. A sujeira na mulher era sinal de desleixo. Quando os meninos se sujavam eram vistos como ativos, peraltas e embora as revistas também recomendassem a eles o asseio, a sujeira era compreendida como parte de suas brincadeiras.

*O asseio, o cuidado com as roupas são sempre louváveis. Ir além de uma certa medida é que é errado. Usar em casa um vestido velho, mas limpo e cuidado, um calçado que não serve para sair, mas está em condições decentes, um capote que ainda agasalha mas ficou um pouco manchado, não envergonha ninguém. Com a vida cara como está, nem mesmo os ricos se podem dar ao luxo de ignorar certas medidas de mezinha economia. Se a menina for zelosa, seus pertences estarão sempre em condições de uso, e não é por serem velhos que deverão ser postos de lado. A não ser que delas faça bom uso de minorar a pobreza de outrem, gesto sempre louvável quando se pode dispor do supérfluo, e que Deus sempre vê com bons olhos e premia com bênçãos e graça.*<sup>34</sup>

Ao mesmo tempo em que reforçava determinados comportamentos, *Cirandinha* mostrava as atitudes que seriam inaceitáveis. Se a menina fosse preguiçosa, seria mal vista pelo sexo oposto, no caso os meninos, sempre prontos para condená-la. Em uma das poesias do exemplar de dezembro de 1956, a menina Mariquinha sofreria inúmeras consequências pela falta de zelo: como não sabia consertar os babados do vestido e cerzir as meias, passou o Natal na cama, triste e sem uma roupa decente para usar. A menina, que termina a história tão inútil quanto seu estraçalhado vestido, se tivesse lido *Cirandinha*, teria aprendido a necessidade de usar uma vestimenta apurada... Saber os nomes dos tecidos, saber tirar medidas, fazer apliques diversos e outros detalhes como: franzidos, fitas, laços, golas, decote, bolsos, botões e presilhas. Toda esta minúcia da costura era perceptível no vestuário das personagens ilustradas na revista e, como sugere a história, a menina aprenderia a necessidade de usar uma roupa com todos esses excessivos detalhes para poder participar das festividades natalinas.

Conforme salienta Georg Simmel, os adornos demarcam ao sexo feminino a função de “enfeitar”, encantar e ao mesmo tempo distinguir-se.<sup>35</sup> Na seção “Mamãe vai fazer para mim” é possível notar que os editores se empenhavam em definir uma variedade de modelos de vestidos e os tecidos necessários para a confecção: lã, piquê, tafetá, shantung e enfeites em rendas, bordados, flores e plissados. A revista inspirava na menina o desejo de adornar-se, sugerindo que assim poderia agradar a todos, mostrar um valor de si aos outros e conseguir ser a predileta.

O corpo da menina deveria, portanto, se ajustar a este tipo de roupa composta por excessos, por um conjunto de coisas inúteis, o que evidencia a subserviência da criança do sexo feminino. Se pensarmos na roupa também como um elemento que acentua formas e volumes, valoriza e revela con-

<sup>33</sup> *Cirandinha*, ano VI, n. 61, abr. 1956, p. 6.

<sup>34</sup> *Cirandinha*, ano VI, n. 61, abr. 1956, p. 3.

<sup>35</sup> Ver SIMMEL, Georg. *Filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa: Texto e Grafia, 2008, p. 59 (1. ed.: 1905).

<sup>36</sup> Ver LURIE, Alison, *op. cit.*, p. 60.

<sup>37</sup> *Cirandinha*, ano VI, n. 71, fev. 1957, capa.

tornos, podemos perceber uma educação do corpo da menina que tende a preencher partes de um corpo que ainda não estão desenvolvidas, mas que são sugeridas a fim de definir uma feminilidade: avoluma-se o peito reto da menina com babados, define-se a cintura amarrando-a com laços e cria-se um quadril a partir dos rodados das saias, como destacou Alison Lurie.<sup>36</sup>

Essa subserviência da criança do sexo feminino se revelaria também nas horas de diversão. Na capa da revista *Cirandinha* de fevereiro de 1957<sup>37</sup> temos a ilustração de uma menina andando de bicicleta, usando um vestido vermelho de babados e laço na cabeça. A calça ainda era vista com ressalvas durante os anos de 1950: a regra para a elegância e a decência da mulher era o vestido. Nas ilustrações de *Cirandinha*, observamos que predomina a visão do vestido como uma peça necessária para a constituição do que se considerava a boa aparência feminina e era com este tipo de roupa, costurada com inúmeros enfeites, que as mulheres deveriam aparecer em público. Talvez fosse por isso que a garota da capa de *Cirandinha* não trocara de roupa para andar de bicicleta.

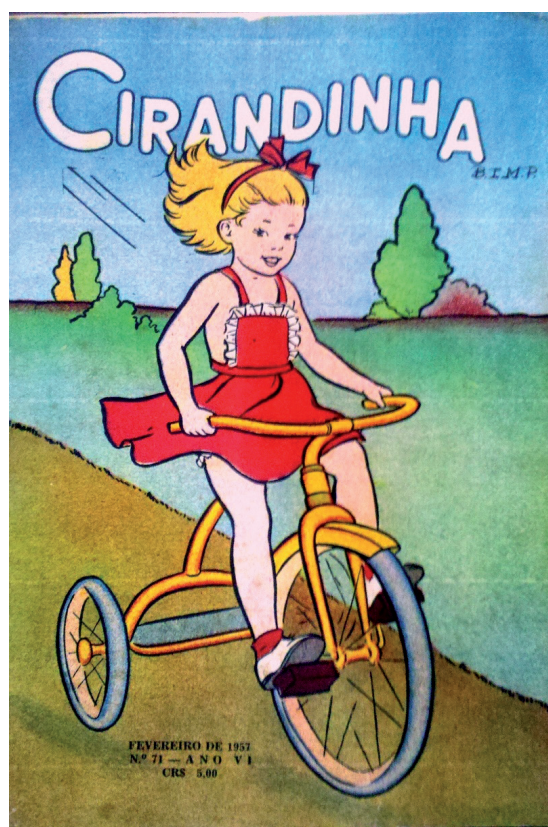


Figura 2. *Cirandinha*, ano VI, n. 71, fev. 1957.

As meninas de *Cirandinha*, envoltas em laços, rendas, fitas e excessivos detalhes, são retratadas em seus vestidos que parecem resguardá-las no período da infância — tido como o da ingenuidade — por um tempo maior do que os meninos, que vestem calças curtas e viris botões. A menina é chamada a preservar esta ingenuidade para que alcance o matrimônio: o mundo doméstico a espera. Vestida com todo este aparato de inocência, a leitora de *Cirandinha* receberia estes conselhos para aprender a se comportar: “tratar de ser agradável, amável, carinhosa, afetiva, alegre, bem humorada, aceitando tudo como Deus manda... Uma pessoa assim é sempre cercada de interesse e afeição, na sociedade como no interior do seu lar. É assim

que se consegue ser a ‘predileta’ de todos”.<sup>38</sup>

Ora, se o corpo da menina era educado para ser agradável, podemos supor, por exemplo, que as roupas escolhidas, o tecido, o corte, as cores e os adornos irão compor ideias de afago, amabilidade, alegria e bom humor. Tal qual um lindo pacote de presente, o uso de inúmeros laços e fitas cercava seu corpo “de interesse e afeição”. Esses comportamentos, gestos, tonalidades de voz formam um gigantesco mosaico da vida em sociedade e constituem os chamados processos civilizatórios.<sup>39</sup> Nesse mosaico, estão presentes também os modos de vestir-se, assim como as modas do que se veste e quando se veste, seja pela disponibilidade ou não de roupas em bom estado, seja pela especificidade de seus usos. A moda<sup>40</sup>, ou ela no plural, vai expandir esse mosaico, uma vez que permite e instiga um movimento constante de indivíduos e grupos em direção a processos imitativos, mas, ao mesmo tempo, a processos de distinção. A distinção, como assinala Bourdieu<sup>41</sup>, se expressa em detalhes, em pequenos e grandes gestos, mas, em especial, em coisas aparentemente banais. Ela ancora-se nesse incessante, talvez inconsciente, embate do indivíduo com seu grupo social, nesse desejo de igualar-se e diferenciar-se, talvez, mesmo, no desejo de imitar.

A publicidade revela-se também como uma das formas de suscitar esse desejo de igualar-se e diferenciar-se, oferecendo ao público modelos de imitação. Inúmeros anúncios nas revistas diferenciariam os meninos elegantes: garotos que brincavam sem despentear o cabelo ou ainda que corriam conseguindo manter o brilho dos sapatos. A publicidade d’*O Tico-Tico* nos mostra ainda, que era desejável aos meninos leitores um comportamento diferente das meninas, como sugere esta propaganda do fixador para cabelos Gomalina Excelsior: “seja um menino levado, mas sempre bem penteado”.<sup>42</sup>

Ora, enquanto as garotas estariam remendando seus vestidos e aprendendo a organizar o lar, os meninos levados estavam brincando e correndo às gargalhadas. Porém, como futuros cidadãos brasileiros, os meninos deveriam também aprender a cuidar da aparência demonstrando asseio, inteligência, disciplina e seriedade. Como podemos ler no conselho da revista, o menino aprenderia não só a manter o sapato bem engraxado, mas ainda noções de economia, já que seriam eles os futuros provedores da família.

*Um bom hábito, que você deve adquirir, é o de cuidar você mesmo das coisas que lhe pertencem. Além de medida de disciplina, que só pode valorizar sua personalidade, resulta disso grande economia em muitos casos, o que não é para se desprezar em uma época de carestia como a que estamos atravessando. Você sabe, por exemplo, como deve engraxar seus calçados? Vamos ensinar aqui o processo mais acertado para essa operação. [...] Podemos garantir que a esta altura o sapato estará tão bem engraxado que será fácil você se mirar nele!*<sup>43</sup>

Nas inúmeras páginas das revistas, observamos que as crianças são sempre ilustradas com calçados nos pés, seguindo as exigências do asseio em diversos momentos, como os da brincadeira. O uso do calçado em perfeita forma, lustroso e sem rugas seria um marcador social importante. Conforme os conselhos da seção “Gavetinha do saber”, os meninos d’*O Tico-Tico* aprenderiam a colocar grãos de milho dentro dos sapatos molhados pela chuva para deixá-los em perfeito estado. O mesmo tipo de cuidado era

<sup>38</sup> *Cirandinha*, ano VIII, n. 82, jan. 1958, p. 3.

<sup>39</sup> Sobre isso, ver DUERR, Hans Peter. *Nudité & pouvoir: le mythe du processus de civilization*. Paris: Maison des Sciences de l’Homme, 1998.

<sup>40</sup> Ver SIMMEL, Georg, *op. cit.*

<sup>41</sup> Ver BOURDIEU, Pierre, *op. cit.*

<sup>42</sup> *Almanaque d’O Tico-Tico*. O Malho, 1956, p. 128.

<sup>43</sup> *Idem*, p. 74.

<sup>44</sup> *Cirandinha*, ano VI, n. 67, out. 1956, p. 19.

<sup>45</sup> “O anjo, imitando os po-bre-zinhos, / deixou de leve, a Catedral/ e foi andar de tamanquinhos, / pois desejava ser mortal./ Tudo era um sonho matinal.../ Inguenuamente, seus pezinhos, / em ressonância de cristal, / iam seguindo, nos caminhos.../ Vagou... vagou... Olhando os ninhos/ perdeu-se, à noite, entre os espinhos.../ de uma floresta quase irreal,/ Mas Deus, sorrindo, paternal, / iluminou seus tamanquinhos... / e ele voltou à Catedral”. ALMEIDA, Pádua de. O anjo de tamanquinhos. *Almanaque d’O Tico-Tico*, 1951, p. 10.

<sup>46</sup> Ver SPENCER, Herbert. *Educação intelectual, moral e physica*. Rio de Janeiro-São Paulo-Recife: Laemmert, 1901, p. 234 (1. ed.: 1854).

ensinado às meninas pela revista *Cirandinha*: “com uma escova de pelos, e não de arame, limpam-se perfeitamente os sapatos de camurça. Esfregue, depois, um pedaço de pano felpudo umedecido com gasolina. Deixe secar e escove outra vez”.<sup>44</sup> Porém, diferentemente da revista *O Tico-tico*, que dava conselhos através da ilustre “Gavetinha do saber”, *Cirandinha* o fazia na seção intitulada “Cuidando da casa”.

Talvez fosse importante manter os calçados impecáveis tanto por uma necessidade de distinção – afinal, nem todas as crianças tinham condições de usar frequentemente um calçado – como também para proteger a criança de doenças e imundícies. Podemos perceber na poesia “O anjo de tamanquinhos”<sup>45</sup>, de Pádua de Almeida, que os pés das crianças eram tidos como puros e frágeis, tais como os pés de um anjo que quer sair da catedral e andar de tamanquinhos, tal qual um pobre mortal.

Podemos supor, por exemplo, que as dicas e sugestões de cuidado com os calçados e a poesia “O anjo de tamanquinhos” dialogavam com os frequentes anúncios de lojas de calçados presentes em *O Tico-Tico*. A publicidade era expressiva para manter os fundos da editora, fato que impulsionava os anunciantes a muitas vezes interferirem no conteúdo das revistas. Estes evidenciavam a necessidade de uma aparência mais refinada, condizente com a da criança estudiosa, séria e inteligente. Assim, em diversos exemplares encontramos o anúncio da sapataria “Insinuante”, que, como o próprio nome sugere, quer fazer-se percebida e distinta entre as crianças mais favorecidas economicamente.

Os apelos do bom gosto no uso dos calçados são reafirmados também para as vestimentas. Em propaganda de 1955 da loja de departamentos Mesbla, há um convite aos pais que querem vestir os filhos com elegância para que levem às compras suas crianças, pois a loja é, na verdade, um ambiente cheio de atrações. A propaganda também chama a atenção para a compra de uma roupa interessante e útil.

Ora, o que era considerado útil às crianças? Uma roupa confortável, resistente ou algo simplesmente elegante, “granfino”? Essa discussão já acontecera no século XIX com a propagação das ideias de Herbert Spencer.<sup>46</sup> Para ele, o elemento decorativo da roupa que antes se fazia presente tanto no vestuário feminino quanto no masculino predominou nas roupas das mulheres. Se para os homens a roupa seguiu o ideal do útil e do bem-estar, para as mulheres o vestuário foi dirigido ao que despertava admiração: para sustentar uma aparência agradável, a mulher teria que suportar o peso da roupa e os ornamentos complicados, um vestuário que nada tinha de útil. Sobre a roupa infantil, Spencer ainda afirmava que seria um erro vestir as crianças conforme as ideias que as mães fazem da beleza, mantendo-as assim bem arrumadas aos olhos das visitas e limitadas em suas ações: não brincar para não se sujar ou estragar a roupa. Para ele, qualquer roupa feita para a criança deveria levar em conta as sensações que nos servem de guia – o calor e o frio. O vestuário teria a função similar à da alimentação: bem agasalhado, o corpo tem menos trabalho de produzir calor.

Percebe-se, de maneira geral, que as revistas analisadas não apenas mostravam padrões de saúde e ensinamentos para manter uma “boa aparência”, limpa e arrumada: as ilustrações incentivavam o uso de roupas consideradas distintas, elegantes, adequadas para aquela sociedade em processo de urbanização e também condizentes com os papéis sociais às crianças destinados, fossem meninos ou meninas.

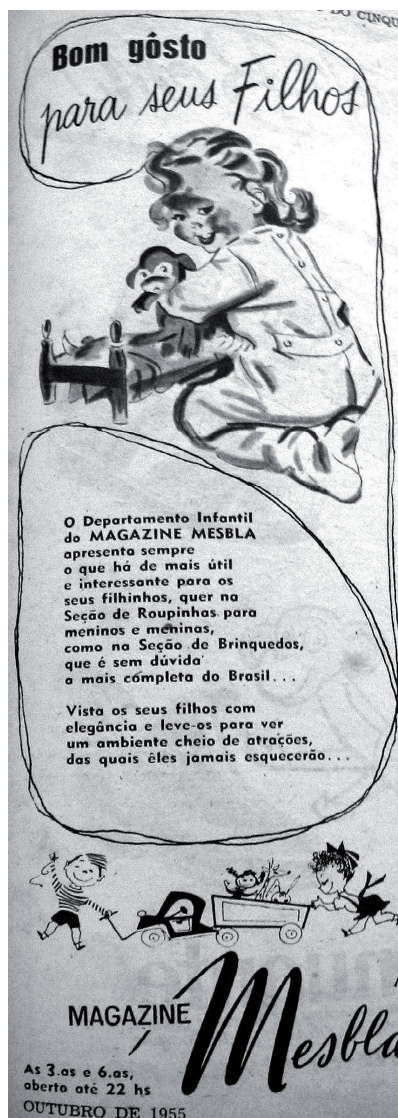


Figura 3. O Tico-Tico, edição do cinquentenário, out. 1955, p. 43.

Para a menina, uma roupa que servia a este ideal de feminilidade: mãe, boa esposa, elegante e comportada. Vestida de modo semelhante a uma mulher adulta, as meninas aprenderiam algumas tarefas que os meninos, em suas revistas, não aprenderiam, pois eram tarefas concernentes a uma boa esposa: tirar manchas do tecido, saber a equivalência de pesos e medidas na cozinha para o preparo de suas receitas, fabricar uma espátula de madeira para servir bolos, descascar a cebola sem irritar os olhos, limpar espelhos manchados e alguns segredos de costura, por exemplo. Se desde cedo a menina era educada para assumir futuras tarefas no lar e cuidados com plantas, animais e irmãos menores, era preciso que vestisse, como podemos notar nas ilustrações das revistas, o avental, uma peça de roupa útil ao serviço doméstico. Além de vestir-se para funções de “cuidar”, a menina também era incentivada a usar trajes que sugerissem encanto, alegria e afeição, compostos por laços, rendas, fitas e inúmeros detalhes.

Os meninos, construtores da nação, representariam a virilidade, a inteligência e a força. Por isso suas roupas eram costuradas sem excessos, de forma a garantir a movimentação durante as vigorosas brincadeiras. Seus trajes eram semelhantes aos do homem adulto: camisas, gravatas e

botões, porém, lhes era concebida uma calça curta, imprópria para meninas. Como futuros trabalhadores e “homens sérios”, os meninos aprenderiam a manter os sapatos lustrosos e o penteado bem fixado. Assim como as meninas, eram incentivados a cuidarem de suas roupas e de seus pertences, porém com a finalidade de aprender a disciplina e não as aptidões manuais, como no caso delas.

Vê-se, nas revistas analisadas, uma educação do corpo e dos comportamentos associada ao modo de vestir-se, a um desejo de pertença e de afirmação de lugares sociais. As revistas produziram determinadas aparências para seus leitores e contribuíram para a educação de seus corpos, tecendo os limites do grosseiro e do galante, do sério e do frívolo, do adequado e do impróprio para a vivência da infância naquele período.



*Artigo recebido em dezembro de 2012. Aprovado em abril de 2013.*