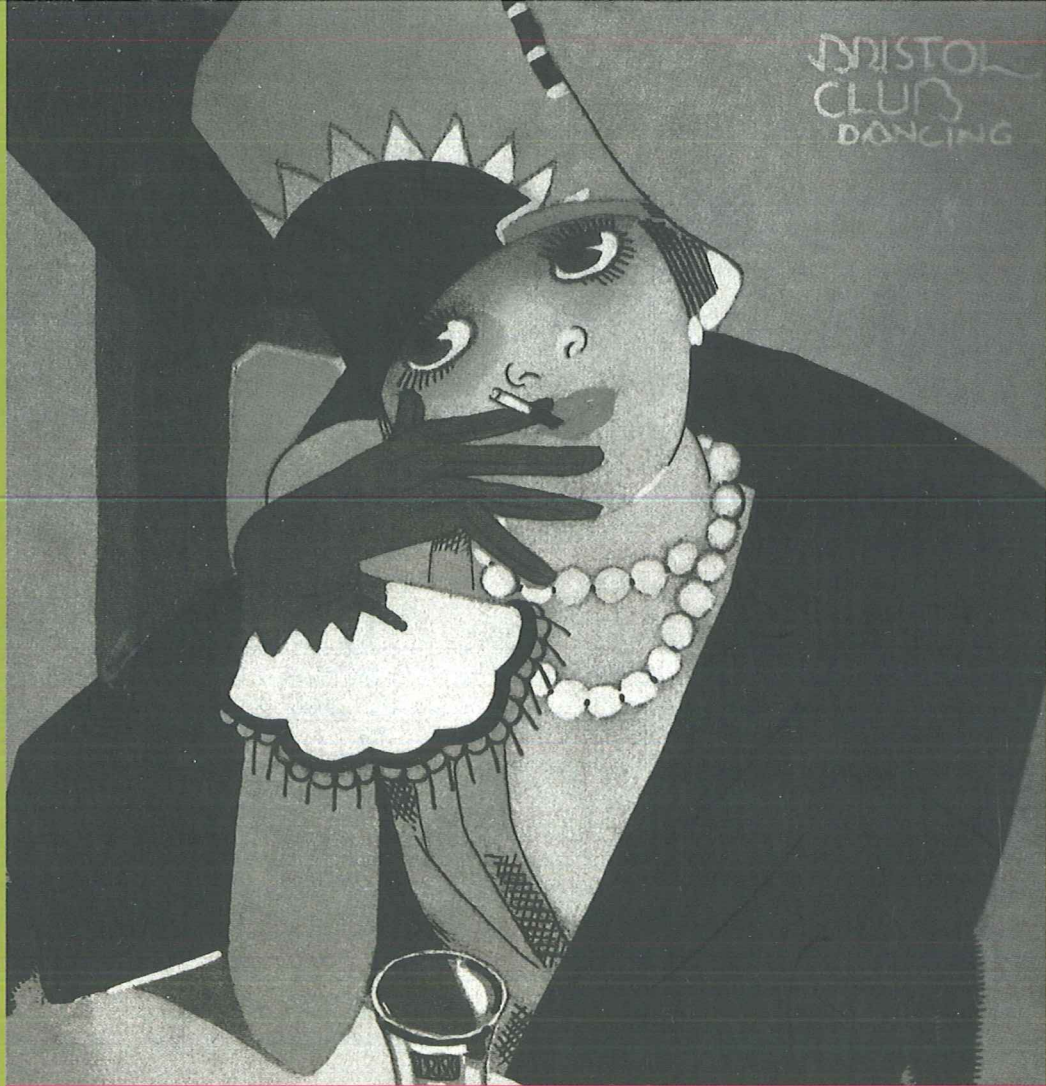


BRISTOL
CLUBS
DANCING



FALAR de MULHERES Dez anos depois

COORDENAÇÃO
Isabel Henriques de Jesus,
Paula Gomes Ribeiro, Rita Mira
e Zília Osório de Castro

No Centenário do Conselho
Nacional das Mulheres Portuguesas

hnmms



FALAR de MULHERES

Dez anos depois

COORDENAÇÃO

Isabel Henriques de Jesus,
Paula Gomes Ribeiro, Rita Mira
e Zília Osório de Castro

hnmus



CABELOS À JOÃOZINHO E MELINDROSAS

UMA NOVA IMAGEM DAS MULHERES NOS ANOS 1920

Irene Vaquinhas*

Resumo: Nesta comunicação analisa-se a emergência da figura da *garçonne* como símbolo da mulher moderna, nos Anos Vinte, e o significado que esta representou na alteração do conceito tradicional de feminilidade identificado pelo estereótipo da mãe, esposa e dona de casa. Designadas em Portugal e no Brasil respectivamente por “cabelos à Joãozinho” e “melindrosas”, as *garçonnes* eram identificadas pelo cabelo curto, roupas ligeiras e novas atitudes que chocaram a sociedade do seu tempo, suscitando críticas em todos os sectores. As etapas da divulgação da moda à *la garçonne*, os modelos e as referências estéticas, as reacções e os condicionalismos são alguns dos aspectos abordados, concluindo-se que, face ao conservadorismo vigente, as mudanças foram reduzidas e limitadas aos aspectos visuais.

Palavras-chave: *garçonne*, *cabelos à Joãozinho*, *melindrosa*, anos 1920, mulher moderna.

Abstract: This paper studies the emergence of the *garçonne* figure as a symbol of the modern woman, in the 1920s, and its meaning in the change of the traditional concept of femininity identified by the stereotype of the mother, wife and housewife. Known in Portugal and Brazil, respectively, as “cabelos à Joãozinho” (Pixie haircuts) and “melindrosas”, the *garçonnes* could be identified by their short hair, light clothes and new attitudes that shocked the society

* Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras, Centro de História da Sociedade e da Cultura, Coimbra, Portugal.
irenemcv@fl.uc.pt.

of their time, prompting criticism from all sectors. The stages of the dissemination of the *garçonne* fashion, the models and aesthetic references, the reactions and constraints are some of the addressed subjects. This study concludes that, in view of the conservatism of the times, there were limited changes, and these were confined to the visual aspects.

Keywords: *garçonne*, pixie haircut, flapper, the 1920s, modern woman.

A *garçonne*: mito e realidade dos Anos Vinte

O vocábulo *garçonne* é um neologismo criado, em 1880, pelo escritor e crítico de arte Joris-Karl Huysmans (1848-1907), mas é nos Anos Vinte que é divulgado para identificar a mulher moderna, de aparência andrógina e de espírito independente, traduzidos no corte de cabelo curto, no vestuário de linhas direitas e numa filosofia de vida que se afasta do modelo vigente da esposa, mãe e dona de casa (Marques, 2004, p. 17).

Tem por base o romance homónimo do escritor francês Victor Margueritte (1866-1942), publicado no ano de 1922, cuja personagem principal – Monique Lerbier – dará o mote para a caracterização da mulher moderna. Na ficção, Monique é uma jovem da alta sociedade francesa, educada de forma tradicional para se tornar numa boa esposa e mãe de família, mas que, ao descobrir a traição do noivo, começa a trabalhar, recusa o casamento de conveniência arranjado pelos pais, adota atitudes arrojadas e sexualmente ambivalentes, altera o seu visual, multiplica aventuras galantes, frequenta *cabarets* e *dancings* da moda, experimenta o ópio e a cocaína.

Considerado indecoroso, o romance *La Garçonne* foi responsável por um grande escândalo literário, tendo sido incluído, pelo Vaticano, no *Index* dos livros proscritos e proibido em vários países. A campanha difamatória deu grande publicidade ao livro, convertendo-o num êxito de vendas, tendo sido traduzido em várias línguas e adaptado ao teatro e ao cinema (Bard, 1998, pp. 65-67).

Embora criticado, o modelo *garçonne* divulga-se por todo o mundo, apoiado pela imprensa periódica e pelo cinema, em articulação com a propaganda de produtos cosméticos e artigos de moda. Definidas pelos críticos mais acérrimos como “nucas rapadas, saias pelo pescoço e decotes pelo joelho” (Marques, 2004, p. 22), as *garçonnes* chocaram a sociedade do seu tempo, sobretudo os meios mais conservadores, assumindo, em alguns países, designações específicas, como *flappers*,

cabelos à Joãozinho e melindrosas, respectivamente nos Estados Unidos da América, em Portugal e no Brasil (Marques, 2007, pp. 26, 54; Cardoso, 2010, pp. 212-218).

“De cabelinho curto, a *garçon*, lábios em forma de coração, pega-
-rapaz caindo sobre a testa, roupas leves e transparentes, saias curtas
e decotes longos, às vezes com pequeno chapéu *cloche*, às vezes sem
ele, sedutora sempre” (Resende, 1999, p. 17), a *melindrosa*, personagem criada pelo caricaturista J. Carlos, em 1920, será consagrada por Benjamim Costallat no seu romance *Mademoiselle Cinema*. Publicado pela primeira vez em 1922, o livro alcançou um grande sucesso comercial, com cerca de sessenta mil exemplares vendidos, não obstante ter sido retirado de circulação sob o argumento de “se tratar de um reles livro pornográfico” (Mott, 1986, p. 95; Engel, 2007).

Embora os vocábulos referidos remetam para todo um visual, é o “escandaloso corte de cabelo” o principal elemento identificador da mulher moderna, por dar visibilidade à masculinização feminina, equiparando a mulher ao sexo oposto (Zdatny, 1996).

A construção de uma nova imagem

Confundindo as identidades sexuais, o cabelo *à la garçonne* era associado a atitudes contestatárias que poderiam pôr em causa o tradicional papel das mulheres na sociedade, afigurando-se, por isso, subversivo e perigoso. As primeiras mudanças nos padrões estéticos femininos antecedem a I Grande Guerra (1914-1918), coincidindo com a crescente importância da moda na formação das representações e os inícios do modernismo (Bard, 1998, p. 16).

Estes padrões estéticos traduzem-se num novo tipo de silhueta, estilizado e esguio, em substituição das formas opulentas, de cunho maternal, que corporizavam os cânones da beleza da mulher da segunda metade do século XIX (Vaquinhas, 2013). A formalização do novo ideal físico é acompanhada de cuidados com o bem-estar (prática de algumas actividades desportivas, contestação do corpete ou da cauda nos vestidos, masculinização do vestuário, preocupação com o peso e a alimentação, entre outros aspectos) que mobilizam a opinião pública.

Os higienistas manifestam-se, em geral, favoráveis às mudanças em curso, e o belo adquire, no final do século XIX, conotação médica, sendo entendido como o culminar da saúde (Vaquinhas, 2013, p. 255). O uso de calças pelas mulheres ou da saia-calça pela *biciclista*, então

designada por *saia-calção*, será igualmente motivo de controvérsia em vários países, difundindo-se já nos Anos Vinte, por iniciativa sobretudo de Coco Chanel. De forma a corresponder às exigências das *new women*, costureiros famosos, como Poiret e Madeleine Vionnet, entre outros, criariam roupas mais simples e cómodas que facilitassem “movimentos ágeis e vigorosos” (Vaquinhas, 2011, p. 66). No Brasil, as novas tendências no campo da moda provocaram “adesões apaixonadas”, assim como “críticas ácidas e adaptações inovadoras”, e alguns higienistas identificaram como saudáveis as roupas leves e os cabelos curtos (Sant’Anna, 2012, p. 108).

A estas alterações da aparência feminina não são alheias a progressiva entrada das mulheres no mercado de trabalho fora do domicílio, a sua maior presença no espaço público, o aumento da produção literária feminina, os inícios dos movimentos feministas e o acesso à instrução, dotando-as de meios que proporcionam novas conquistas, fenómenos que se aceleram a partir da I Grande Guerra.

Estas mudanças reflectem igualmente uma nova identidade e o questionar das relações e dos papéis de cada sexo na sociedade, com destaque para a valorização dos sentimentos nas relações conjugais (Schpun, 1997, p. 36) e o colocar em causa a maternidade como objetivo prioritário das relações íntimas.

Ser moderna numa sociedade conservadora

É nos *loucos Anos Vinte*, no rescaldo de um conflito sem precedentes à escala mundial que abalou todos os campos da vida económica e social, que se afirmam as *garçonnes*. Com o seu cabelo curto, corpos esbeltos e seios pequenos, trajes ligeiros, sapatos cómodos, frequentadoras dos novos locais da boémia nocturna, adeptas de um modelo de vida cosmopolita, simbolizam uma mudança de mentalidade relativamente à mulher burguesa tradicional, ao mesmo tempo que exprimem o optimismo e a alegria de viver dos anos do pós-I Grande Guerra.

A década traz o desnudamento de partes do corpo feminino antes encobertas, as quais se mostram e exibem, adquirindo uma nova funcionalidade. A redução do comprimento dos vestidos e a “descoberta das pernas” constituem uma das marcas distintivas deste período, a qual vem dar uma maior liberdade de movimentos à mulher.

Os modelos e as referências estéticas são, em geral, de inspiração francesa (Schpun, 1997, p. 85; Priore, 2006, p. 258), apresentando-se

vestidos de linhas direitas e fluidas, até ao joelho. Os decotes também se tornam mais generosos, sobretudo no vestuário *da noite*. Acessórios sabiamente escolhidos (em particular, colares compridos de pérolas, de duas voltas), sapatos de salto com biqueira em *bico de pato* e maquilhagem de cores fortes e provocantes completam a personagem.

Em voga entra também o *smoking*, e os vestidos são substituídos por calças, gravata e bengala, indumentária que vem colocar a questão da virilização feminina por se tratar de um traje masculino. A exposição do corpo vai obrigar a cuidados redobrados com a aparência, impulsionando a prática de alguns desportos (ténis, natação...) e a frequência das praias, a comercialização de produtos cosméticos e farmacêuticos, bem como o negócio dos salões de cabeleireiro ou de beleza, profusamente publicitados nas páginas dos periódicos, factores decisivos no nascimento da sociedade de consumo e na democratização da moda (Vaquinhas, 2004, p. 9; Bard, 1998, p. 48).

Produtos capilares e de beleza, dietas para emagrecer, sabonetes, loções, cremes, depilatórios, perfumes, colorações de cabelo, *permanentes indeseisáveis* prometiam a sedução de visuais modernos e o combate aos sinais do envelhecimento. Associada ainda à *mulher moderna* está a condução de automóveis, chegando algumas a tirar o *brevet* e a pilotar aviões.

Ser *garçonne* implicava, no entanto, capacidade económica e alguma instrução, correspondendo esse modelo sobretudo a uma minoria de mulheres urbanas, pertencentes à classe média ou média alta, com possibilidade de cuidar da aparência, de frequentar os lugares da moda, de ter acesso à cultura francesa ou de estar atenta às novidades americanas.

Nos anos do pós-guerra, elegância e boémia tendem a coincidir, apropriando-se a *garçonne* do universo da noite, até então estritamente masculino. Nos *night clubs* ou nos *dancings* entregam-se aos ritmos vibrantes do *jazz*, às coreografias atrevidas das novas danças (*charleston*, *fox-trot*, *shimmy*, *one-step*...) e bailam coladas ao par, removidos muitos dos obstáculos do vestuário feminino do passado.

O factor moda leva também muitas mulheres a fumar, fenómeno a que as tabaqueiras não ficam indiferentes, criando marcas de tabaco destinadas ao sexo feminino ou servindo-se da imagem da mulher moderna na publicidade.

Também associado à vida nocturna está o consumo de estupefacientes: a morfina, a cocaína ou *coca*, o ópio ou ídolo negro, sendo este

último consumido em lugares próprios, as *fumeries*. A vertigem da velocidade afecta as relações, multiplicando-se os *flirts* passageiros.

A homossexualidade feminina expande-se e a ambiguidade das identidades sexuais permanece como uma constante dos loucos Anos Vinte, característica perceptível nos escritos de temática lésbica de Judith Teixeira e de Ercília Nogueira Cobra, autoras que escandalizaram o moralismo oficial de Portugal e do Brasil, com impacto na apreensão de algumas das suas obras (Marques, 2007, p. 91; Cardoso, 2010, pp. 214-216; Mott, 1986).

Limites e condicionalismos

Apesar do carácter excepcional dos comportamentos desviantes, a ousadia da *garçonne* e a avaliação negativa que é feita das suas atitudes suscitam reacções, organizando-se, em vários países, associações de defesa dos costumes cristãos que visam garantir a decência e a moralidade, no fundo, assegurar a castidade da mulher até ao casamento e a concepção cristã de família.

Contudo, se os cabelos curtos e as roupas simplificadas entraram nos gostos femininos, já no campo dos comportamentos as alterações foram mais tímidas: casar permanece como o sonho da *garçonne* e o casamento como a garantia da sua sobrevivência económica e de reconhecimento social.

No fim da década, em especial a partir da crise de 1929, o visual *garçónico* começa a perder importância, regressando os cabelos compridos e as silhuetas curvilíneas, em estreita articulação com o retorno das ideologias conservadoras e os anseios de ordem e de estabilidade.

Em conclusão

Protagonista central dos Anos Vinte, as *garçonnes* marcaram a década, introduzindo novas identidades portadoras da noção de liberdade, tanto nas atitudes como nos costumes, não desprovidas de consequências políticas, tendo dado grande visibilidade à mulher no espaço público e antecipando a sua adaptação a novas exigências profissionais. Essa foi uma das suas grandes conquistas...

Os novos meios de comunicação – a imprensa, o cinema e o teatro – contribuíram para a difusão da imagem da mulher moderna, fazendo-a “saltar” da literatura para a realidade. Esta será fortemente apoiada

pela publicidade comercial de uma gama variada de produtos, desde os cosméticos ao tabaco e aos automóveis, entre outros sectores da actividade económica, e constituirá uma figura decisiva no desenvolvimento da sociedade de consumo.

Porém, entre a ficção e a realidade, nem sempre o acordo é possível. O peso do conservadorismo associado à influência da Igreja Católica joga a favor da tradição e da manutenção dos arquétipos tradicionais femininos, ficando, em muitos casos, as inovações pelas modas e pelos cortes de cabelo. Todavia, a imagem da *garçonne* como símbolo de modernidade, de irreverência e de optimismo permanece até aos dias de hoje.

Bibliografia

- BARD, C. (1998). *Les Garçonnes. Modes et fantasmés des Années folles*. Paris: Flammarion.
- CARDOSO, E. B. (2010). *Identidades de gênero, amor e casamento em Teresina (1920-1960)*. Tese de Doutorado, Universidade Federal Fluminense, Niterói, Brasil. Acedido Agosto 2, 2013, em <http://www.historia.uff.br/stricto/td/1218.pdf>.
- CASTALLAT, B. (1999). *Mademoiselle Cinema*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra. Acedido Agosto 20, 2013, em <http://books.google.pt/books?id=hkbafIPUk30C&pg=PA9&lpg=PA9&dq=mille+cinema+Benjamin+Costallat&source=bl&ots=rddVf7iJUc&sig=D8tdBpfOpFbDfhmKW6IhisgnjaU&hl=pt-BR&sa=X&ei=700SUrOUCOXR7Abr-ICwAg&ved=0CEYQ6AEwAw#v=onepage&q=mille%20cinema%20Benjamin%20Costallat&f=false>.
- ENGEL, M. G. (2007). Gêneros, modernidade e moralidade: leituras da *cidade submersa* nas crônicas de Benjamim Costallat. *Revista Manzana de la discordia*, año. 2, n. 3, 67-73. Acedido Março 6, 2014, em <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/2682/1/p%2068.pdf>.
- FRANÇA, P. (2010). Melindrosas e Almofadinhas: a moderna sociedade carioca dos anos 1920 na obra de Benjamim Costallat. In *XIV Encontro Regional da ANPUH-Rio, Memória e patrimônio*, Rio de Janeiro, 19-23 Julho 2010. Acedido Março 6, 2014, em http://www.encontro2010.rj.anpuh.org/resources/anais/8/1276708547_ARQUIVO_texto_anpuh.pdf.
- MARQUES, G. M. (2004). "Cabelos à Joãozinho". A *garçonne* em Portugal nos Anos Vinte. In I. Vaquinhas (coord.), *Entre Garçonnes e Fadas do Lar. Estudos sobre as mulheres na sociedade portuguesa do século XX (17-68)*. Coimbra: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- MARQUES, G. M. (2007). "Cabelos à Joãozinho". *A garçonne em Portugal nos Anos Vinte*. Lisboa: Livros Horizonte.

- MOTT, M. L. (1986). Temas em debate. Biografia de uma revoltada: Ercília Nogueira Cobra. *Cadernos Pesquisa de São Paulo* (58), Agosto 1986, 89-104. Acedido Março 6, 2015, em <http://www.fcc.org.br/pesquisa/publicacoes/cp/arquivos/724.pdf>.
- PRIORE, M. (2006). *História do amor no Brasil*. São Paulo: Editorial Contexto.
- RESENDE, B. (1999). A volta de Mademoiselle Cinema. In B. Costallat, *Mademoiselle Cinema. Novela de costumes do momento que passa...* (9-27). Rio de Janeiro: Casa da Palavra. Acedido Agosto 20, 2013 em books.google.pt/books?isbn=8587220020.
- SANT'ANNA, D. (2012). Sempre bela. In C. B. Pinsky & J. M. Pedro (org.), *Nova História das Mulheres no Brasil* (105-125). São Paulo: Editorial Contexto.
- SCHPUN, M. (1997). *Les Années folles à São Paulo. Hommes et femmes au temps de l'explosion urbaine (1920-1929)*. Paris: L'Harmattan.
- VAQUINHAS, I. (2004). Prefácio. In I. Vaquinhas (coord.), *Entre Garçonnes e Fadas do Lar. Estudos sobre as mulheres na sociedade portuguesa do século XX* (7-13). Coimbra: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- VAQUINHAS, I. (2011). Alguns aspectos da elegância e da beleza femininas nos finais do século XIX. In I. Vaquinhas, *"Senhoras e Mulheres" na Sociedade Portuguesa do Século XIX* (53-79), 2.ª edição. Lisboa: Edições Colibri.
- VAQUINHAS, I. (2013). Quando a gordura começou a deixar de ser formosura... Os caminhos de um novo paradigma estético nos finais do século XIX-inícios do século XX. *Revista de História das Ideias, O corpo*, vol. 33, 241-259.
- ZDATNY, S. (1996). La mode à la garçonne 1900-1925: une histoire sociale des coupes de cheveux. *Le Mouvement Social*, n.º 174, 23-56.