



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ– UEM
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

DÉBORA PINGUELLO MORGADO

**COZINHAR E DECORAR: MULHERES ENTRE PANOS, OBJETOS E COMIDAS
(1967-1972)**

MARINGÁ

2017

DÉBORA PINGUELLO MORGADO

**COZINHAR E DECORAR: MULHERES ENTRE PANOS, OBJETOS E COMIDAS
(1967-1972)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Estadual de Maringá, como requisito para a obtenção do título de Mestre em História, sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Ivana Guilherme Simili e coorientação da Prof.^a Dr.^a Solange Ramos de Andrade.

MARINGÁ

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Biblioteca Central - UEM, Maringá, PR, Brasil)

M849c Morgado, Débora Pinguello
Cozinhar e decorar : mulheres entre panos,
objetos e comidas (1967-1972) / Débora Pinguello
Morgado. -- Maringá, 2017.
147 f. : il. color., figs., tab.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Ivana Guilherme Simili.
Coorientadora: Prof.^a Dr.^a Solange Ramos de
Andrade.

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de
Maringá, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes,
Programa de Pós-Graduação em História, 2017.

1. Têxteis domésticos - Consumo. 2. Donas de casa
- Decoração. 3. Moda - Brasil - História - 1967-
1972. 4. Moda - Gênero. 5. Moda - Etiqueta. 6. Moda
- Casa - História. Cozinha - História - 1967-1972.
7. Mãos de Ouro (Enciclopédia) - Representações de
feminilidade. 8. Bom Apetite (Enciclopédia) -
Representações de feminilidade. I. Simili, Ivana
Guilherme, orient. II. Andrade, Solange Ramos de,
coorient. III. Universidade Estadual de Maringá.
Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa
de Pós-Graduação em História. IV. Título.

CDD 21.ed. 981.0082

AMMA-003425

DÉBORA PINGUELLO MORGADO

COZINHAR E DECORAR: MULHERES ENTRE PANOS, OBJETOS E COMIDAS
(1967-1972)

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Estadual de Maringá, como requisito para a obtenção do título de Mestre em História, sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Ivana Guilherme Simili e coorientação da Prof.^a Dr.^a Solange Ramos de Andrade.

Aprovado em: Maringá, 29 de março de 2017.

BANCA EXAMINADORA

Dr.^a Ivana Guilherme Simili
Universidade Estadual de Maringá - UEM

Dr.^a Solange Ramos de Andrade
Universidade Estadual de Maringá - UEM

Dr.^a Vânia Carneiro Carvalho
Universidade de São Paulo – USP

Dr.^a Vanda Fortuna Serafim
Universidade Estadual de Maringá - UEM

AGRADECIMENTOS

A passagem pelo mestrado foi árdua, mas recompensadora não só no sentido da pesquisa. Nesses dois últimos anos pude contar com o apoio de quem já era muito importante e presente na minha vida e, além disso, conheci pessoas novas, apresentadas pelo mestrado e que foram fundamentais em todo esse processo. Agradeço primeiramente aos meus pais, Lourdes e Luiz, minha gênese, e que nesta etapa não mediram esforços para que eu pudesse chegar até aqui. Em especial à minha mãe, inspiradora deste trabalho, mulher que me ensinou a costurar e a cozinhar, as atividades que considero mais prazerosas. As lembranças de minha mãe costurando e a memória de seus gestos na cozinha, atendendo aos pedidos meus e de minhas irmãs, estiveram presentes o tempo todo na escrita desta pesquisa.

Papel fundamental nesta etapa foi cumprido pelo meu namorado, Lucas, que me ajudou de tantas formas, com um jeito alegre e mais descontraído de viver a vida, sem o qual eu teria, muitas vezes, sofrido por problemas que não existiam. Agradeço ainda à minha irmã Suzana. Seu amor de irmã e a experiência acadêmica foram essenciais nos mais diversos momentos, desde as visitas até as perguntas sobre normas da ABNT. Importantes foram também as minhas amigas Amanda, Ana Elisa, Camila, Gabriela e Jéssica, amizades feitas no curso de Moda e com as quais pude contar nesses dois anos, e a Bruna e Thamirys, amigas que dividiram república comigo e com as quais estabeleci vínculos fraternos. O mestrado, ainda, me presenteou com pessoas especiais, os meus “amigos culturais”: Aline, Arléto, Danilo e Patrick, importantíssimos desde as aulas até os momentos de discussão no bar, de cafés da tarde, de estudos madrugada afora. Outros amigos presentes, ainda que virtualmente, com discussões enriquecedoras, foram Bruno Müller e Gustavo Nassar.

Agradeço demais às professoras da banca de qualificação, uma banca de mulheres maravilhosas. À Vanda Serafim por ter despertado em mim a paixão pela História e que tão gentilmente aceitou participar da banca com suas contribuições fundamentais. À Vânia Carvalho pela leitura atenciosa e dedicação singular, uma profissional muito competente e humana. À Solange Andrade por, na ausência da Ivana, ter se disposto a colaborar e que, na banca, também foi essencial. As três forneceram leituras e ideias que modificaram os caminhos – para melhor – da minha pesquisa. Por último, a cereja do bolo – sempre a melhor parte –, agradeço, com muito afeto e amor, à Ivana, orientadora desse trabalho que, o tempo todo, fez além do seu papel de orientadora. Posso dizer que foi uma mãe em muitos momentos. No mestrado, ainda que da Itália, as conexões via Skype alegravam a tarde e conduziam o andamento da pesquisa. Então, esta pesquisa que aqui se mostra, é mérito também da Ivana e de todas as suas qualidades enquanto orientadora e ser humano.

RESUMO

Esta pesquisa buscou percorrer o caminho das donas de casa no Brasil, no período entre 1967 e 1972, em suas atividades na cozinha, notadamente, os saberes e os fazeres envolvidos nas artes de enfeitar, cozinhar e decorar as mesas. O consumo envolvido na decoração, sob a ótica da moda, e o fazer têxtil para aquele espaço se aliam à apresentação das comidas que, sobre a mesa, comunicam sobre o estilo de vida e os sentimentos das donas de casa em seus trabalhos na cozinha. Para tal, tomou-se por fontes documentais as enciclopédias da Abril Cultural *Mãos de Ouro* e *Bom Apetite* que, veiculadas no período abarcado pela pesquisa, forneceram representações de modernidade e feminilidade.

Palavras-chave: têxteis domésticos; consumo; donas de casa; moda; cozinha.

ABSTRACT

This research sought to follow the way of housewives in Brazil, between 1967 and 1972, in their activities in the kitchen, notably, the knowledge and practices involved in the arts of decorating, cooking and decorating tables. The idea of consumption involved in the decoration, from the point of view of fashion, and the textile making for that space are combined with the presentation of the foods that communicate on the table about the lifestyle and the feelings of the housewives in their work in the kitchen. To this end, the encyclopedias of Abril Cultural *Mãos de Ouro* and *Bom Apetite* were taken by documentary sources, which, transmitted the period covered by the research, provided representations of modernity and femininity.

Keywords: household textiles; consumption; housewives; Fashion; kitchen

Lembre-se de que, quando um artista planeja um quadro, não pensa que “êste vai ser um quadro que para a família serve”, mas dá o melhor de si mesmo ao pintá-lo. Comparando, pode-se dizer que a dona de casa é a artista, e pôr a mesa de forma decorativa e alegre será sua obra-prima cotidiana.

(Bom Appetite, 1968, v. 1, p. 52)

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Fascículos <i>Mãos de Ouro</i> n. 1.....	30
Figura 2 – <i>Mãos de Ouro</i> e <i>Mani d’Oro</i>	31
Figura 3 – <i>Il Piatto d’Oro</i> e <i>Bom Appetite</i> : capas	33
Figura 4 – Imagem ilustrativa da enciclopédia encadernada.....	35
Figura 5 – Enciclopédia encadernada.....	40
Figura 6 – Organização por tipos de receitas	41
Figura 7 – Nota fiscal de venda de <i>Bom Appetite</i>	42
Figura 8 – Saída de banho “Paco Rabanne” e vestido do estilista	58
Figura 9 – Sapatinho de tricô.....	65
Figura 10 – Colcha de <i>Patchwork</i>	70
Figura 11 – O avental para as esquecidas.....	74
Figura 12 – Os aventais túnica	75
Figura 13 – Túnica de Hubert de Givanchy	76
Figura 14 – Avental no ninho.....	78
Figura 15 – Aventais em <i>Bom Appetite</i>	80
Figura 16 – “práticos e bonitos: jogos americanos”	81
Figura 17 – “A cozinha e seus acessórios”.....	87
Figura 18 – Cozinha “alegre”	88
Figura 19– Cozinhas pequenas	91
Figura 20 – A eletricidade a serviço da dona de casa.....	93
Figura 21 – Panelas, pirex, fôrmas	95
Figura 22 – Espiriteira de <i>fondue</i>	96
Figura 23 – Apetrechos para a cozinha	97
Figura 24 – Ingredientes e pratos sobre a mesa.....	111
Figura 25 – Receita de “zebrinhas”	118
Figura 26 – Toalha listrada para a mesa de jantar	124
Figura 27 – Torta “Sônia”	126
Figura 28 – Abafador de chá e toalha de mesa.....	127
Figura 29 – Centrinho sob a garrafa	128
Figura 30 – Mesa “bonita”.....	129
Figura 31 – Toalha de mesa com enfeite.....	131
Figura 32 – Toalha de bandeja	132

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 FASCÍCULOS E ENCICLOPÉDIAS: ARTES FEMININAS DE AGULHA E FOGÃO	19
1.1 OS PERIÓDICOS NO BRASIL E SUAS RESSONÂNCIAS NA FEMINILIDADE	20
1.2 OS FASCÍCULOS COMO ESTRATÉGIAS DA ABRIL CULTURAL.....	26
1.2.1 A inserção das enciclopédias no Brasil	27
1.2.2 As “enciclopédias femininas” da Abril Cultural: apontamentos sobre venda e custo	38
1.3 PAPEL, TEXTOS E IMAGENS NOS FASCÍCULOS E ENCICLOPÉDIAS.....	44
1.3.1 Mãos de Ouro: formatação e conteúdo	45
1.3.2 Bom Apetite: formatação e conteúdo	50
2 A CASA E A COZINHA SOB A ÉGIDE DA MODERNIZAÇÃO	53
2.1 A COMUNICAÇÃO DE MASSAS E O REPERTÓRIO PARA A FEMINILIDADE	54
2.1.1 Mãos de Ouro, mãos de estilista, mãos de artista	57
2.1.2 As mulheres entre flores: inspirações artísticas	63
2.2 A INFLUÊNCIA NORTE AMERICANA NA PRODUÇÃO TÊXTIL DOMÉSTICA...	68
2.2.1 Uniformes para o corpo na cozinha: os modernos aventais	73
2.3 COZINHA MODERNA: CONSUMO EM <i>BOM APETITE</i>	80
2.3.1 A construção da cozinha moderna: consumo em <i>Bom Apetite</i>	86
2.3.2 Os utensílios da cozinha: <i>status</i> para a dona de casa	92
3 COZINHAR A BELEZA E SERVIR À MESA: COMIDAS E TOALHAS	99
3.1 GASTRONOMIA: DOS <i>CHEFS</i> ÀS DONAS DE CASA	101
3.2 NOVOS INGREDIENTES DA COZINHA BRASILEIRA	108
3.3 SOBRE A TOALHA: SÍMBOLOS DE COMENSALIDADE.....	116
3.3.1 Sociabilidade e comensalidade: agradar e comunicar com comidas e decoração .	119
CONSIDERAÇÕES FINAIS	134
Referências	138
Fontes documentais	146

INTRODUÇÃO

Minha vida esteve sempre cercada de paninhos, pequenos tecidos decorados com bainhas de crochê, com bordados em ponto cruz e ponto cheio, espalhados sobre os móveis da casa. Havia uma infinidade de centrinhos de crochê, e que enfeitavam os meus sonhos quando eu brincava de casinha, roubando-os da gaveta do armário de minha mãe. Quando aprendi a costurar, ainda antes dos quinze anos, gostava de utilizar restos desses panos, restos de cortina, de capa de sofá, para criar roupas autênticas e mal cosidas. Anos depois, formei-me em Moda e, no trabalho de conclusão de curso, elaborei uma coleção de roupas utilizando esses paninhos que, gentilmente e com muita dó, minha mãe me doou. Encantada com o resultado, escrevi o projeto para a entrada no mestrado, propondo-me a pesquisar sobre as memórias femininas que se inscrevem nesses têxteis, utilizando, para isso, os têxteis produzidos pelas mulheres de minha família materna.

Malta (2015, p. 1) escreve que esses paninhos, hoje, não estão mais em uso e que “Alguns os consideram um excesso, outros, uma cafonice. E assim, descansam e amarelam-se no fundo de muitas gavetas.”. Perrot (2015), ao mencionar que as mulheres, no decorrer da história, deixaram seus registros nos trabalhos aos quais se dedicavam, como os labores de costura e bordado, relata também que as próprias mulheres os constroem e os destroem. É comum que, algumas vezes durante a vida, sejam limpas as gavetas dos armários, trocando-se os panos velhos por novos, destruindo os vestígios do passado. Com as mulheres da minha família não foi diferente, com que tristeza pude constatar que os registros têxteis, com os quais eu trabalharia, haviam sido substituídos, em uma dessas tradicionais limpezas de fim de ano, por panos novos, industriais e estampados mecanicamente – adornados, porém, com bainhas de crochê feitas a mão.

Entre a escrita e a idealização de um projeto e sua execução, os caminhos de uma pesquisa são sempre sinuosos. As perdas das fontes principais, os têxteis domésticos e familiares como objeto de estudo sobre as memórias femininas envolvidas nas artes de enfeitar e decorar a casa, desenvolvidas pelas mulheres como donas de casa dos anos 1960, exigiu sua redefinição e, o estudo ora apresentado não perdeu de vista o sonho inicial de escrever sobre o assunto, mas fez adequações que viabilizassem a narrativa. A substituição dos panos caseiros que enfeitavam as casas pelos industriais, como prática de consumo das mulheres de minha família, foi constituída como ponto de partida para pensar os meandros percorridos pela moda em suas relações com os espaços domésticos e os fazeres femininos de cuidar do lar por meio da abordagem de assuntos relativos ao bordar, enfeitar, cozinhar e servir à mesa veiculados nas Enciclopédias *Mãos de Ouro* e *Bom Appetite*.

Como escreveu Calanca (2008), desde que a moda, como fenômeno econômico, social, político e cultural, foi observada no Ocidente entre finais do século XIV e início do XX, suas influências são nítidas nos “[...] comportamentos, gostos, idéias, artes, móveis, roupas, objetos e linguagem [...]”. (CALANCA, 2008, p. 3). Nas páginas das enciclopédias, selecionadas como documentos da pesquisa, procurou-se captar as estratégias da moda para incutir noções de gosto e de elegância por meio de panos, móveis e utensílios domésticos, conectando as mulheres ao consumo de objetos e de representações de dona de casa moderna, de lar moderno, de cozinha atual.

Captou-se, portanto, nas enciclopédias, os processos amplos da moda para o lar, em seus fluxos e refluxos com a modernidade e a modernização do país, com os seus nexos com a cultura norte americana, o *American Way of Life*, e os novos comportamentos de consumo que tinham nas mulheres, em particular, nas donas de casa e na cozinha, como lócus do vestir, do preparar e do servir os alimentos, um dos principais alvos das mudanças idealizadas para o Brasil conjecturadas desde a década de 1940 e que se acentuam nos 1960 e 1970. De certa maneira, o que mostro neste estudo é que a compreensão das atitudes das mulheres de minha família e de muitas outras, suas contemporâneas, de substituir os panos e objetos da casa com frequência, está relacionada ao surgimento de uma nova cultura doméstica e de domesticidade, alterando os visuais da cozinha, as maneiras de produzir e de servir à mesa.

O estudo se justifica sob vários aspectos. Um deles diz respeito ao uso das enciclopédias como documentos para a escrita de uma história das mulheres nas cozinhas, assunto que merece ser estudado na medida em que coloca em cena as donas de casa, com suas roupas, com seus fazeres nos manuseios dos objetos, nos usos de receitas veiculadas pela imprensa para reproduzir ou criar desenhos nas toalhas, os cheiros e sabores de pratos. O olhar sobre as donas de casa permitiu conhecer as mulheres no interior da casa, na sua vida cotidiana, no desempenho de suas funções decorrentes da divisão de tarefas entre as esposas, o marido e os filhos. Cuidar e zelar do lar, como atribuição feminina colocava em cena diversas atividades e desempenhos que exigiam vestir, comprar, limpar, organizar, fazer, servir e decorar.

As conversas das mulheres com as cozinhas e as artes de decorar o ambiente e os pratos preparados para servir à mesa foram transformadas na matéria prima desta pesquisa. Identificar nas páginas das enciclopédias como essas relações estavam permeadas por práticas e representações de feminino e feminilidade para a dona de casa como moderna, atual, elegante, portanto, na moda concebida para o lar e para o desempenho doméstico, foi o caminho metodológico percorrido.

A abordagem proposta insere o estudo na linha da História Cultural, como pensado por Pesavento (2008), na qual, a partir de recortes específicos e definidos pelo historiador, escrever sobre um aspecto do passado significa reconhecer as aspirações que se inscreveram em um contexto próprio, distinto do presente e que, portanto, não deve ser analisado a partir da ótica da atualidade, apesar de não ser possível desinserir-se do presente, raiz na qual enfiça-se o trabalho do historiador. Assim, “Munidos de conceitos que lhes permitem realizar escolhas e recortes na realidade passada, a ser investigada, os historiadores selecionam temas e os constroem como objetos, problematizando-os [...]” (PESAVENTO, 2008, p. 12).

O primeiro conceito de Pesavento (2008), apropriado para esta pesquisa, é o de representação. A representação é compreendida como uma linguagem que se inscreve sobre a realidade, sendo ela também constituinte da realidade: essa que se traduz em discursos, imagens e práticas sociais que guiam as formas de assimilação do mundo, qualificando-o. A representação se encontra na forma da presentificação de uma ausência, ou seja, é uma construção social sobre algo que não existe, mas que passa a existir a partir de sua configuração (PESAVENTO, 2008).

Chartier (1990) vê no consumo cultural uma forma de criar representações para si, mas que, no entanto, devem ser diferenciadas em seu momento de produção e de aquisição. Um texto, seja ele de qualquer tipo – verbal ou não verbal –, prescinde de uma produção que intenciona transmitir sentidos para a realidade na qual se insere, mas que depende de um decodificador, que lerá o texto conferindo-lhe um sentido próprio e pessoal. Inferir que um texto, a partir da intenção do seu produtor, não é apropriado de maneiras diferentes pelos sujeitos, é atribuir-lhe um poder totalitário que não depende dos sentidos sobre ele construídos. Ao difundir ideias de representações, os textos, ao serem consumidos culturalmente, criam, a partir de uma bricolagem pessoal e de percepções subjetivas, representações para as diversas personagens que se inserem no mundo, guiando suas práticas sociais.

Dessa forma, ao serem analisadas as enciclopédias *Mãos de Ouro* e *Bom Appetite*, elencadas como fontes dessa pesquisa, serão elas encaradas como difusoras de representações de feminilidade, voltadas para as donas de casa que compunham a classe média no Brasil no período de 1967 a 1972, mas que não dão conta de dimensionar, em suas intenções e materialidade, as formas como foram lidas, tampouco as personagens que criaram e as práticas que proporcionaram. É preciso pensar que os objetivos almejados pelas mulheres na aquisição das enciclopédias, assim como em qualquer aquisição, podiam ser diversificados, ou seja, salienta-se aqui que a produção cultural, especialmente na forma dos periódicos,

permite muitas apropriações e mecanismos de distribuição do conhecimento que concentram em si. As mulheres podiam comprar as enciclopédias tanto para reproduzir os bordados ou os pratos, como para contratar serviços que realizassem as receitas; podiam adquirir apenas para obter conhecimento sobre o assunto, ou para exibir os livros, satisfazer o olhar e criar uma representação de si para o outro por meio dessa exibição. Enfim, não é possível calcular os diversos usos que delas foram feitos, apenas elencá-las como fontes de consumo.

Considerar as enciclopédias dessa maneira não diminui de forma alguma o valor que possuem elas enquanto fontes históricas e culturais, apenas sedimentam-se as funções as quais se prestaram, sem atribuir-lhes nenhum tipo de poder mágico, poderia supor-se, exercido sobre suas leitoras. As representações condicionadas pelo consumo cultural possuem diversas faces, conforme a análise de Certeau (1998), e que podem estar inseridas nos mecanismos de táticas diante das estratégias. Como defende o autor, as estratégias são um cálculo de forças empregadas para concretizar um determinado anseio de alguém que detenha alguma forma de poder; já as táticas são as ações de desvio que ocorrem na assimilação das estratégias e que engendram uma repercussão inesperada, constituindo variadas “maneiras de fazer”.

O momento de contextualizar a fonte é também o instante no qual se busca entender a sua criação e de que forma se deu sua materialização. Já antes indicado, foi o fato de que as enciclopédias foram traduções de uma produção italiana e que sofreram adaptações para o mercado brasileiro. Sem possibilidades, neste momento, de pesquisar acerca dos títulos originais e a sua apresentação e impacto na sociedade italiana do período, atem-se, aqui, aos movimentos de apropriação, tradução e ressignificação pelas quais passaram as enciclopédias italianas para se tornarem convenientes às donas de casa do Brasil.

Entre as práticas que constroem o mundo como representação, de acordo com Chartier (1990), inserem-se as apropriações que os sujeitos fazem acerca do que consomem: ao mesmo tempo em que essa tomada fornece os mecanismos para as táticas, subsidiam estratégias a partir da ocupação de um lugar que é tomado para si. A Abril Cultural, a partir da apropriação de um produto italiano, elaborado pela Fratelli Fabbri Editori, ocupa a morada de um conteúdo idealizado para um determinado local e o lança como estratégias para atingir um outro público, de outro lugar. Nesse processo, há a tradução cultural que, conforme Burke (2005), é a tentativa de transformação das experiências humanas de forma equivalente para outras culturas. Essa tradução, no entanto, para ser equivalente, precisa passar por adaptações, sofrer uma descontextualização em relação ao seu local de origem para, então, ser recontextualizada, inserindo-se em uma nova localidade com efeitos semelhantes aos originários.

A tradução cultural é, nas palavras do autor, um trabalho feito por “[...] indivíduos e grupos para domesticar o estrangeiro, assim como as estratégias e as táticas empregadas.” (BURKE, 2005, p. 156). No entanto, pode ocorrer, no decorrer dessa tarefa, uma tradução inconsciente, entendida assim por ser realizada a partir de um esquema perceptual da própria cultura do tradutor aplicado na interpretação do conteúdo que se pretende traduzir. Ele não consegue se desvincular das representações de sua cultura para compreender outras formas de representação cultural, conferindo um valor, a algum elemento, distinto do qual ele matematicamente comunicava.

Os hibridismos culturais se referem a esses trânsitos entre uma cultura e outra, englobam as traduções conscientes e inconscientes, e compreendem ainda as ressignificações a elas concatenadas. As enciclopédias, traduzidas e inseridas em um novo contexto, ressignificam o conteúdo original, assim possível por ser, o Brasil, um país distinto da Itália, ou seja, que no interior de sua cultura assimila certos códigos de forma distinta e que, em contato com esses códigos, vindouros da Itália, promovem a eles novos significados, diferente dos que possuíam anteriormente.

Essas constatações sugerem que, uma vez organizadas como estratégias para o consumo e para a difusão de ideais de feminilidade, as enciclopédias, traduzidas, promovem um hibridismo cultural entre o que se preconizava na Itália, acerca dos modelos de conduta e de trabalhos para as mulheres, com as visões que o Brasil já adotava a partir da difusão sobre esse assunto pelos periódicos femininos. Como a cultura é muito mais ampla e complexa, é necessário salientar que dizer “Brasil” e “Itália” é feito como ponto de referência, pois ambos os países já abrigavam intenso hibridismo, o que nunca deixa de ocorrer, e que faz desse encontro só mais um dos minúsculos pontos que formam as teias da cultura, retornando como representações e práticas sociais.

Ainda, atrelado às enciclopédias e à cultura de massas no ocidente, a intensificação do *American Way Of Life*, no Brasil, pôde ser difundido na forma dos periódicos e publicidade voltados, principalmente, para o público feminino. As enciclopédias são, também, produtos culturais que reforçam a predominância de um modelo de vida norte americano veiculado no período, que contribuiu para fortalecer ideais de modernidade baseados no consumo, com excepcional destaque para o consumo de produtos voltados para a casa.

O conceito de modernidade e suas ressonâncias – moderno, modernizante e modernização –, para Ortiz (1994), possuem relação com as melhorias sociais dentro de um Estado-Nação, movimento que se acelera no século XIX com a sociedade industrial e que fornece as condições materiais para a suplantação de formas precárias de vida, sempre vinculadas ao fortalecimento do Estado e à configuração de uma identidade nacional. Apesar

dessa característica de elo com o nacionalismo, a modernidade e o movimento modernizador já comportavam, no século XIX, o que mais tarde viria a ser, como apontada pelo autor, a mundialização da cultura, nascida do próprio desenvolvimento da modernidade industrial.

É, portanto, necessário compreender que nas enciclopédias e na comunicação de massas da década de 1960 o discurso de modernização, no contexto brasileiro, faz referência à industrialização e ao consumo que, apesar de trazer uma melhora na condição de vida, especialmente das donas de casa, não está comprometido com a suplantação de formas tradicionais de vida, apenas com a ressignificação das práticas antigas a partir do consumo de novos objetos, encarados como modernizantes e aliciados aos ideais do Estado, no caso, a partir de 1964, o regime militar, que preconizava o tradicionalismo¹ nas relações políticas e sociais.

Como indicado, Ortiz (1994) entende que a história quase nunca é feita de rupturas e renovações imediatas, por isso, a própria modernidade, cujo princípio era o de fortalecer o Estado, gestava em sua formatação a mundialização cultural, estendendo-se, assim, além das fronteiras nacionais. Isso é aqui explicado para que sejam esclarecidos os constantes diálogos possíveis de serem encontrados entre o discurso de modernização, do qual bebem as enciclopédias, e os indícios de uma mundialização, principalmente quando *Bom Appetite* se propõe a levar às donas de casa os pratos típicos de todo o mundo e ensina a usar os ingredientes não nacionais. Ainda, são as próprias enciclopédias frutos do hibridismo cultural, que é inerente à mundialização, traduzindo-se de um local para outro por meio do afrouxamento das fronteiras nacionais.

Assim, entende-se por moderno, aqui, a tecnologização da vida baseada na aceleração da sociedade industrial e na racionalização dos meios de produção, que se intensificou a partir do século XIX e modificou os rumos do século XX, principalmente após a primeira guerra. Esses eventos tem caráter múltiplo e se mesclam com a história da arte, do *design* e da moda, para definirem, o que viria a ser, uma cultura de massas. O século XIX é então marcado pela mecanização produtiva que evoluiu baseada na racionalização do tempo e na alienação das etapas trabalho, visando maior produção e qualidade no menor tempo possível. Nesse contexto de perda de conhecimentos artesanais, fortalece-se o movimento artístico *Arts and Crafts*, que buscava o retorno ao papel do artesão ligado ao artista, vinculando criação e produção na recusa de uma separação entre o trabalho e a arte (CASTRO, 2008).

Surge, então, o *design*, cuja função era a de levar ao cotidiano das pessoas comuns produtos que as auxiliassem em suas tarefas, mas que fossem construídos considerando seu

¹ Para Ortiz (1994) a sociedade tradicional é a pré-industrial cuja forma de vida era a rural. Quando se fala em tradicionalismo remete-se às práticas análogas às vivenciadas pela sociedade pré-industrial.

caráter estético e funcional – mais ou menos estetizado de acordo com os encontros viesados pelas vanguardas artísticas do início do século XX. A percepção do consumo como meio de democratização e liberdade voltou a preocupação dos *designers* para uma produção seriada de objetos para o cotidiano, em especial a cozinha, local no qual o trabalho era reconhecidamente árduo. Para viabilizar a produção em massa, foi necessário prezar a funcionalidade e a estética conferida pelos próprios materiais com os quais eram fabricados os produtos, assim, o vidro, o inox, o alumínio, a porcelana, entre outros, tiveram sua ascensão e sua aparência valorizada como fonte estética, sem, necessariamente, requererem um revestimento decorado para si (LIPOVETSKY; SERROY, 2015).

O crescimento da tecnologia possibilitou também o crescimento da indústria periódica e os recursos imagéticos nela utilizados. Os periódicos, principalmente na forma das revistas, passam a divulgar um novo estilo de vida baseado no consumo de bens que facilitam o trabalho cotidiano, mas que, ao mesmo tempo, como parte da cultura material, exercem o seu papel construindo poder simbólico por meio de sua aquisição e dos usos realizados. Tanto os produtos quanto as revistas e a sua materialidade são permeados por códigos não verbais que comunicam uma dimensão simbólica da cultura. Nesse sentido, Burke (2005), chama a atenção dos historiadores culturais para a percepção desses objetos como espaços de poder e que, no caso das revistas, estão para além do seu conteúdo verbal, concentrando-se nos seus aspectos físicos, nas imagens e, então, nas representações que o seu consumo proporciona.

As metodologias empregadas para a análise de publicações impressas periódicas servem também a este trabalho, uma vez que as enciclopédias foram vendidas de forma periódica, por meio de fascículos que, posteriormente, seriam agrupados e encapados como enciclopédias. Cada etapa tem um valor simbólico distinto: o da compra fasciculada diferente do momento da encadernação enquanto enciclopédia, livro constituído como símbolo de saber, detentor de um mecanismo de expressão de conhecimento de caráter universal, legitimando-o como um importante e requisitado instrumento de sabedoria e informação. (KUJAWSKY, 2004), concebido pela editora Abril como “verdadeiras universidades populares” (PEREIRA, 2010).

Foram populares devido à comercialização no formato de fascículos que, vendidos semanalmente e a um custo acessível à classe média – conforme será indicado na primeira parte do texto –, permitiam o contato com esse tipo de editoração que, por conta da quantidade de páginas, das imagens coloridas e das capas duras, eram geralmente comercializados como livros caros. Assim que se terminasse de completar os fascículos, os leitores os levavam para que fossem encadernados em capa dura, momento em que as capas

dos fascículos eram retiradas para que não ficassem no meio da enciclopédia. A paginação dos fascículos também já vinha em ordem para depois compor os volumes das enciclopédias.

Essa já era uma tendência internacional e que a Abril Cultural percebeu como uma oportunidade para preencher um nicho de mercado em ascensão no Brasil. A modernização por meio do consumo que acontecia no país de forma intensificada na década de 1960 foi combinada com a requisição de uma sociedade de valores morais tradicionais, principalmente no que se refere aos papéis de gênero, pressionada pela tomada de poder dos militares ocorrida em 1964. Ortiz (1991) entende esse fenômeno como uma moderna tradição brasileira que, ao mesmo tempo em que se modernizava por meio do consumo, valorizava os papéis tradicionais desempenhados pelos sujeitos na sociedade, embasados pela moral cristã. É necessário, ainda, salientar que essa dinâmica não se deu exclusivamente nesse período, mas possui, nele, um caráter diferenciado, dado pelos acontecimentos próprios os quais atravessou.

As enciclopédias, assim, foram oportunas pelo seu conteúdo voltado para o consumo de itens considerados como modernizantes simultaneamente ao veículo de comportamentos entendidos como ideais de feminilidade, baseados, como define Pinsky (2006), na tríade constituída pelo ser bela, saber cozinhar e se comportar – nesse comportamento, englobam-se as tarefas que regem os gestos do corpo feminino, como os trabalhos manuais de linha e agulha, assim como os serviços empregados para o cuidado e as demonstrações de amor e afeto.

Ainda de acordo com Pinsky (2006), a mulher de classe média no Brasil, pôde, já na década de 1950, ingressar com um pouco mais de facilidade no mercado de trabalho devido ao crescimento econômico e maior disponibilidade de emprego. Mas o trabalho feminino fora de casa ainda era visto com preconceito e, quando existia, era subsidiário ao trabalho do homem. A renda da mulher era complementar e o seu papel de dona de casa deveria ser conciliado com o emprego. Na ideologia da época, ser mãe, casar-se e cuidar do lar, eram aspectos considerados próprios de uma suposta essência feminina. O contrário disso era pertencente ao masculino, a mulher que tentasse se aproximar do lado oposto ao dela, na visão do período, estaria fadada à infelicidade, além de não conseguir prover a felicidade da família.

Em meados do século XX, no país, a sexualidade era vedada às mulheres antes do casamento, enquanto que preconizada aos homens, como prova de sua virilidade. Diferentemente do que se esperava das mulheres, era almejado nos homens: que conseguissem sustentar a casa com conforto, afinal, acreditava-se que o amor sozinho não poderia sustentar um casamento. Era preciso aliá-lo a uma boa ou suficiente vida material. Em relação às mulheres, trabalhar fora e ainda tentar ser boa mãe e esposa era visto, pelas revistas da época, como um esforço excessivo que culminaria no fracasso. Ainda que cargos como

vendedoras, professoras e enfermeiras passassem a ser ocupados por mulheres, temia-se a competição com os homens no que era considerado terreno deles, deixando-se de lado as obrigações domésticas. Além da perda da feminilidade, temia-se perder os privilégios femininos de respeito, proteção e sustento garantidos pelo esposo. Essa era uma preocupação que também assinala para uma posição de conforto da dona de casa que, tendo assimilado a necessidade de viver conforme os moldes da feminilidade, concebia como natural e necessária a proteção e sustento do homem, dos quais também tirava o seu proveito (PINSKY, 2006).

Mão de ouro, nesse contexto, propôs-se como alternativa para o complemento da renda familiar: além de decorar a casa, a dona de casa podia vender os artesanatos que produzisse, conferindo renda extra, um trabalho muito aceitável por ser, ao mesmo tempo, realizado dentro de casa e a partir de práticas historicamente concebidas como femininas. Estratégias para a condução feminina, as duas enciclopédias se complementavam: em uma os têxteis, em outra, os alimentos. Pinsky (2006, p. 627) também salienta que uma das formas de demonstrar amor e afeto e, ainda, manter o casamento, era por meio do preparo e da oferta de alimentos: “[...] a mulher conquista os homens pelo coração, mas poderá conservá-lo pelo estômago.”.

Para a autora, o “jeitinho feminino”, de fazer certos agrados, cozinhar, estar bonita, era a arma utilizada pelas mulheres quando percebiam que os seus maridos começavam a distanciar-se delas. Sem que os homens percebessem, sutilmente as mulheres os mantinham no matrimônio, extraindo-lhes agrados, presentes e investimentos para a casa. As discussões e uso de autoridade pelas mulheres não era recomendado sob a pena de perder o marido. As táticas do “jeitinho” funcionavam melhor e mantinham as aparências de ser o poder do homem o predominante no casamento.

Apesar de disporem de táticas, essas mulheres precisavam respeitar um certo espaço. Uma das formas de mantê-las nesses espaços foi com os investimentos na domesticidade, facilitando o trabalho dentro de casa, “poupando” as mulheres, melhorando as condições de higiene naquele local. O tempo economizado na limpeza e na arrumação da casa passa a ser redimensionado de múltiplas formas, conforme preconizavam as revistas femininas, no embelezamento de si, na decoração doméstica, na execução de comidas elaboradas e no próprio aperfeiçoamento da limpeza (MALUF; MOTT, 1998).

Conforme indica Carvalho (2008), em sua análise calcada na relação entre gênero e artefato na cidade de São Paulo em fins do século XIX e início do século XX, as mulheres desenvolvem, com o espaço doméstico, uma ação centrífuga, ou seja, diluem-se nele confundindo-se em suas formas, desenhos e texturas, fazem dos objetos da casa extensões de seus corpos. Os periódicos femininos, antes de ascensão de outras mídias mais populares,

formaram uma relação de intimidade com as suas leitoras e, ao indicarem as regras comportamentais que incidiam sobre a feminilidade, amparavam essa centrifugação. *Mãos de Ouro* e *Bom Appetite*, foram, assim, periódicos que também contribuíram para essa noção, nos momentos em que preparavam as donas de casa para habitarem o espaço doméstico, utilizando, para tal, tecidos, texturas, cores e formas que igualmente se voltavam à moda do corpo e à moda da casa.

Face ao exposto, para desenvolver essa narrativa sobre a moda no lar em suas influências recíprocas com o corpo e o espaço doméstico, notadamente a cozinha, o trabalho está dividido em três partes. Com densidades diferentes, as partes que integram este texto retomam algumas questões pontuadas na introdução. Na primeira, percorro os caminhos das enciclopédias em suas interfaces entre Brasil e Itália. Indico os diálogos estabelecidos entre a Abril Cultural e a Fratelli Fabbri Editori, da Itália, editora responsável pela publicação do conteúdo original; mapeio a história dos periódicos femininos no Brasil para, na sequência, introduzir as enciclopédias face ao contexto editorial brasileiro que, no momento, era impulsionado pelo governo militar.

Na segunda parte, analiso como o conteúdo das enciclopédias estabelece diálogos com a moda e com o estilo de vida norte americano, com as propostas de consumo enviesadas nessas publicações para as donas de casa no lar. Na terceira e última parte, entro na cozinha para observar que, com o uso de ingredientes e objetos, *Bom Appetite* reforça o impacto da moda e da arte na construção de pratos que, postos sobre toalhas bordadas, fazem da mesa e das refeições espaços de atuação dos “dotes” femininos, lugar de representações.

1 FASCÍCULOS E ENCICLOPÉDIAS: ARTES FEMININAS DE AGULHA E FOGÃO

Pesavento (2008), ao convidar os historiadores a pensarem no passado, reconstruindo-o a partir do presente, adverte para que os objetos e fenômenos do tempo pretérito sejam observados e analisados como frutos de uma mentalidade própria e distinta da do tempo presente. Não se trata de anular a visão do historiador tão circunscrita no tempo em que ele escreve a história, mas sim de treinar o olhar e buscar o outro no tempo dele, ou seja, de conhecer o contexto que proporcionou as fontes que se pretende estudar, e de que forma elas puderam atingir e foram atingidas pelas pessoas, seus hábitos e suas sociabilidades.

A história cultural, na perspectiva da autora, foi a responsável por desmonopolizar a produção historiográfica aliada aos documentos encarados como oficiais e representantes de uma elite social. Nesse sentido, as fontes feitas para e pelos diversos grupos humanos, nas diversas classes sociais, deixadas ao abrigo do tempo para serem retomadas no presente, se constituem as ferramentas com as quais os historiadores podem descrever e analisar o passado. Assim, foram constituídas como fontes quaisquer objetos cuja produção humana os tenham concebido. Karnal e Tatsch (2009, p. 24) apontam que o documento histórico é “[...] qualquer fonte conservado por acidente ou deliberadamente, analisado a partir do presente e estabelecendo diálogos entre a subjetividade atual e a subjetividade pretérita.”, e que “Reafirmando seu senhorio dialético, criador/criatura, o documento, em si, torna-se uma personagem histórica, com a beleza da contradição e da imprevisibilidade, com as marcas do humano.”.

As enciclopédias *Mãos de Ouro* e *Bom Apetite*, por essa perspectiva, serão encaradas como produções que, voltadas para um determinado grupo – as donas de casa –, criaram e difundiram representações sobre como decorar e vestir a cozinha, que as conectavam ao consumo de objetos e panos voltados para a preparação da comida e ao servir à mesa. Essas representações foram as ideais para a sociedade daquele período, considerando o contexto no qual estavam inseridas, a destacar dois principais, o momento de instalação do regime militar no país e a modernização que já se antecedia a esse evento, preconizada pelo consumo de massas do estilo de vida norte americano, que, conforme aponta Mauad (2007), pôde se difundir no Brasil a partir da imprensa, da publicidade e dos investimentos econômicos.

Essas representações disseminavam e reforçavam o modelo de feminino e de feminilidade, tonificando crenças, valores e atitudes que deveriam permear as relações das mulheres com a cozinha e a vida doméstica, e que caracterizavam a dona de casa ou a mulher do lar. Embora no período se observem mudanças significativas nos modelos e ideais de feminilidade, decorrentes da maior escolarização dos segmentos femininos e do ingresso da

mulher no mercado de trabalho, os papéis da dona de casa e mãe de família, responsável pelos cuidados do lar, entre os quais o de cozinhar e servir a alimentação, eram ainda dominantes (PINSKY, 2012).

No reforço desse modelo, destacam-se os aspectos ideológicos e culturais relativos à política desenvolvimentista de Juscelino Kubitschek de finais dos anos 1950, voltados para a modernização do país, em que consumir se transformou em motor de apropriação de bens de consumo para a casa e para a família, entre as quais, objetos para a cozinha, roupas para vestir e decorar o espaço e as refeições postas à mesa (SIMILI, 2015). Tal organização mostrou suas permanências durante o período compreendido por esta pesquisa, no entanto com um maior investimento econômico que intensificou o consumo pela classe média no país, como indicam os autores Almeida e Weis (2007), promoção realizada pelo governo militar que havia se instalado no país no ano de 1964.

A partir dessas perspectivas, essa parte se desenrolará, num primeiro momento, para compreender o desenvolvimento da indústria periódica feminina no Brasil e a sua função propaladora dos modelos de modernidade, dos quais serviram-se e foram ampliados pelo regime militar, assunto que virá logo na sequência. Ao munir-se dessas perspectivas, inserem-se então as enciclopédias *Mãos de Ouro* e *Bom Apetite* e a sua construção diante do contexto apresentado, analisando-se as formas de consumo que dialogam com as representações endereçadas às donas de casa, constituindo-as enquanto mulheres do lar.

1.1 OS PERIÓDICOS NO BRASIL E SUAS RESSONÂNCIAS NA FEMINILIDADE

O desenvolvimento de uma metodologia de análise dos materiais da imprensa como fontes de pesquisa exige que se exponham as trilhas seguidas para a sua definição e obtenção. Portanto, antes de articular a história dos periódicos nas construções de modelos de feminino e de feminilidade, de maneira a entender os papéis desempenhados pelas enciclopédias *Mãos de Ouro* e *Bom Apetite*, em suas fabricações no Brasil de fins dos anos 1960 e início dos 1970, tece-se aqui alguns comentários sobre o processo envolvido na sua definição, aquisição e consulta.

Como observei inicialmente, as práticas das mulheres da minha família de descarte das roupas que vestiam os lares obrigou que o objeto de estudo e os procedimentos da pesquisa sofressem readequações. Foi na busca de revistas que pudessem oferecer materiais sobre as roupas da cozinha que cheguei até *Mãos de Ouro*. Descobri que havia circulado entre os anos de 1967 e 1968 e tinha por característica oferecer orientações e ensinamentos sobre vários

assuntos de moda, entre as quais, aquelas direcionadas aos trabalhos com panos, agulhas, linhas para confeccionar roupas para a casa.

A constatação de que podia oferecer a substância principal da pesquisa fez que a considerasse como fonte e adquiri todos os volumes por um sebo virtual. Quando os abri, procurei deixar que falassem comigo e, para minha sorte, havia muita coisa a ser lida naquelas páginas. De certa forma, a memória pessoal que tinha dos panos da minha casa e da minha família foi ativada pelos guardanapos, toalhinhas de crochê, os bordados das toalhas de mesa apresentados pela enciclopédia e com os quais havia convivido durante a infância.

No entanto, o contato com a fonte me levou a outro ponto. As roupas da casa diziam das práticas de fazer e de vestir. Um guardanapo, uma toalha sobre a mesa, uma toalhinha que enfeitava um fogão ou uma geladeira eram vetores de comunicação de práticas de cozinhar e servir. Talvez fosse apropriado dizer que, as roupas da casa comunicadas nas enciclopédias instituíam maneiras de falar da dona de casa com seus fazeres ou, em outras palavras, que as roupas não diziam nada sem que fossem conectadas aos usos domésticos, significando, assim, a ideia de lar, como reduto da vida em família. Foi assim que percebi a necessidade de estender os fios das roupas do lar da *Mãos de Ouro* para a enciclopédia *Bom Apetite*. A junção e a justaposição entre as informações de uma e outra possibilitavam identificar como os panos, os cheiros e os sabores que se articulavam em um dos espaços da casa, a cozinha, condicionando maneiras de uso para preparar e servir à mesa.

Bom Apetite foi lançada em 1968 e vendida até o ano de 1972. Como são enciclopédias abundantes nos sebos virtuais e com preço acessível, comprei também todos os volumes e adquiri ainda os fascículos avulsos de *Mãos de Ouro* – esses bem mais caros e raros que as enciclopédias –, para entender melhor de que forma os fascículos se transformavam em enciclopédias, o que deles era retirado ou acrescentado.

Com as duas enciclopédias e os fascículos em mãos, pude perceber uma correspondência entre ambas as publicações, voltadas para a criação de representações para a “moderna” dona de casa e que dialogavam a partir de um mesmo discurso e acerca do uso dos têxteis. Se em *Mãos de Ouro* se concentravam as receitas para a confecção de costuras e bordados para si e para a casa, a cozinha em especial, em *Bom Apetite* o uso desses têxteis de cozinha eram recomendados e, ainda, combinados com os pratos servidos à mesa. Ambas insistiam em uma “artística” construção do espaço doméstico a partir dos têxteis e que, em *Bom Apetite*, se dá também pela apresentação das comidas e pelo consumo de outros objetos.

Apesar da riqueza que esse material me apresentou, não foi tarefa fácil descobrir informações sobre a idealização desses cadernos, sobre a impressão, as vendas, o público que os comprou. Muitos contatos, telefônicos e por *e-mail*, foram realizados com a editora Abril,

no departamento de documentação, e com a Nova Cultural, editora que em 1982 comprou os direitos das enciclopédias da Abril Cultural. As pessoas que me atenderam foram solícitas e procuraram informações, mantendo contato comigo por alguns meses. Para minha surpresa, essas enciclopédias, de acordo com as informações fornecidas, eram completamente desconhecidas pelos responsáveis dos setores de documentação das editoras e nada havia lá sobre elas: o que torna tudo mais difícil e excitante.

Em livros e artigos pude capturar algumas poucas informações, as quais juntei aos dados que havia retirado das próprias enciclopédias. No texto de qualificação, a partir de um confronto de informações, tive a falsa percepção de que as enciclopédias haviam sido impressas em indústria italiana – algo sobre o qual mencionarei mais adiante –. Compreendo que o conhecimento nunca é algo acabado e que as informações podem sempre ser reviradas. Nesse momento, entra o ofício do historiador – esse que fascinantemente tem-me sido revelado –, que analisa nas minúcias da fonte os elementos que escondem certos segredos. Foi a partir de um pequeno detalhe em uma das imagens de *Bom Appetite* que, com tanto prazer, desvendei uma xarada.

Na imagem em questão – Figura 24 –, há ingredientes de algumas receitas distribuídos sobre uma mesa, entre eles, cubos de caldo de carne, nos quais pude perceber que era possível ler sobre a embalagem prateada o nome da marca dos cubos: “Star”. Procurei por essa marca no Brasil e nada encontrei, mas lembrei da relação das enciclopédias com a Itália e pesquisei pelas palavras chave “brodo” e “Star”, a primeira significa caldo, em italiano. A busca surtiu resultados positivos e foi assim que descobri que as imagens, muito possivelmente, eram uma produção italiana. Voltei novamente a pensar sobre essa correspondência e pesquisei pelos nomes das enciclopédias traduzidos para o italiano, o que me revelou uma tradução feita pela Abril Cultural de enciclopédias italianas, idealizadas pela Fratelli Fabbri Editori, que vendeu os direitos para a editora brasileira. *Mãos de Ouro* era *Mani d’Oro* e, *Bom Appetite*, *Il Piatto d’Oro*, ambas as versões italianas publicadas em 1966. As capas dos fascículos de *Mãos de Ouro* são idênticas às de *Mani d’Oro*, já as de *Bom Appetite* não puderam ser comparadas, pois não consegui encontrar as capas da sua versão italiana. De todo modo, isso me levou a pensar acerca dos movimentos de apropriação, tradução e ressignificação pelos quais passaram as enciclopédias, a fim de adaptarem-se ao mercado brasileiro.

Apesar de essas serem informações primordiais para se trabalhar com fontes impressas, a demora em descobri-las teve seu motivo de ser, afinal, são muito escassos os dados disponíveis e que consegui coletar. Em nenhum momento, nos artigos que li, explicitou-se que as enciclopédias eram traduções de uma produção italiana. Precisou um caldo de carne com uma marca impressa sobre a embalagem despertar a minha curiosidade:

essa foi uma valiosa lição sobre o ofício do historiador. Com isso, tenho a certeza de que quantos anos a vida ainda me der, tantas serão as descobertas que farei sempre que me debruçar sobre as fontes que escolhi.

Em uma leitura superficial, o conteúdo de um periódico histórico engana pela evocação imediata de um passado presente nos textos, fotografias e publicidades que nele se encontram. No entanto, este pode ser um espelho de imagens falsas, que deve ser analisado a partir do contexto histórico no qual o periódico se insere e que é permeado pelas “[...] condições de sua produção, de sua negociação, de seu mecenato propiciador, das revoluções técnicas a que se assistia e, sobretudo, da natureza dos capitais nele envolvidos.” (MARTINS, 2008, p. 21).

As enciclopédias, articuladas pela junção de fascículos, podem ser compreendidas como periódicos que ascenderam ao *status* de livro. A condição de livro é demarcadora de uma maior duração no tempo, diferentemente da temporalidade curta das revistas. É indicadora também de um conteúdo sólido e que não se desatualiza facilmente, assim digna de uma encadernação tão resistente quanto. Como se verá mais adiante, apesar dessa semelhança com o livro, as enciclopédias da Abril Cultural ganharam uma característica própria em relação a sua duração no tempo, percebido pela inserção delas no tempo presente.

Os fascículos, apesar da linguagem e estrutura semelhante à das revistas, demandam uma continuidade de seu conteúdo que virá na próxima publicação, enquanto que as revistas começam e findam seus conteúdos em um único volume. Mas, por vezes, as revistas se utilizam dessa estratégia fascicular para prender os leitores e os levarem a comprar a próxima publicação. Foi o caso de muitas revistas no fim do século XIX e início do XX ao publicarem uma seção com romances, que demoravam vários volumes para serem concluídos. Como exemplo, o título *Clara dos Anjos*, romance de Lima Barreto, foi fasciculadamente publicado na *Revista Souza Cruz* entre janeiro de 1923 a maio de 1924 (MARTINS, 2008).

De acordo com Martins (2008), sem uma indústria livreira, os periódicos se tornaram, por volta de 1890, um suporte para a veiculação da imagem de um novo Brasil. Mais do que os jornais, as revistas foram os instrumentos mais eficazes da propagação de valores culturais, pois seus recursos eram mais envolventes e atingiam os sentidos com mais rapidez, por meio de ilustrações, aparência muitas vezes luxuosa, e textos de fácil leitura. Considerando essas características, optou-se por analisar as enciclopédias com as metodologias empregadas para a análise de revistas, pois, além de serem constituídas por um acúmulo de fascículos, que foram publicações periódicas, utilizam-se de uma linguagem visual muito forte além de criar, por meio de uma linguagem íntima e informal, uma relação mais próxima com a leitora.

No século XIX as revistas se tornaram moda graças ao avanço gráfico em seu campo tecnológico, ao número crescente da população leitora e ao elevado preço dos livros, o que dificultava a aquisição destes. As informações condensadas em poucas folhas e permeadas pelas ilustrações conquistaram muitos consumidores. No Brasil, a pouca tecnologia gráfica disponível no período não permitia ilustrações coloridas. As ilustrações em jornais como o *Diabo Coxo* (1864-1865) e *Cabrião* (1866-1867), realizadas por Ângelo Agostin, eram o pouco de ilustrações que podiam ser consumidas pela elite letrada da capital paulista (MARTINS, 2008).

Apesar da distância tecnológica entre o Brasil e a Europa, já nos anos finais do século XIX as revistas ilustradas tornaram-se notáveis e uma das exigências da vida moderna:

Se era modernismo na Europa, por que não no Brasil, reiterando a tradição do País de transplantes precipitados, por vezes anacrônicos, reforçando o caráter fantástico de busca de nossa modernidade forçada a se nutrir não da realidade social, mas de fantasias, miragens e sonhos? O contraponto não é difícil de evocar no caso brasileiro. Gráficas precárias, população analfabeta, ausência de livrarias e mesmo de ponto de vendas, raras bibliotecas públicas e editoração praticamente inexistente compunham o cenário do País que, em fins do oitocentos, acalentava a modernidade (MARTINS, 2008, p. 42).

A autora ainda revela que, longe de significar qualquer ruptura de amplas proporções, a Proclamação da República “[...] trouxe à baila dissidências de toda ordem, revelando a permanência de pátrias arcaicas numa sociedade que se queria moderna.” (MARTINS, 2008, p. 114). A ausência da tradição da leitura no Brasil, desde a sua concepção, fez das revistas ilustradas e, posteriormente com fotografias, o veículo simbólico da modernização do país, principalmente na primeira metade do século XX, atingindo mais democraticamente a população imersa em uma taxa de analfabetismo que pairava nos oitenta por cento.

Também no final do século XIX as revistas femininas se tornaram verdadeiros manuais para as mulheres elegantes, no momento em que as artes passavam a integrar os figurinos. As revistas passaram então a divulgar adereços artísticos que compunham o universo feminino da época, a partir de ricas ilustrações que mostravam mulheres em elegantes vestidos e rodeadas por um ambiente doméstico decorado pela mobília, objetos e têxteis (MARTINS, 2008).

No Brasil, a participação feminina no periodismo teve início na primeira metade do século XIX, no entanto, cuidando ainda dos assuntos considerados femininos, como moda e literatura. Muitas escritoras e correspondentes também optavam por utilizar um codinome, permanecendo no anonimato, já que a escrita não era tão bem vista quando realizada por mulheres. Na segunda metade do século, começaram a surgir revistas como *O Jornal das*

Senhoras, que denunciavam a cotidiana submissão feminina. Nesse tipo de revista, e já na virada dos séculos, as reivindicações reprovavam a dominação dos homens, propagavam o divórcio e o sufrágio feminino, ao mesmo tempo em que eram escritas por mulheres que não abriam mão do título de rainhas do lar. Poucas são as manifestações por mulheres sobre a negação de uma vida que, entre outras aspirações, requeria o contato com as coisas do lar (MARTINS, 2008).

Ainda de acordo com Martins (2008, p. 378), a aquisição facilitada, os diversos atrativos dos periódicos e a comunicação imediata delineou um novo perfil feminino “[...] oportuno para ser explorado: aquele da mulher consumidora, informada dos produtos em voga, estimulada para sua aquisição, sensível às ofertas do mercado.”. A produção periódica dedicou-se nesse setor com publicações que se comprometiam com a venda e o lucro de produtos diversos. As publicações para os homens foram mais restringidas, restando para eles os assuntos agrícolas, comerciais e, mais adiante, pornográficos. A constatação interessante a esse respeito é que, percebendo tal campo mercadológico, os homens passaram a assumir a produção periódica com o propósito de vender produtos. As mentes masculinas redigiam apelos de compra ao público feminino por meio das revistas.

A sociedade do século XIX, que desde o seu início se organizava pelo espelho da moda, encontrou nos periódicos, por meio do crescimento da publicidade, os veículos ideais para a divulgação comercial, tendo como alvo a mulher, que era facilmente atingida pela prescrição de condutas e posturas, concomitantes às mudanças sociais as quais atravessam aquela sociedade. O mercado, assim, foi um grande estimulante das conquistas femininas, pois, ainda que reiterando o papel de rainhas do lar, os periódicos abriram condutas alternativas por meio do consumo, em que puderam ser projetadas as ideias de mulher emancipada, educadora, esportista, moderna, entre outras. Como assinala Morin (1999), a criação de consumidores pelo mercado foi, durante o século XX, uma força muito mais comum que o seu contrário – o consumidor criando novos mercados –. O mercado, assim, passou a construir mulheres diversas que pudessem consumir seus produtos e que, pelo consumo, se apropriavam de um conteúdo utilizando-o como táticas.

O crescimento econômico do início do século XX proporcionou ascensão social de muitas famílias, o que demandou, como aponta Martins (2008), todo um aparato compatível com o novo *status*, a começar pelo figurino, pela mobília e pela decoração da casa. A cooperação da mulher com o mercado inaugurou outras formas de sociabilidade, de hábitos e práticas da vida urbana. A poderosa associação da publicidade com as revistas proporcionou, como será discutido na segunda parte do texto, ao mesmo tempo o reforço dos papéis tradicionais femininos e a construção de mulheres/personagens que, por meio do consumo de

produtos e das próprias revistas, puderam, pela inventividade, criar modos de se representar no mundo e, assim, negociar seus espaços.

1.2 OS FASCÍCULOS COMO ESTRATÉGIAS DA ABRIL CULTURAL

A ampliação do mercado editorial no Brasil, a partir de 1950, pode ser narrada por meio da história da editora Abril – como o faz Mira (2001) – que, nesse ano, estabeleceu-se no país sob a idealização e esforços de Victor Civita (1907-1990), um norte americano naturalizado brasileiro, pertencente a uma família italiana. A princípio, a editora de Victor Civita concentrou-se em publicar quadrinhos com as histórias dos personagens da *Disney*, mas a aproximação de fundador da Abril com a Itália não tardou em lhe fornecer ideias para publicações no Brasil, a começar pelas fotonovelas de lá importadas, e a revista de moldes de costura *Manequim*, cujo sucesso permanece até os dias atuais.

A revista *Claudia*, revista com nome feminino, lançada em 1961, foi idealizada com o propósito de ser como uma filha de Victor Civita e de sua esposa, Sylvana. Tudo o que nela se encontrava era, como pensado, as qualidades que deveriam ser encontradas em uma mulher, caso existisse essa personagem de nome Claudia. *Claudia*, além de uma revista com conteúdo variado sobre o que se entendia por universo feminino – moda, relacionamento, sexo, literatura, beleza, conselhos e cinema – foi publicada, ainda, em versões separadas para culinária e decoração: *Claudia Cozinha* e *Casa Claudia*. As relações desses conteúdos, na década de 1960, com as mulheres eram intermediadas pelos periódicos e, nesse setor, a Abril se destacou com suas revistas femininas (MIRA, 2001).

Concebidos como reflexos da modernização do país, as traduções culturais que a editora Abril fez de conteúdos italianos foram bem recebidos pela sociedade brasileira, cada vez mais disposta ao consumo. Percebendo tal demanda, Victor Civita abriu seus negócios para um formato de publicação que vinha crescendo na Itália na década de 1960, como apontado por Angeli (2010): a editoração de enciclopédias que, antes de assim serem identificadas, eram vendidas em fascículos. O conteúdo das enciclopédias, como já indicado na introdução, caminhava sobre os aspectos de uma sociedade de valores tradicionais e cristãos, cuja aceitação no Brasil não enfrentou maiores problemas, afinal, vivia-se aqui o momento de consolidação do regime militar, que baseou seu governo, entre outros aspectos, na expansão do consumo e na valorização de modelos tradicionais de vida (ALMEIDA; WEIS, 2007).

A publicação dos fascículos, inicialmente, foi realizada pela própria editora Abril, a partir do ano de 1965, com a publicação dos fascículos ilustrados da Bíblia, intitulados *A*

Bíblia Mais Bela do Mundo. Em 1966, o destaque que tiveram os fascículos *Clássicos de todos os tempos*, acompanhados de um vinil de música clássica, fez a Abril criar um setor específico para cuidar apenas dos fascículos e enciclopédias, a Abril Cultural. No ano de 1967, foram editorados os seguintes títulos: *Gênios da Pintura, Medicina & Saúde, Mãos de Ouro, Enciclopédia da Agricultura* e *As Nove Sinfonias de Beethoven*. *Bom Apetite* veio a ser lançada no ano posterior, em 1968. Em 1982 a Abril Cultural passou a ser Nova Cultural, desvinculando-se diretamente da editora Abril (PEREIRA, 2010).

1.2.1 A inserção das enciclopédias no Brasil

Protegidas de qualquer caráter conspiratório, as relações que editora Abril estabeleceu com o regime militar foram de certa proximidade e, por vezes, de reciprocidade de anseios. Há que se apontar que, principalmente no âmbito do consumo e da expansão do capitalismo no período, ambas estavam alinhadas e trabalhando por um mesmo ideal. Na ótica de Almeida e Weis (2007), a dinâmica política do regime e a modernização pelo consumo que ocorreu no período, história da qual a Abril faz parte, modificaram a vida privada e as experiências cotidianas, principalmente das famílias de classe média.

Gomes (2005) aponta que, a partir de 1964, as rápidas mudanças políticas e econômicas engendradas pelo regime militar requisitou um a reformulação dos modelos empresariais do período, para que preenchesse as necessidades emergentes de consumo:

A emergência desses modelos decorria do estímulo dado à economia desenvolvimentista pelo governo militar, baseado na falácia de que no Brasil, como “país do futuro”, o futuro já estava presente, bem como das transformações mundiais que delineavam novos paradigmas para a sociedade pós-industrial. Empresas editoriais como a Abril, em São Paulo, e a Bloch, no Rio de Janeiro, expandiam suas operações por todo o território nacional, incentivadas pelo interesse do governo federal em estender redes de comunicação e, assim, fortalecer sua hegemonia política em todo o país (GOMES, 2005, p. 237).

Apesar dos anos entre 1969 a 1974 terem sido os anos em que o regime militar mais matou e torturou, foi um período marcado pela impulsão da economia no país, que aumentou a quantidade de empregos, permitiu a ascensão pelo consumo dos setores médios e solidificou as bases de uma sociedade de consumo que se pretendia moderna. Em nenhum outro momento da história a mídia impressa e televisiva se modernizou tanto quanto nesse momento de ditadura. Também rapidamente foram modificadas as tecnologias e as relações administrativas e empresariais da mídia nacional com o Estado (ALMEIDA; WEIS, 2007).

Os empresários em geral, ainda de acordo com os autores, apoiaram o regime, pois havia um verdadeiro medo de que o Brasil sucumbisse ao comunismo que há pouco havia se instalado em Cuba, degenerando os hábitos de consumo para os quais os brasileiros estavam abertos e afeitos. Ainda, apesar dos conflitos, a maior parte dos adultos mantinha certa simpatia com o regime, principalmente pela ascensão social proporcionada na época, ou, no mínimo, não expressava sua opinião acerca da condição do Estado. Os jovens e estudantes, ou a chamada esquerda intelectualizada, eram de fato os mais engajados nas lutas contra os militares e principalmente à censura dos meios de comunicações, das músicas e peças teatrais.

Muitas vezes, a censura era sobre o que era entendido como a propagação de valores diferentes dos tradicionais, desnudando comportamentos e sexualidade que infringiam a moral cristã a qual se aliciava o regime. Sobre esse espectro, o casamento tradicional burguês que tentava ser combatido pelos jovens como o “suprassumo” da hipocrisia, sob a alegação de tornar desigual o relacionamento entre os sexos, era plenamente vivido pela maior parte da sociedade de classe média e preconizado pelos meios de comunicação de massas (ALMEIDA; WEIS, 2007).

Além das mudanças apontadas, no período em que os militares estavam no comando, a educação escolar passou por algumas transformações, tornando-se mais tecnicista e excluindo da grade curricular disciplinas como História e Geografia, substituindo-as por disciplinas que reforçavam o patriotismo e o nacionalismo (AGUIAR, 2016). Muitos professores, pressionados pelos militares, abandonaram seus cargos em escolas e universidades e, alguns deles, passaram a contribuir com os conteúdos dos fascículos lançados pela Abril Cultural. Nesse momento, a empresa então acolheu em suas publicações vários professores egressos da Universidade de São Paulo, a USP, entre eles Ruth Cardoso e Fernando Henrique Cardoso². Sérgio Buarque de Holanda³ também foi responsável por uma das publicações, *Os Grandes Personagens da História Universal*, lançada em 1970 (ABRIL, 2000). Essas contratações ainda indicam sobre a preocupação na tradução dos conteúdos italianos para o mercado brasileiro, sem o qual, possivelmente, as enciclopédias não teriam alcançado tantas vendas.

Pelos títulos das editorações de fascículos já elencadas, é possível compreender de que modo Victor Civita estabeleceu relações amigáveis aos ideais difundidos pelo governo militar que operou de 1964 a 1985. A moral cristã, o gosto pela pintura e pelos autores clássicos, o cuidado com a saúde do corpo e a música erudita estavam entre os ensinamentos que a Abril

² Casados, Ruth Cardoso (1930 – 2008) e Fernando Henrique Cardoso foram professores da USP na década de 1960 nas áreas de Antropologia e Ciências Políticas, respectivamente. No ano do golpe militar, Fernando Henrique Cardoso se refugiou fora do Brasil e retornou em 1968, aposentando-se da Universidade. Em 1994 foi eleito presidente e governou o Brasil entre 1995 e 2003, acompanhado de Ruth Cardoso, então primeira-dama.

³ Sérgio Buarque de Holanda (1902 – 1982) foi um importante historiador brasileiro que também lecionou na USP na década de 1960 e encerrou suas atividades no ano de 1969 em decorrência do regime militar.

Cultural desejou levar a seu público. Destinadas ao público feminino, estavam as publicações sobre culinária e cuidados domésticos, reafirmando os papéis tradicionais da mulher na sociedade, da bela, cuidadora e dona de casa, conforme observado por Pinsky (2006).

Ao mesmo tempo em que as disciplinas de História e Geografia foram substituídas por outras que melhor correspondiam aos interesses do regime militar, a Abril Cultural lançou em 1970 *Os Grandes Personagens da História Universal* – contribuindo para a noção positivista de uma história universal construída por grandes homens –, e também, no ano seguinte, *Geografia Ilustrada Nacional*. Chama a atenção, além dessas, outras duas publicações de 1972: *Os Cientistas* e *Curso Abril Vestibular* (PEREIRA, 2010). Antes do regime militar o ingresso em universidades não se dava via vestibular, sendo essa uma novidade promovida pelos militares. É necessário também destacar que as enciclopédias publicadas na Itália eram mais numerosas em títulos do que as que foram lançadas no Brasil (ANGELI, 2010), apontando para a seleção de publicações que fossem coerentes com o contexto brasileiro.

Como já avaliado, além das mudanças no campo educacional, o regime militar buscou o apoio das classes médias a partir de políticas para o estímulo do consumo, utilizando como via de acesso a abertura ao capital estrangeiro, desapontando para uma forte sociedade de consumo. Nesse momento, recrutaram-se novas estruturas para a industrialização e produção da cultura e das comunicações, resultando na consolidação de revistas, fascículos, novelas e coleções (PEREIRA, 2010). Os mecanismos engendrados pela editora nos assuntos da educação e direcionados aos públicos femininos, então, consolidaram-se na instituição de fascículos semanais que, comprados nas bancas de revistas, prescreviam novas maneiras de as pessoas se relacionarem com o consumo de informações veiculadas nos periódicos.

A ideia da venda fasciculada foi concebida pela Fratelli Fabbri Editori, na Itália, uma formatação pensada para um público que, após a Segunda Guerra, havia perdido poder financeiro e de consumo. No Brasil, as vendas nesse molde foram certeiras e puderam atingir um grande público em todo o país. A Abril, no período, treinou cerca de cinco mil encadernadores para suprir a demanda gerada. Como será melhor apresentado a seguir, ao comprarem os fascículos e completarem a coleção, os consumidores retornavam à banca com a coleção completa e lá a deixavam para a encadernação. Da banca, era encaminhada para algum encadernador credenciado que devolvia as enciclopédias em algumas semanas (MARANHÃO, 2016).

Assim, a formação completa das enciclopédias *Mãos de Ouro* e *Bom Apetite* dependia da compra de fascículos que eram lançados semanalmente. A contracapa do primeiro fascículo de *Mãos de Ouro* discorre sobre o funcionamento desse tipo de coleção fasciculada:

Tôdas as semanas, às quintas-feiras, sairá nas bancas MÃOS DE OURO: um elegante fascículo com deslumbrantes ilustrações a côres em todas as páginas.

Você terá a alegria de descobrir que é capaz de idealizar e criar mil e uma coisas maravilhosas com suas mãos. Para colecionar MÃOS DE OURO juntar-se-ão 15 fascículos em um volume; os fascículos serão agrupados em volumes depois de retiradas as capas dos mesmos, as quais servirão, ao final, para formar um volume à parte, dedicado a “Os mais belos pontos”.

Para a encadernação de cada volume, será colocada à venda uma capa que conterà os índices dos trabalhos apresentados nos fascículos.

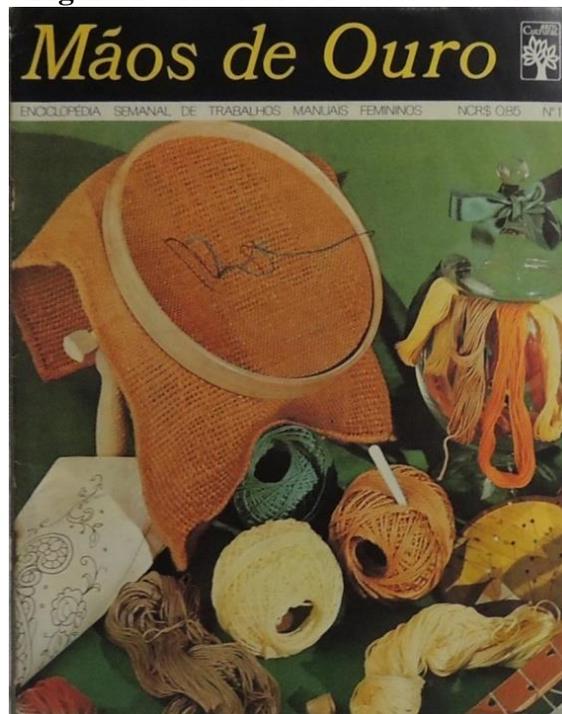
A obra completa compreende 60 fascículos (mais um de índice geral) com os quais se podem formar: 4 volumes de enciclopédia de trabalhos manuais femininos MÃOS DE OURO;

1 volume dedicado a “Os mais belos pontos”.

Nêste primeiro exemplar você encontrará os frontispícios do I e V volumes. Guarde-os, pois serão encadernados em suas respectivas capas I e V (MÃOS DE OURO, 1967, n. 1).

Com quinze fascículos se formaria um volume da enciclopédia e as capas retiradas dos fascículos completariam um volume extra, mostrando “os mais belos pontos”. A Figura 1 é correspondente à capa do primeiro fascículo de *Mãos de Ouro* e, logo abaixo, na Figura 2, a comparação entre as capas do sétimo número de *Mãos de Ouro* e *Mani d'Oro*, sua versão italiana.

Figura 1 – Fascículo *Mãos de Ouro* n. 1



Fonte: Imagem própria

Figura 2 – *Mãos de Ouro* e *Mani d'Oro*



Fonte: (*Mãos de Ouro*) Imagem da autora; (*Mani d'Oro*) Ebay Italia, 2014

A capa do primeiro fascículo é diferente de todas as demais. Enquanto as outras focalizam um tipo de trabalho, como mostrado na segunda imagem, a fim de se constituírem enquanto um glossário visual de pontos feitos com agulhas, a primeira traz em sua composição uma série de elementos que apresentam uma síntese do “universo dos trabalhos têxteis” ou “trabalhos manuais femininos”, como escrito na capa. Bastidor, tear, novelos variados, agulhas, linhas, alfinetes, papel para estampa, laço, tecido: o cenário de um trabalho inacabado convida as leitoras a entrarem em seus “cantinhos de costura” para concluí-lo. Os vários objetos espalhados possuem, cada um, um poder simbólico que estabelece um diálogo particular com cada leitora: as memórias e percepções depositadas em cada uma delas, em relação aos objetos, são capazes de despertar as próprias sensações envolvidas na realização dos trabalhos em têxteis.

Flusser (2002) entende que uma imagem é feita de camadas e de planos, efeito realizado para que se recupere as dimensões perdidas na bidimensionalidade da imagem. Ou seja, a ausência da experiência tridimensional com os objetos representados na imagem é superada pela disposição dos elementos formando vários planos, de modo que essa representação recrie no imaginário a percepção que a tridimensionalidade proporcionaria. A sensação projetada pela imagem é de estar em um cantinho de costura, marcado pela presença dos materiais de trabalho, pelo aconchego de um local com cheiro de linha e tecido.

Conforme apontado por Alves e Cunha (2009), o *Livro de Costura Singer*, de 1953, dedica uma seção voltada para a construção do “cantinho da costura”, “uma sala só para ela” – a dona de casa – que, como indicado pelo livro, é uma sala que “[...] pode ser útil à mulher como o quartel-general de suas atividades do lar, como saleta em que receberá uma amiga que venha visitá-la a tarde, e naturalmente, na sua finalidade primordial, como quarto de costura.”

(LIVRO DE COSTURA SINGER, 1953, p. 11 *apud* ALVES; CUNHA, 2009). O livro, nessa seção, indica para a leitora os itens necessários para se construir uma sala adequada para os trabalhos de costura, bem como a disposição dos móveis e a qualidade de iluminação. São indícios de uma cultura doméstica que solicita os trabalhos femininos de costura, uma prática tão importante que necessita de um cômodo da casa só para comportá-la.

Diferentemente, a Figura 2 é indicativa do estilo de fotografia que prevalece nas demais capas, um trabalho de linha e agulha registrado com a aplicação de *zoom* óptico sobre seus pontos, aguçando a percepção tátil da textura conferida pelos pontos em linha. A escolha do exemplar número sete – que também corresponde ao sétimo número da versão italiana –, se deu por ser a melhor imagem, em termos de tamanho e qualidade, encontrada em relação às capas dos fascículos *Mani d'Oro*. A primeira capa não pôde ser encontrada, apenas algumas outras, à venda no site *Ebay Italia*. Das que foram publicadas no site, todas correspondem imagetivamente ao número de sua tradução como *Mãos de Ouro*.

Apesar da mesma fotografia, algumas alterações, além da tradução do nome, podem ser percebidas: a inclusão da logomarca, na cor branca, da Abril Cultural sobre a faixa preta; a inclusão de uma estreita faixa branca com as informações complementares ao título “enciclopédia de trabalhos manuais femininos”, o número e o preço de venda; e a alteração da fonte aplicada no título, tanto no estilo quanto na cor. Apesar da cor branca se opor à preta, a cor amarela sobre o fundo preto indica alerta, chama a atenção – combinação usada constantemente em placas de trânsito – (HELLER, 2013). O branco, menos chamativo, foi reservado só à logomarca. De acordo com Cardoso (2005), o amarelo sobre o preto, assim como o vermelho e azul sobre preto, foi uma tendência influenciada pela Bauhaus⁴ e compartilhada pelos designers do Brasil na década de 1930, com suas fortes permanências até os anos 1960. Essas cores primárias promovem uma fácil assimilação. O amarelo, em específico, na tipografia aplicada em revistas, é usado também como recurso para dar movimento.

Rossi (2008) atenta para as análises que compreendem a tipografia de uma revista como conectora com a voz falada e com as sensações a ela imbricadas. Uma grafia em caixa alta⁵, por exemplo, indica um tom de voz mais alto; quando são grossas, representam também

⁴ A Bauhaus foi uma escola de artes alemã que, pelo seu pioneirismo e forte expressão, desenhou o modernismo do século XX, influenciando o design, a produção de artefatos em massa e principalmente a arquitetura. Ela funcionou de 1919 a 1933, momento em que fechou devido à ascensão do Partido Nazista. O minimalismo e funcionalismo experimentado nas artes, design e arquitetura do século XX é advindo da preocupação da produção em massa, que derivava da necessidade de uma construção de produtos que tivessem em sua forma a maior semelhança possível com a sua função, desvinculando-se do excesso decorativo, visto como desnecessário. As cores primárias e formas geométricas simples foram as mais utilizadas (BAUHAUS, 1994).

⁵ Letras maiúsculas.

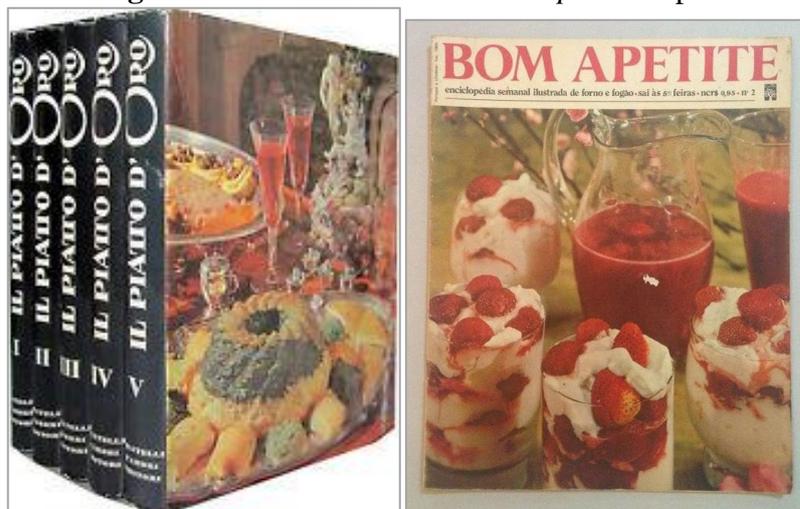
uma voz mais grossa. Cada um desses recursos é utilizado para a ênfase que se quer dar ao texto, aliado ao que ele se propõe – chamar a atenção; informar; convidar.

Os traços mais finos ou mais grossos, inclinados ou não, com ou sem serifa criam um simulacro de um tom da voz mais sério ou mais leve, mais elegante ou mais austero. Convencionou-se, na comunicação ocidental, que as letras mais grossas, densas, estão ligadas a assuntos mais sérios. Do mesmo modo, os tipos mais finos vinculam-se a questões mais leves, alegres (ROSSI, 2008, p. 56).

As letras com serifa⁶ são conectadas umas às outras e oferecem, pela percepção de uma fina linha, um tom de voz mais leve e elegante, que é reforçado quando estão em itálico. Como afirma o autor, os traços mais finos também estão associados a essa leveza e, as letras cursivas, ou decorativas, proporcionam maior relação com a felicidade e a alegria. Na comparação entre *Mani d'Oro* e *Mãos de Ouro*, percebe-se que a primeira tem maior comprometimento com a sensação de alegria, leveza e elegância, que são também adjetivos utilizados para designar os trabalhos apresentados nos fascículos. A segunda, brasileira, traz um tom um pouco mais sério e chamativo em relação à primeira, mas utiliza o recurso do itálico que o distancia da austeridade e ainda se mantém vinculada à sensação de leveza.

Em relação às capas dos fascículos de *Bom Appetite* e *Il Piatto d'Oro* menos se encontrou quando comparado a *Mãos de Ouro* e o seu original em italiano. As imagens da Figura 3 correspondem, respectivamente, à capa das enciclopédias *Il Piatto d'Oro* e ao segundo número do fascículo *Bom Appetite*.

Figura 3 – *Il Piatto d'Oro* e *Bom Appetite*: capas



Fonte: (*Il Piatto d'Oro*) Ebay Italia, 2016; (*Bom Appetite*) Anos Dourados, 2014

⁶ A serifa é um traço que agrupa uma letra à outra na formação de uma palavra, posicionada em alguma ponta da letra que dá a impressão de uma linha que perpassa toda a palavra. É o caso, por exemplo, da fonte utilizada nesse texto, a *Times New Roman*. Outras fontes comuns, como a *Arial*, são fontes sem serifa, ou seja, há a ausência dessas linhas conectoras.

Não foi encontrada, nas buscas realizadas, nenhuma imagem referente aos fascículos de *Il Piatto d'Oro*. De *Bom Appetite*, a fotografia do primeiro fascículo localizada possuía qualidade ruim, assim optou-se pelo uso da segunda. A imagem impressa na capa da enciclopédia italiana, pelo que apontaram as pesquisas feitas, foi a mesma para todos os volumes. Aparentemente ela é revestida com uma sobrecapa de papel couchê, escondendo a capa dura, como é de comum ocorrência em livros com esse tipo de capa. A fotografia do prato e da mesa na capa de *Il Piatto d'Oro* pôde ser encontrada no segundo volume da enciclopédia *Bom Appetite* (1968, v. 2, p. 309), associada a uma receita intitulada “pudim de verduras Trianon”.

No site *Ebay Italia* há uma grande quantidade de enciclopédias da Fratelli Fabbri Editori a venda, encadernadas com capas duras, elaboradas com o uso de duas cores: uma para o fundo e outra para as letras e algum detalhe na borda. Nesse sentido, há um destaque para *Il Piatto d'Oro*, colorida e visualmente mais elaborada. Para conquistar consumidores, este é um recurso indispensável, de acordo com Jacob (2007), nas publicações culinárias. Além dos planos fotográficos utilizados para recriar as dimensões perdidas pelo efeito bidimensional, a riqueza das cores, nitidez das texturas e uma iluminação que dê brilho ao prato são fundamentais para despertar não somente o apetite, mas os próprios mecanismos psicológicos de apreensão do belo que se converterão em desejo de consumo: uma forma de “comer com os olhos”. Tais recursos são também percebidos na capa do fascículo de *Bom Appetite*, associando à imagem uma paisagem natural que remete aos passeios e piqueniques em tardes agradáveis.

A tipografia do título “Bom Appetite” é construída em caixa alta e em letras grossas, porém serifadas. Traduz elegância ao mesmo tempo em que enfatiza, pelo uso da grafia mais grossa, um desejo: que o leitor tenha um bom apetite. A cor vermelha está muito associada à fome e à alimentação. Chevalier (1986) identifica-a como uma cor referente ao solo, à terra que fornece alimentos e nutrientes. O uso do vermelho com o amarelo é constantemente utilizado como recurso para despertar a fome, mas no caso de *Bom Appetite*, o fundo branco com as letras em vermelho sugere sofisticação (HELLER, 2013).

A inclusão da logomarca, tanto nos fascículos *Mãos de Ouro* quanto em *Bom Appetite*, em suas capas, assim como as demais informações, corresponde a uma demanda própria do mercado brasileiro, interessado no preço, no assunto e também em consumir o *status* vinculado às publicações da editora Abril. Por ser algo novo no Brasil, a apresentação sintetizada do conteúdo “enciclopédia semanal de trabalhos manuais femininos” ou “enciclopédia semanal ilustrada de forno e fogão” era necessária para despertar o interesse de

quem estivesse na banca de revistas: esse tipo de estudo de mercado está vinculado ao *design* gráfico aplicado a revistas, que demanda dos *designers* a inclusão, nas capas, de informações que sejam importantes ao público, assim como a omissão de outros elementos (ROSSI, 2008).

No primeiro fascículo de *Mãos de Ouro* há um panfleto informativo, solto da encadernação, que traz a ilustração das capas azuis que os fascículos receberiam após completa a coleção pela leitora, demonstrada pela Figura 4, e também uma introdução ao conteúdo de *Mãos de Ouro* e seu uso como enciclopédia:

Colecionando Mãos de Ouro você vai ver seu cartaz aumentar muito.
Principalmente quando você começar a fazer aquelas suéteres bárbaras.
As roupinhas das crianças. Toalhas bordadas que vão causar a admiração de seus convidados!
Mãos de Ouro vai ensinar tudo sôbre tricô, bordado, crochê e costura.
Você vai fazer até tapêtes!
Tudo sem nenhum mistério, sem nenhum segredo.
Você vai se surpreender com a facilidade com que vai fazer todos êsses artigos que custam tanto dinheiro. Os textos são tão simples, as fotos em côres são tão nítidas, que V. acompanhará o trabalho, ponto por ponto.
Encadernando os fascículos de Mãos de Ouro em belíssimas capas, você terá colecionado, em pouco tempo, uma verdadeira enciclopédia de trabalhos manuais.
Uma enciclopédia que vai proporcionar a você e a tôda a família, momentos de muita alegria. E de muita economia (MÃOS DE OURO, 1967, n.1, panfleto 2).

Figura 4: Imagem ilustrativa da enciclopédia encadernada



Fonte: Fascículo *Mãos de Ouro*, n.1, panfleto 2, 1967

Os textos da contracapa e do panfleto encontrados no primeiro fascículo de *Mãos de Ouro*, além de descreverem a transformação dos fascículos em enciclopédias, destacam os

pontos favoráveis de se obter esse tipo de publicação: “belíssimas capas” que evidenciam a função decorativa e de *status* das enciclopédias; e colecionar “em pouco tempo” uma “verdadeira” enciclopédia, reforçando o caráter legítimo de se obter uma enciclopédia na forma de fascículos semanais, ou seja, ainda que adquirida de forma fragmentada, o *status* permanece o mesmo. A elegância e as cores das ilustrações também são um chamariz para a aquisição dos fascículos.

No ano de 1969, o filho de Victor Civita, Roberto Civita, em entrevista, fala do sucesso de venda dos fascículos e diz que o segredo está no preço e na acessibilidade física, por existir mais bancas de jornal e revista que livrarias, e também de apresentação, por possuir recursos gráficos de alta qualidade que foram viabilizados a baixos custos graças às tiragens em grande escala. Ele ainda diz que os fascículos são verdadeiras “Universidades Populares” para a nova “fome de saber” da população que consome os fascículos em doses semanais para depois encadernar e formar as enciclopédias. Esse consumo semanal foi imprescindível ao êxito de vendas: ao invés de pagar caro em uma enciclopédia pronta, o leitor fragmentava o valor total comprando semanalmente os fascículos (PEREIRA, 2010, p. 2).

A venda nas bancas de jornal foi, sem dúvida, uma grande oportunidade encontrada pela editora Abril para promover o seu novo negócio, observado por Villas (2014):

Vimos um dia as bancas de jornais serem invadidas pelos **fascículos**. De um dia para o outro, você poderia formar uma enciclopédia inteira comprando os pedaços – os fascículos – por um preço bem baixo. Assim nasceu *Conhecer*, *Medicina e saúde*, *Gênios da pintura*, *Mãos de ouro*, *Grandes personagens da nossa história*, *Bom apetite* e mais uma centena de outros títulos. **A banca de jornal** virou uma grande loja que vendia livros, clássicos da literatura universal e até discos de vinil com os grandes compositores da música clássica, do jazz e da música popular brasileira (VILLAS, 2014, p. 186-187).

O Brasil, desde sua colonização, é um país de habitantes que não possuem o hábito de ler ou de ler muito, aparecendo no *ranking* mundial como um dos países com o menor tempo médio de leitura por habitante do mundo⁷. Segundo Hallewell (2005), apesar de não gostar de ler, a maior parte dos brasileiros possui desejo pelo livro, pois ele confere *status* – valor esse que a indústria cultural na década de 1960 e 1970, principalmente, dará conta de providenciar por meio das enciclopédias e garantir assim o seu sucesso. As chamativas imagens, viabilizadas pela impressão dos fascículos em grandes impressoras importadas da Itália⁸, e a

⁷ Informação de pesquisa realizada pela agência internacional *Nop World Culture Score*, noticiada pelo portal de notícias *El País*.

⁸ As impressões foram realizadas na S.A.I.B. – Sociedade Anônima Impressora Brasileira – que pertencia ao grupo Abril e que hoje se transformou na Abril Print. A S.A.I.B. foi inaugurada em 1950 e contou com a compra

promessa de uma capa bonita quando for completada a coleção de fascículos, incentivaram as vendas.

Os fascículos vendidos com a finalidade de se tornarem enciclopédias, inaugurando a chamada “democracia do conhecimento”, são representantes de uma “nova” e “moderna” sociedade, proporcionada pelos incentivos econômicos e que inclinava a classe média ao ciclo do consumo abrigado pela cultura de massas, traduzida do modelo de vida norte americano, resvalando-se nas revistas, livros, filmes, moda e nos objetos voltados para a casa. Enquanto materiais inseridos em um espaço físico, as próprias enciclopédias adentram no campo da cultura material que se consome de forma impressa e periódica, com um valor autônomo em relação ao seu conteúdo, mas que se completa por ele quando no fornecimento de diretrizes de representações.

As enciclopédias podem ser percebidas como uma forma de expressão *Kitsch*⁹ de conhecimento, ou seja, detentoras de um conhecimento facilitado e acessível a ponto de ser aceito como universal por uma maioria, construindo-se enquanto objetos inscritos na efemeridade. Os volumes permeados por ilustrações e fotografias multicoloridas e linguagem facilitada, depois de usadas, demonstravam a sua finalidade última como objetos de decoração sobre as estantes das salas, portanto, decorando o lar com os símbolos do saber, entre eles, os saberes sobre costura, bordado e culinária. A efemeridade não está concentrada no saber em si, mas no próprio material que lhe confere uma espécie de vida física, inscrito no mecanismo da moda que requer sempre a novidade, sendo, neste caso, aplicado à materialidade da enciclopédia, cuja simbologia se transforma no tempo.

A afirmação de uma curta vida útil, ao menos enquanto itens propaladores de um *status* valorizado por um conjunto de pessoas, pode ser corroborada pela facilidade de aquisição dessas enciclopédias a preços acessíveis, tanto no Brasil quanto na Itália, à venda em diversos sebos e *sites* de livros usados. Incide também sobre esse fenômeno a desvalorização das enciclopédias – tão consumidas quando em suas publicações –, como importantes objetos da cultura material de uma época, o que pode ser percebido ainda pela ausência de estudos sobre esses materiais.

de impressoras italianas além de dispor de técnicos estrangeiros que treinavam os funcionários para operarem as máquinas (ABRIL PRINT, 2010).

⁹ Moles (2012)

1.2.2 As “enciclopédias femininas” da Abril Cultural: apontamentos sobre venda e custo

Mesmo sem maiores informações sobre os fascículos *Mãos de Ouro* – qual foi a quantidade de venda e em quais locais se obteve um maior número de vendas – é possível, a partir das poucas informações encontradas acerca da história dos fascículos Abril Cultural, inferir quais eram as mulheres que consumiam *Mãos de Ouro* e os seus ensinamentos. Somam-se a esses dados as referências sobre a situação econômica do país no ano de 1967 – o ano de publicação dos fascículos – extraídas de *sites* relacionados ao governo federal.

Mãos de Ouro foi publicada em sessenta fascículos de 1967 a 1968. Até a publicação de número 26, cada fascículo custava o valor de NCr\$0,85 (85 centavos de Cruzeiro Novo); do número 27 ao 45, custou NCr\$0,95; e do 46 ao 60, NCr\$1,00. O gasto médio mensal com a compra de fascículos correspondeu à NCr\$3,73, considerando-se um mês com quatro semanas. De acordo com os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, o IBGE (1967), o salário mínimo vigente em 1967 era de NCr\$105,00 para a região do estado de São Paulo e Rio de Janeiro, assim, o valor médio mensal gasto nos fascículos correspondia a 3,91% do salário mínimo da época. O salário mínimo real do período, ano cuja inflação foi de 25% (MUNHOZ, 1997), em comparação com o salário mínimo vigente em 2016, o de R\$880,00, era equivalente a R\$1.107,88¹⁰ e, portanto, dava maior poder de compra ao consumidor.

Com valores corrigidos, então, calcula-se que o gasto médio mensal e real com os fascículos seria o de R\$43,31 por mês. Para completar toda a coleção, composta por sessenta fascículos, a leitora precisou dispensar aproximadamente o equivalente a R\$649,65, ou seja, pouco mais do que a metade do valor de um salário mínimo do período. O custo final da enciclopédia não era sentido, pois a divisão do valor em fascículos tornava a compra atraente e possível. Como apontam Mello e Novais (1998), o parcelamento como estratégia de consumo teve seu início no Brasil nos anos 1940. Podendo parcelar as compras, os brasileiros aos poucos incrementaram o seu cotidiano com novos objetos e fortaleceram, por meio da boa aceitação dessa forma de compra, a cultura do parcelamento que se mantém ainda preponderante. A constituição parcelada de uma enciclopédia faz pensar nos fascículos como carnês de pagamento que, ao final, dariam ao consumidor a posse da desejada coleção.

As políticas para o consumo de bens materiais e culturais levava em consideração uma classe média que perdeu um pouco o poder de compras em relação ao ano de 1959 – o ano que registrou o maior salário mínimo real desde a sua criação em 1940, aproximadamente o

¹⁰ Cálculo realizado considerando a inflação do mês de maio de 2016, obtida no site oficial do IBGE.

dobro do salário mínimo de 1967 (OLIVEIRA, 2011) –. Além da acessibilidade na aquisição dos bens culturais, como as enciclopédias fracionadas em fascículos, o próprio conteúdo dos fascículos abordava o incentivo à produção artesanal para venda e complementação da renda familiar, salientando também a necessidade de se aproveitar restos de tecidos e materiais para economizar dinheiro. As produções editoriais voltadas para os artesanatos e à confecção de roupas a partir de moldes prontos, como é o caso da revista *Manequim*, podem ser encaradas como estratégias para os incrementos da moda e do consumo voltados para as donas de casa, viabilizando para muitas a oportunidade de consumir moda – do corpo e da casa – ao mesmo tempo em que as colocava enquanto geradoras de demanda para a indústria têxtil.

Enquanto em *Mãos de Ouro* as sugestões para a decoração e arrumação da casa dizem respeito a uma mulher que faz o seu próprio serviço, como apontado em várias passagens, sem a ajuda de uma empregada doméstica, *Bom Apetite* subentende em muitos momentos que a sua leitora e consumidora paga pelos serviços de uma doméstica. Percebe-se, quando na comparação entre as duas enciclopédias, que, apesar de serem editorações cujo preço e forma de venda indicam terem sido consumidas por um mesmo público, há uma valorização das práticas culinárias frente às práticas artesanais, as primeiras associadas à riqueza – pagar por uma empregada doméstica – e as segundas concatenadas à pobreza – economizar, ter de fazer o próprio serviço –. Antes de concluir essa análise, as informações sobre as formas de venda de *Bom Apetite* ajudarão a compreender a separação dos campos simbólicos de atuação dos produtos “enciclopédia feminina da Abril Cultural”, “culinária” e “artesanato”.

A enciclopédia *Bom Apetite* traz de maneira muito evidente as diretrizes de representações para a dona de casa “moderna” e atenta às novidades em produtos para a cozinha, transparecendo em suas páginas as mudanças sociais e econômicas pelas quais passavam a sociedade no período. Seu sucesso de vendas, beirando 1,2 milhões de exemplares na primeira semana nas bancas (ABRIL, 2000), expressa não só o anseio de consumo desse tipo de publicação, mas também a necessidade de muitas mulheres em “se inteirarem” acerca das novidades culinárias que a enciclopédia prometia trazer, revelando os pratos típicos de todo o mundo, como apresentado em sua proposta.

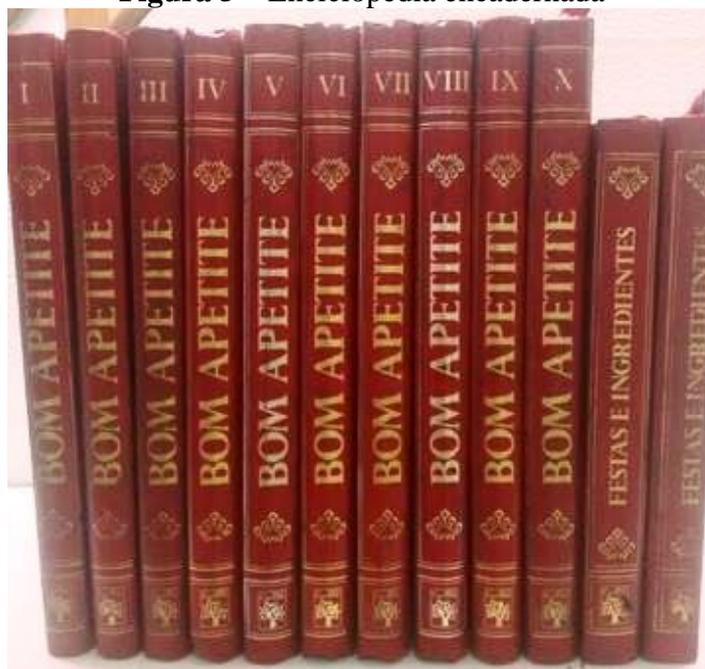
Indícios de um momento no qual a globalização se intensificava e criava novas necessidades de consumo, essa culinária típica de cada país, ainda, tinha como função apresentar novos ingredientes, que se tornavam cada vez mais frequentes nas prateleiras dos mercados, e indicar seus usos, fortalecendo a indústria de alimentos. A aceleração típica da moda é levada também aos alimentos, tornando obsoletas certas práticas culinárias a partir da motivação de novidades na cozinha e da ênfase na necessidade de ser, esse espaço, um local

de criatividade, de inventividade, um ateliê artístico no qual é preciso, todos os dias, surpreender com algo novo, ainda que essa novidade fosse a repaginação de antigas receitas.

Foram publicados 149 fascículos. O preço de cada fascículo semanal iniciou com o valor de NCr\$0,95 (95 centavos de Cruzeiro Novo) e terminou custando Cr\$1,80 (um Cruzeiro e oitenta centavos). A mudança de Cruzeiro Novo para Cruzeiro, de acordo com as informações do Banco Central do Brasil (2004), não alterou o valor da moeda que continuou a ser equivalente ao Cruzeiro Novo, mudando apenas o nome – que era o mesmo nome da moeda vigente entre 1942 e 1967 –. O valor dos fascículos acompanhou o aumento do salário mínimo, que nos anos de 1968, 1969, 1970 e 1972 foram, respectivamente, de acordo com o Portal Brasil (2016), o de NCr\$156,00, NCr\$187,20, Cr\$225,60 e Cr\$268,80. Em valores reais, esses salários acompanham aproximadamente a média do ano de 1967, não revelando alterações quanto ao preço para se adquirir os fascículos e volumes da enciclopédia comparados com *Mãos de Ouro*.

Os fascículos de *Bom Appetite*, juntos, compõem os doze volumes da enciclopédia, encadernados em capa vermelha com gravura em dourado, como demonstrado pela Figura 5. Os dois últimos e menores volumes, como apresentados na imagem, são volumes especiais sobre receitas para datas festivas e comemorativas, nos quais se encontram as dicas para a compra de ingredientes próprios de cada ocasião, a preparação dos pratos e decoração das mesas. Tanto *Bom Appetite* quanto *Mãos de Ouro* dedicam-se muito às recomendações voltadas para as festas, especialmente as de fim de ano.

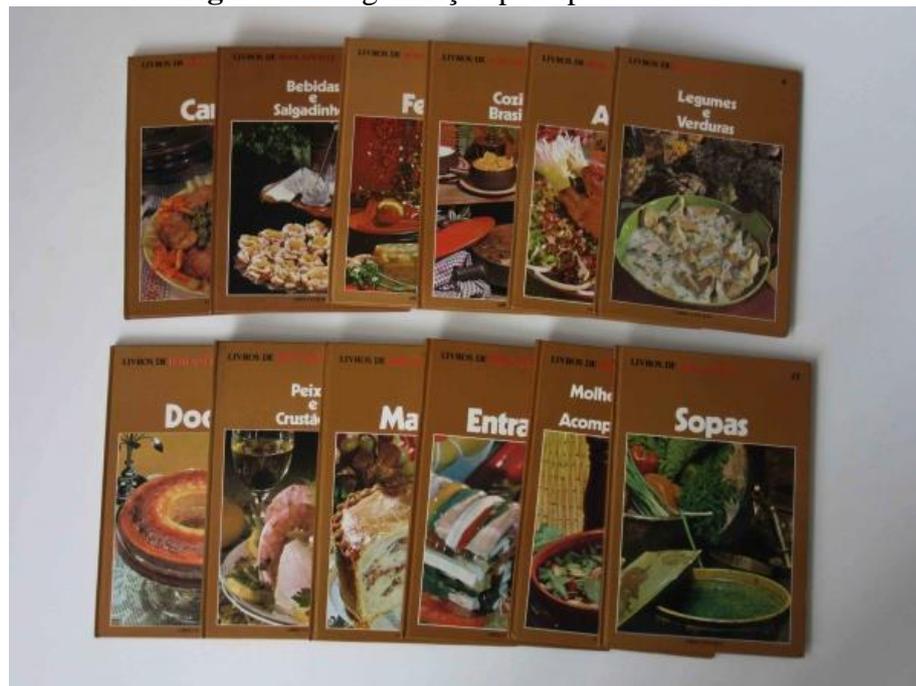
Figura 5 – Enciclopédia encadernada



Fonte: Vintage Leilões, 2015

Ao todo, foram mais de 3.000 páginas com mais de 5.000 receitas. Houve ainda outra forma de venda de *Bom Appetite* no ano de 1972: ao final da publicação dos fascículos, organizou-se uma diferente apresentação das mesmas receitas, dessa vez agrupadas por tipos ou ocasiões: Carnes; Bebidas e salgadinhos; Festas; Cozinha brasileira; Aves; Legumes e verduras; Doces; Peixes e crustáceos; Massas; Entradas; Molhos, recheios e acompanhamentos; e Sopas.

Figura 6 – Organização por tipos de receitas



Fonte: Vintage Leilões, 2015

Esses livros são mais raros de se encontrar a venda em sebos virtuais e *sites* de vendas em geral. Como *Bom Appetite* já vendia muito desde o seu lançamento, é provável que no momento em que foram publicados esses livros a coleção de fascículos já havia sido completada pela maior parte das leitoras. Ou ainda, outra possibilidade, é de que esses volumes foram menos vítimas do descarte, pois sua elaboração visa uma forma mais concisa de se encontrar determinadas receitas. No primeiro formato de encadernação, misturam-se os tipos de receitas e, para encontrá-las, é preciso recorrer aos índices de todos os doze volumes, o que dificulta a busca.

As práticas da cozinha e do cozinhar estavam relacionadas, naquele momento, com a racionalização do tempo e funcionalismo na organização dos itens da cozinha, o que inclui, também, os livros de receita. Dessa forma, a possível constatação do que se guarda e do que se desfaz – os livros organizados por tipos de receitas em detrimento dos livros com as receitas não ordenadas por um conjunto coerente – é significativa das práticas de conservação dos

documentos pelas donas de casa do período, consumidoras das enciclopédias, e que não são voltadas apenas aos objetos de consumo, mas também aos comprovantes que atestam a compra, como observado na Figura 7, o cupom fiscal de aquisição de dois volumes de *Bom Apetite*.

Figura 7 – Nota fiscal de venda de Bom Apetite

DISTRIBUIDORA NOROESTE LTDA. Fascículo
c/capas
Nº 647

Rua Osvaldo Cruz, 83

ARAÇATUBA — Estado de São Paulo

Snr. Wilson (vendedor)

Volumes entregues 2 (dois) III e IV - Volume

Coleção Bom Apetite

Preço tratado CR\$ 14,00

Adiantamento _____

Data entrada 4-8-70

Data entrega 9-8-70

ASS. FREGUES _____ ASS. GERENTE _____

Fonte: Imagem própria

Dentro de um dos volumes da enciclopédia *Bom Apetite*, adquirida para esta pesquisa, foi encontrado o cupom fiscal referente à compra do terceiro e quarto volumes, em capa dura. Perrot (1989) sublinha que muitas mulheres registram suas memórias na conservação de pequenas coisas, encaradas por elas como importantes, e que podem ser apreendidas como documentos para o estudo de uma cultura material. Os cupons fiscais são, assim, símbolos do poder de compra, encarados como itens a serem preservados não somente por garantir direito à troca, mas também por revelar sobre os pertences de uma família, atestar a sua participação, mais ou menos assídua, na sociedade de consumo. Pinsky (2006) indica que as mulheres brasileiras dos setores médios administravam os recursos financeiros dentro de casa, tomavam conta do dinheiro e elencavam os gastos feitos. Guardar cupons fiscais era uma das formas pelas quais elas podiam administrar e prestar contas ao marido, quando este era o provedor.

No cupom ainda há informações referentes à cidade e o preço. Estimando-se uma média de doze fascículos por volume, a venda desses dois volumes no ano de 1970, na cidade de Araçatuba-SP, foi realizada por um preço um pouco abaixo do valor para a compra

fasciculada. Isso muito provavelmente ocorreu pelo terceiro volume estar desatualizado, pois é do ano de 1968, enquanto o quarto já era do mesmo ano. O cupom ainda fala sobre o alcance das enciclopédias nas regiões do interior paulista, não se restringindo apenas às capitais. Em uma busca por sebos *online*, é possível encontrar sebos de várias cidades do Brasil vendendo enciclopédias *Bom Appetite*, um possível indício de um grande alcance populacional, corroborado pela informação do “sucesso” de vendas.

Importante destacar também que é mais fácil encontrar a venda as enciclopédias do que os fascículos. Os fascículos, quando encontrados, são vendidos por um preço bem mais elevado que as enciclopédias – o que inviabilizou a compra desses documentos para esta pesquisa –. Essa constatação alerta para o cumprimento do consumo proposto pela Abril Cultural de formação das enciclopédias, indicando que, de fato, a maioria das consumidoras de *Mãos de Ouro* e *Bom Appetite* encadernaram os seus fascículos e construíram os volumes enciclopédicos.

A distribuidora apresentada no cupom fiscal, Noroeste, aparentemente, era especializada em distribuir enciclopédias, já que o cupom vem com algumas informações já impressas para serem preenchidas pelo vendedor: “coleção” e “volumes entregues”. A venda de enciclopédias no Brasil, como apontado por Villas (2014), tornou-se notória nas bancas de jornal e atingiu a maior parte da população brasileira, sendo muito requisitada. Assim, é provável que tenha havido empresas especializadas em levar esse tipo de publicação para o interior do país. A Distribuidora Noroeste, conforme indicou as buscas pela internet, junto à localização de seu antigo endereço, não existe mais. Também não foram encontradas informações a respeito de tal empresa.

Pelo até aqui exposto, pode-se perceber as semelhanças entre os aspectos que envolvem as vendas de *Mãos de Ouro* e *Bom Appetite*, voltadas para mulheres de classe média, como indicam os dados sobre o preço e o impacto desse custo em relação ao salário do período. No entanto, a forma como as enciclopédias, muitas vezes, trata suas leitoras, sugere formas diferenciadas de conceber as leitoras que fazem trabalhos de linha e agulha e as leitoras que executam os pratos propostos. A partir do que pondera Simioni (2007), entende-se que o lugar ocupado pelos artesanatos em têxteis na história foi o de menor prestígio em relação às demais artes e, ainda, era relacionado à feminilidade, cujas práticas estiveram, por muito tempo, fadadas ao reconhecimento enquanto tarefas inferiores, colocando-os mais próximo das mulheres que não pertencem à elite.

Sobre a culinária, é preciso antes notar que *Bom Appetite* traz conteúdo que tenta se aproximar da gastronomia, ou seja, de uma forma “artística” de se preparar os alimentos, com nomenclatura que remete à forma gastronômica de se nomear os pratos – como será avaliado

mais adiante –, além do apelo visual esbanjado pelas fotografias. Giard (1996) aponta que a gastronomia é uma prática majoritariamente masculina, que se desenvolveu a partir da exclusão das mulheres de seu circuito. O prestígio dos *chefs* é levado à dona de casa e, portanto, faz uma equação de equilíbrio entre o conteúdo e quem o consome, equiparando ambos: um conteúdo “distinto” direcionado a uma dona “distinta”. Não necessariamente a consumidora da enciclopédia terá uma bela casa, eletrodomésticos, variedades em utensílios e empregada doméstica, como se sugere, pois consome-se antes o valor simbólico veiculado na ideia de prestígio, de gastronomia e de arte. Ainda, como entende Jacob (2007), as próprias fotografias conseguem, por si só, suprir uma necessidade de consumo culinário, uma vez que interagem com o consumidor ativando, pelos recursos de representação imagética, as zonas de prazer associadas ao paladar, fato que por si só poderia garantir parte do consumo de *Bom Appetite*.

Essas questões serão ainda melhor pontuadas no decorrer da segunda e terceira parte do texto, mas, por enquanto, fornecem diretrizes para que se pense nos vários campos de análise de um objeto, pela perspectiva da cultura material, compreendendo-os como um conjunto de signos que produz um discurso acerca de quem o consome, particularizado, ainda, nos usos que recebe.

1.3 PAPEL, TEXTOS E IMAGENS NOS FASCÍCULOS E ENCICLOPÉDIAS

Burke (2005) pondera acerca da necessidade de se estudar os objetos da cultura material em seus aspectos físicos, incluindo-se nessa atividade os documentos impressos na forma de revistas, jornais e, neste caso, fascículos e enciclopédias. Luca (2005), ao tratar da materialidade dos impressos e da relevância desse aspecto para a análise histórica com fontes periódicas, entende que:

Historicizar a fonte requer ter em conta, portanto, as condições técnicas de produção vigentes e averiguação, dentre tudo que se dispunha, do que foi escolhido e por quê. É obvio que as máquinas velozes que rodavam os grandes jornais diários do início do século XX não era as mesmas utilizadas pela militância operária, o que conduz a outro aspecto do problema: **as funções sociais desses impressos** (LUCA, 2005, p. 132, grifo do autor).

Compreende-se que o corpo físico do periódico, suas cores, textura, gramatura, formas e imagens são significantes de suas funções sociais, além de concentrarem em si a própria história da indústria impressa no contexto no qual se insere a fonte estudada. Os recursos

envolvidos na elaboração e veiculação acenam sobre as estratégias mercadológicas embutidas nos impressos e, igualmente, indicam qual o tipo de impacto se pretendeu causar: informar, comover, encantar, revoltar, induzir entre outros.

A vida material das enciclopédias *Mãos de Ouro* e *Bom Apetite* inscreve-se, antes de tudo, na própria história da editora Abril e nas suas relações com os projetos de modernização do país, conforme indica Mira (2001). É na década de 1960, junto com a ascensão da chamada sociedade de consumo, que a autora relata terem se projetado as principais revistas lançadas pela Abril, iniciando um legado até os dias atuais. As revistas nasciam conforme as demandas industriais, políticas e sociais, como exemplo, a autora cita que *Claudia* surge em um contexto de conflitos no campo da feminilidade, como uma amiga conselheira das mulheres; *Quatro Rodas* vem junto à implantação da indústria automobilista no país; *Veja* é pensada para atuar no campo político e ideológico nos quais os embates se intensificavam com a atuação do regime militar.

O consumo dessas revistas e sua inserção no mercado de impressos demandaram recursos tecnológicos no setor de impressão. O poder de investimento da editora Abril na compra de impressoras italianas fez dela a editora de maior sucesso do país, reconhecida, no período, como uma empresa modernizante, cujos produtos se vinculavam ao *status* da modernidade. Victor Civita entendia que para manter sua empresa, já grande, em constante crescimento, era necessário abranger todos os segmentos. Assim, ao mesmo tempo em que o fundador da Abril inseria seus conteúdos em vários setores da vida de muitos brasileiros, atuando na cultura e na política, fazia crescer sua própria fábrica e as tecnologias empregadas na produção de periódicos (MIRA, 2001).

Graças a uma empresa já então com muitos recursos de impressão e encadernação, foi possível trazer para o Brasil as enciclopédias já bem posicionadas na Itália. Além disso, as enciclopédias tomavam para si o aspecto modernizante dos quais bebiam os produtos da Abril, o que se transparecia pela qualidade do papel, de impressão, imagens, recursos gráficos e os conteúdos e direcionamentos de consumo encontrados no recheio dos fascículos e enciclopédias, demarcando-se como novidade também na questão do parcelamento da compra, em fascículos. O levantamento desses aspectos é, então, fundamental para análise das funções sociais as quais se partidarizavam as publicações *Mãos de Ouro* e *Bom Apetite*, apresentadas neste subcapítulo.

1.3.1 *Mãos de Ouro*: formatação e conteúdo

Os fascículos *Mãos de Ouro* foram impressos em papel *couchê*, de aspecto brilhante

dos dois lados, e com gramatura aparente de 115 g/m² – um dos valores padrão de fabricação de papel *couchê* e valor superior ao de um sulfite comum cuja gramatura é de 75 g/m² –. As dimensões tanto dos fascículos como da enciclopédia encadernada são de 24,5 cm x 31 cm. As imagens são constituídas por fotografias nítidas e coloridas – que são predominantes – e por ilustrações de croquis e representação de pontos de bordados, geralmente em duas ou três cores: preto, branco e vermelho.

Como indicaram as buscas realizadas, as imagens e fotografias contidas nas enciclopédias eram as mesmas que as veiculadas na Itália, no entanto havia um diretor de arte no Brasil que cuidava dos aspectos gráficos das coleções, o artista Elifas Andreato¹¹, que iniciou sua carreira na década de 1960 e ganhou reconhecimento trabalhando na Abril Cultural até 1970. Após passagem pela editora, o artista trabalhou como programador visual de teatro, criou capas de discos para importantes nomes da Música Popular Brasileira, ilustrou livros de autores como Clarice Lispector, já realizou exposições próprias, conquistou premiações importantes e hoje dirige o próprio estúdio que presta serviços de comunicação visual (ESTÚDIO ELIFAS ANDREATO, 2016).

Em entrevista para Fígaro (2006), Elifas Andreato relatou ter viajado à Itália para aprender sobre a sua função e sobre recursos utilizados para o tratamento de imagens fotográficas, tal como o recurso de recorte e colagem, além ser obrigado por Victor Civita a acompanhar a produção dos fascículos no “chão de fábrica”. Considerando que as fotografias e imagens eram italianas, não foi possível identificar se, entre as originais, haviam imagens produzidas sob a direção do artista, no entanto, a entrevista dada e o nome dele como diretor de arte impresso nos fascículos indiciam que sim – o que se pode apontar com um pouco mais de certeza ao folhear *Bom Appetite*, a apresentar-se na seção seguinte.

Percebe-se, no relacionamento das imagens com os textos, o esforço de *Mãos de Ouro* em atribuir as características das “artes superiores” aos artesanatos. Consideravam-se artes maiores, ou superiores, durante o século XIX e início do século XX, os trabalhos realizados por homens no campo da pintura, arquitetura e escultura (SIMIONI, 2007). *Mãos de Ouro*, em muitos momentos, compara as donas de casa aos pintores, quando na realização de algum trabalho de bordado: “Da mesma maneira que o pincel do pintor, a agulha, com as linhas coloridas, poderá criar verdadeiras obras de arte.” (MÃOS DE OURO, 1968, v. 1, p. 4). Ao mesmo tempo em que há um esforço em valorizar os trabalhos em têxteis, essa valorização se dá por meio da comparação com o trabalho de homens artistas. Esse tipo de comparação vem

¹¹ Em alguns momentos do ano de 2016 procuramos ter algum contato com Andreato, por meio da secretaria de sua empresa. As tentativas de conseguir alguma entrevista foram frustradas por problemas familiares que o artista alegou estar passando.

associado a imagens coloridas nas quais os bordados são complementados pela decoração do ambiente, com o uso de elementos que dialogam com o têxtil para conferir-lhe um significado e, nesse aspecto, as flores são os elementos mais recorrentes.

A organização do conteúdo dos fascículos e enciclopédia de trabalhos manuais foi realizada pela divisão dos assuntos em seções que vão se alternando e repetindo. Dentro de cada seção é explicado o passo a passo de determinada tarefa, que geralmente vem acompanhada de uma sugestão de aplicação. As sugestões são ressaltadas enquanto “apenas dicas”, de modo que prevaleça o gosto da dona de casa. As estratégias do “faça você mesma”, também encontradas em revistas como a *Manequim*, refletem sobre as aberturas e possibilidades para as mulheres imprimirem, na cópia e na reprodução, o gosto pessoal, mudando cores e alterando padrões estéticos. Nesse sentido, vale ressaltar o que aponta Morin (1999) como sendo uma característica que se desenvolve na década de 1960: a individualização e a personalização da vida.

Essas possibilidades, imbricadas nos conceitos de criação artística e modernização, apontam para o momento no qual a cultura de massas deixa, aos poucos, de ser integradora – movimento muito forte na década de 1940 e 1950 vinculado aos artistas de cinema, cuja vida era vendida como modelo a ser copiado por todos –. A expansão do mercado e do consumo nos anos 1960 pôde ser potencializada pelo surgimento de grupos diversos, primeiramente capturados entre os jovens, uma criação, como entendida por Morin (1999), do próprio mercado na abertura de oportunidades para a criação de novos nichos a serem atendidos. Lipovetsky (2009) entende esse fenômeno como a diferenciação e individualização ao mesmo tempo em que há uniformização de certos padrões.

O “faça você mesmo” é indicado em *Mãos de Ouro* como uma oportunidade para personalizar, ter peças “originais”, o que evidencia esse caráter de unicidade ao mesmo tempo em que, nas sugestões de materiais e aparências, mostra o leque de possibilidades de consumo que pode ser realizado pela leitora dos fascículos. Indica produtos das indústrias que se beneficiam com a veiculação desse tipo de periódico, mas estabelece limites de acordo com a moda vigente e os “bons modos” de se personalizar os têxteis e a casa. É um movimento simultaneamente livre e guiado.

Como as enciclopédias eram formadas pela junção dos fascículos e esses tinham por caráter a periodicidade na publicação, a enciclopédia é organizada por seções que se alternam e se repetem no decorrer de seus volumes. Foi assim concretizada, pois não seria interessante que os fascículos fossem lançados por categorias umas seguidas às outras assim que se findasse todo o conteúdo da categoria anterior. É possível que, se fosse dessa forma, a

monotonia de um assunto só não estimulasse as vendas. Os tópicos a seguir, em ordem alfabética, são os nomes das seções e o resumo do conteúdo de cada uma delas:

- *Aplicações*: a seção é sobre o trabalho de aplicação de tecidos para a formação de desenhos variados. Combinados com pontos de bordado e costura, seu uso é indicado para têxteis decorativos e roupas pessoais;
- *Bainhas abertas*: explicações de como fazer as bainhas abertas – é um tipo de barra decorativa – e como aplicar esse tipo de bainha, com sugestões de combinação com outros trabalhos;
- *Bonecos*: esta seção apresenta bonecos em feltro com moldes para confeccioná-los. Geralmente, destinam-se ao quarto das crianças ou como brinquedo para elas;
- *Bordado*: bordados de várias partes do mundo são ensinados para que sejam aplicados na decoração das roupas de cama, mesa e banho. Também para a decoração de paredes – como quadros e outros enfeites –, roupas pessoais e infantis;
- *Bordado sobre filó*: ensina-se nessa seção como bordar variados pontos sobre o tecido filó ou tule: um tecido fino, leve e vazado utilizado como decoração ou para cobrir alimentos e berços evitando-se insetos;
- *Cerzido*: como uma das funções delegadas à dona de casa era também a de remendar e consertar roupas em geral, a enciclopédia se dedicou a ensinar modos de cerzir preservando a beleza da peça;
- *Confecção*: lições para a costura de roupas, acompanhadas de dicas de moda e modelagem;
- *Conselhos práticos*: nessa seção há instruções de como lavar, passar e conservar os bordados e trabalhos realizados;
- *Corte*: ensinamentos sobre tirar medidas e traçar, bem como cortar as partes de uma peça no tecido, constituíam o conteúdo do curso de corte da enciclopédia;
- *Costura*: é fornecido o passo a passo de diversas operações de costura, tal como pregar zíper, bolso embutido etc.;
- *Crochê*: ensina-se os pontos principais deste trabalho, pontos mais elaborados e aplicações em roupas e acessórios para a casa e o corpo;
- *Enxoval de recém-nascido*: sacolas para fraldas, mantas, cobertores, roupas de banho, capas para mamadeira e babadores são alguns dos trabalhos contidos nessa seção. São combinados com as instruções já dadas de bordados e confecção;
- *Macramé*: é um trabalho de nós e franjas que é ensinado e indicado para barrados de toalhas, panos de prato e na construção de bolsas;

- *Frivolité*: esse é um tipo de renda feita com navetes¹² cuja destinação é idealizada para os mais diversos cômodos da casa, confeccionando rendas que podem ser utilizadas como aplicações ou sozinhas;
- *Máquina de costura*: esse era um instrumento recente na vida das donas de casa na década de 1960, portanto essa seção se encarrega não apenas de ensinar trabalhos que são desempenhados com a máquina, mas também ajuda com os problemas como os de bobina enroscada e linhas que se rompem muito;
- *Rêde ou filé*: este trabalho era utilizado por pescadores para confeccionar redes e nessa seção ganha diversas aplicações, principalmente como centrinhos decorativos;
- *Renda de bilros*: tipo de renda muito feita no nordeste brasileiro e que na enciclopédia surge com o passo a passo e dicas de uso;
- *Rendas de agulha*: há aqui um compilado de vários tipos de renda que podem ser feitas com agulhas – o crochê é uma delas – cuja aplicação se dá especialmente em barras de toalhas;
- *Talagarça*: um tipo de tecido rígido e vazado que proporcionava a confecção de tapetes, porém outros usos são indicados, inclusive na moda para o embelezamento de calçados;
- *Tapêtes*: aqui, os desenhos apresentados para os tapetes são indicados para determinados tipos de decoração. Também há instruções de como desenvolver pontos para tapetes;
- *Tenerife ou nhaduti*: a renda conhecida por esses dois nomes – o primeiro é proveniente do local de origem da renda (Ilhas Canárias) e o outro uma denominação que recebeu no Paraguai – é apresentada na confecção de toalhas e centrinhos de mesa;
- *Trabalhos manuais*: nessa seção os enfeites de feltro são destaque, assim como sacolas, decorações festivas e presentes;
- *Tricô*: os diversos pontos de tricô são ensinados a partir de imagens e explicações escritas. Várias roupas são apresentadas e acompanhadas de molde para a execução.

A escolha dos nomes e organização das seções foi idealizada por meio dos tipos de trabalho. Para melhor atender aos objetivos desta pesquisa, optou-se por realizar um levantamento que abranja os ambientes domésticos, separadamente das seções que tratam de moda e vestuário e também da atuação da mulher como mãe – a partir das indicações para a

¹² As navetes são objetos em formato de amêndoas que são compostas por duas folhas que nas extremidades se unem e no centro se afastam, no entanto sendo unidas por um eixo central pelo qual circulará a linha. Poderia ser encontradas em marfim, osso, madeira ou em plástico (MÃOS DE OURO, 1968).

constituição de enxovais e brinquedos para as crianças –. Essa organização ajuda a visualizar quais os espaços e quais as funções são encaradas, pela enciclopédia, como campos de atuação para o modelo ideal de feminilidade, conferindo representações para as leitoras. O levantamento quantitativo é apresentado pela Tabela 1:

Tabela 1 – Quantidade de trabalhos por ambiente ou atividade

Ambiente/Atividade:	Quantidade de trabalhos:
Moda	143
Cozinha e sala de jantar	87
Para as crianças	36
Sala de estar	32
Quarto	30
Sala de trabalho e costura	10
Área de serviço	08
Datas festivas	08
Banheiro	05
Cuidados médicos	01
Total	360

Fonte: Autoria própria

Os trabalhos que ficaram fora da tabela são os pontos ou técnicas ensinados sem indicação de aplicação, ou seja, conhecimentos genéricos sobre os trabalhos com agulhas, tais como os pontos básicos de tricô, crochê, renda ou algum bordado. A cozinha e a sala de jantar foram contabilizadas juntas, pois há um trânsito dos mesmos têxteis nesses espaços, e ambos se relacionam com a alimentação. Em uma breve análise da tabela, os três primeiros pontos, os mais presentes na enciclopédia, são também os mais relacionados pelos periódicos do período com as funções da mulher na sociedade, com indicado por Pinsky (2006). Utilizar a moda para ser bela e para seduzir; cozinhar, cuidar e nutrir; e se dedicar à maternidade, são os conteúdos mais recorrentes em *Mãos de Ouro*, dos quais, os dois primeiros, são destacados por esta pesquisa por construírem uma relação entre eles e com a enciclopédia *Bom Apetite*, lançadas para as donas de casa como modelos de comportamento no espaço doméstico.

1.3.2 Bom Apetite: formatação e conteúdo

Os fascículos *Bom Apetite* foram impressos em papel *couchê*, de aspecto brilhante dos dois lados, e com gramatura aparente de 115 g/m². O tamanho dos fascículos sem encadernação é de 24,5 cm x 31 cm; a capa dura tem as mesmas dimensões. As fotografias coloridas tomam grande espaço nas páginas da enciclopédia e são construídas com muitos detalhes que compõe a arte e os signos de cada imagem. Há também diversas ilustrações em

preto e branco, posicionadas geralmente após o título de cada receita, que são desenhos traçados de donas de casa servindo o jantar, lavando louça e cozinhando. Muitas dessas ilustrações trazem uma característica humorística, por exemplo, uma mulher chorando ao picar cebola (1969, v. 4, p. 923) ou dormindo enquanto espera algo na panela ficar pronto (1969, v. 4, p. 868).

O chefe de arte da coleção foi também Elifas Andreato que, na concessão de uma entrevista, afirmou sentir vergonha por trabalhar para a editora Abril no momento em que chefiava *Bom Appetite*, pois, de acordo com o artista, esses fascículos viriam a angariar fundos para o projeto da revista *Veja*, cujo conteúdo declarava apoio ao regime militar. (FÍGARO, 2006). A partir da perspectiva já apresentada de Almeida e Weis (2007), sobre a divisão na sociedade brasileira em relação ao apoio ou repúdio direcionados ao regime militar, e que dividiu, principalmente, jovens intelectuais e empresários, é possível perceber de que lado se posicionou Elifas Andreato. Apesar de envergonhado, muito provavelmente, o artista não havia assim se demonstrado no início de sua carreira, pelo contrário, como ele mesmo aponta, foi “adotado” por Victor Civita, que o considerava um “menino de ouro”. (FÍGARO, 2006).

Em relação às imagens, como antes apontado, são as mesmas veiculadas em *Il Piatto d'Oro*, no entanto, a tradução para a versão brasileira foi feita com adaptações para as regionalidades do Brasil, com receitas típicas de cada região, acompanhadas de fotografias dos pratos. Essas imagens, de pratos regionais, são diferentes das demais, elas geralmente utilizam menos elementos para compor a decoração da mesa ou do cenário, são mais simples e menos coloridas, o que leva a crer em uma produção brasileira sobre o conteúdo original, o que se faz coerente com a proposta de tradução cultural afinada com o mercado nacional.

Ainda, é possível perceber, na comparação com *Mãos de Ouro*, que nas páginas de *Bom Appetite* há um maior uso de recursos gráficos, como recortes e colagens. Brunelli (2007) destaca que o uso de recursos como a colagem foi muito utilizada por artistas gráficos e publicitários na década de 1940 para manterem o *status* de artistas, pois fazer publicidade e comunicação visual os retiravam dessa condição. Mesmo *Bom Appetite* estando situada há alguns anos após o período mencionado, os investimentos nesses recursos indicam uma preocupação com um construir artístico.

A organização do conteúdo dos fascículos e enciclopédia de forno e fogão, como é denominada, foi efetuada também pela divisão dos assuntos em seções que vão se alternando e repetindo, da mesma forma que em *Mãos de Ouro*. No entanto, essas seções não são tão numerosas quanto na enciclopédia de trabalhos manuais, pois há um grande volume de receitas que não estão agrupadas em seções. Dispostas abaixo, as sete seções de *Bom Appetite* e a síntese do conteúdo de cada uma delas:

- *Aula de cozinha*: nessa seção há o passo a passo, em imagens fotográficas, do preparo de pratos mais elaborados e como realizar corte de carnes;
- *Conselhos*: os conselhos indicados por *Bom Apetite* são sobre os cuidados com os utensílios da cozinha e com a conservação dos têxteis utilizados nesse ambiente;
- *Cozinha brasileira*: as comidas com ingredientes comuns no Brasil e pratos elaborados no país, assim como comidas de festas tipicamente brasileiras – a festa junina, por exemplo, constituem o conteúdo dessa seção;
- *Cozinha internacional*: uma das propostas mais frisadas pelos fascículos e enciclopédia é a de levar para a dona de casa os “pratos do mundo todo”. Entre as outras seções, esta vai se alternando e disponibiliza as receitas e algumas curiosidades culinárias sobre o seu país correspondente;
- *Decoração*: esta é uma importante e frequente seção que dá dicas para a dona de casa sobre a decoração com móveis, utensílios, espaços, enfeites, têxteis e principalmente como realizar decoração da mesa para jantares, piqueniques e datas festivas;
- *Etiquêta*: nesta parte é ensinado sobre os modos corretos de servir as refeições e como organizar cada item sobre a mesa. Aponta também quem deve ocupar qual posição à mesa em jantares ou outros eventos;
- *Menus, a escolher*: esta é a mais frequente seção de *Bom Apetite* (1968, v. 1, p. 49) cuja apresentação é: “Nestas páginas, você encontrará sempre o prato que faltava para completar o seu menu.” No segundo volume da enciclopédia, mais uma apresentação: “A seção “Menus, a escolher” oferece uma seleção de alimentos leves, nutritivos, equilibrados e gostosos, que podem sempre ser enriquecidos com o nosso brasileiríssimo feijão e arroz.” (BOM APETITE, 1968, v. 2, p. 270).

São valiosos para essa pesquisa os momentos nos quais *Bom Apetite* versa sobre decoração, serviço, etiqueta e as próprias imagens das comidas, servidas sobre toalhas e recipientes, rodeadas por objetos da cozinha. A seleção desse conteúdo, mas compreendendo-o dentro de um contexto mais amplo e que envolve também os aspectos físicos de sua publicação, ajudarão a pensar nas propostas de representações impulsionadas pela editora da modernização brasileira por meio dos periódicos, a Abril, que dentre todas as suas publicações quis dedicar duas enciclopédias ao público feminino, encarado como um grupo emergente na construção de um país que se pretendia moderno. O consumo para a casa, em especial a cozinha, agente modernizante, extraído do diálogo entre *Mãos de Ouro* e *Bom Apetite*, dá forma à parte que se segue.

2 A CASA E A COZINHA SOB A ÉGIDE DA MODERNIZAÇÃO

A modernidade no Brasil, aliada à indústria cultural, na análise de Ortiz (1991), é entendida como a necessidade de construção de uma identidade nacional que passa a ser veiculada pelos difusores culturais e arquiteta um ideal de progresso e industrialização. A modernidade ganha uma valorização por si só, sem estar de fato atrelada com o real acontecimento da modernização que, de acordo com o autor, nos países periféricos – sendo o Brasil um desses países – tendeu a se instaurar mais no conceito e na sua divulgação, por meio das mídias e relacionada aos bens de consumo, que na própria efetivação da modernidade. Os conceitos de tradicional, velho e antigo designavam um Brasil rural que queria ser esquecido e suplantado por um país industrial. A partir dessa lógica, a identidade nacional passou a ser firmada nos termos do mercado e dos itens de consumo divulgados e adquiridos em todo o território nacional.

Nesse sentido, a indústria periódica foi de capital importância para levar aos brasileiros os novos hábitos de vida, considerados modernos, que perpassam o consumo de determinados produtos. O mercado criou consumidores para seus artigos, mas não somente isso, com ajuda da publicidade e das impressões coloridas e de qualidade já muito avançada na década de 1960, estabeleceu padrões de vida a partir dos usos dos produtos, que configuraram novos espaços e formas de convívio. *Mãos de Ouro* e *Bom Apetite* ajudaram, então, a esculpir os ideais de representação para a boa dona de casa, a “rainha do lar”. As formas de consumo que prescrevem essas publicações configuram a mulher moderna de acordo com as concepções de modernidade do período, pautadas pela americanização do estilo de vida.

Por meio dessas considerações, desenvolve-se esta parte, cujo objetivo é o de identificar e analisar as traduções de uma cultura norte americana, o *American Way of Life*, presente nas recomendações de consumo inseridas nas enciclopédias e identificadas como caras à modernização da vida doméstica. Essas foram traduções possíveis graças à comunicação de massas, que fortaleceu a aliança entre as mulheres, a moda e a domesticidade, entendendo esses itens como um conjunto unificado e destinado às representações de feminilidade encontradas nas enciclopédias.

Assim, em um primeiro momento, e já em posse das informações acerca da consolidação da indústria periódica feminina no Brasil, será avaliado o papel da cultura e comunicação de massas quando no aprovisionamento de consumo para as mulheres, compenetrados pela moda, e importantes ferramentas de táticas (CERTEAU, 1998) com as quais as donas de casa puderam negociar seus espaços e papéis. Compreender os mecanismos

da indústria periódica, e da publicidade que dela se apoderava, é importante para que se situe o local das enciclopédias *Mãos de Ouro* e *Bom Apetite*, inseridas no circuito de comunicação de massas e que usufruíam dos seus preceitos: o de prover a assimilação de papéis tradicionais simultaneamente à apresentação de formas de consumo que, além de garantir o crescimento industrial do país, guarneciam as mulheres do poder de construção de personagens para si, incluindo-as como importantes atrizes das mudanças sociais.

Já em um segundo momento, a própria americanização no cotidiano da dona de casa brasileira que pôde ser coletada da análise das enciclopédias. A modernização que se instalou no Brasil na década de 1960 pretendia equiparar o consumo e a vida material do brasileiro com o que se vivia nos Estados Unidos: a “cara” da modernização era, portanto, norte americana, ainda que o “*chic*” francês preambulasse certas características, principalmente no que se refere às práticas culinárias.

2.1 A COMUNICAÇÃO DE MASSAS E O REPERTÓRIO PARA A FEMINILIDADE

De acordo com Morin (1999), os meios de comunicação de massa, principalmente as revistas femininas, por toda a década de 1960, ignorou o movimento feminista e o tentou filtrar levando às mulheres de classe média a cultura da feminilidade, os cuidados com o lar, com a moda e os filhos. A evolução que acontecia nesse âmbito era proporcionada pelo consumo dos produtos que diminuía as tarefas femininas dentro de casa, especialmente na cozinha.

Desde o final do século XIX a produção e distribuição em massa de produtos são dirigidas às mulheres. É, no entanto, no período entre guerras que esse fenômeno se acentua e ganha força nos Estados Unidos e Europa, possibilitando sua expansão para todo o ocidente. Há ainda que se notar a penetração dessa cultura feminina de massas que, apesar da grande força expansionista, não atingiu da mesma forma todas as classes sociais, principalmente quando pensadas as populações do campo (PASSERINI, 1991).

A democratização imbricada na cultura de massas deixa ao alcance de toda mulher o desempenho ideal e perfeito de suas funções, bem como a possibilidade de ser extremamente bela: bastava consumir e saber usar. Dos periódicos à Hollywood, Passerini (1991) entende que há uma visão de mundo uniformizante, sexista e ao mesmo tempo capaz de satisfazer o desejo de afirmação de muitas mulheres.

A figura feminina surge de facto na cultura de massas contemporânea como sujeito potencial e como objeto, utilizando tanto sugestões provenientes dos estímulos libertadores políticos e sociais quanto tradições e permanências de

velhos estereótipos sobre as mulheres no seio da cultura ocidental (PASSERINI, 1991, p. 381).

As mudanças ocorridas no período entre guerras articularam novos modelos de feminilidade que, contraditoriamente, conciliam a mulher emancipada – a que trabalha fora e vive independentemente de um casamento ou de filhos – com a dona de casa tradicional, direcionando-as para o consumo de massas também no plano cultural. Após a Segunda Guerra, a conciliação entre a ascensão das mulheres às carreiras masculinas e o maior poder no domínio privado, proporcionado pelo consumo, foi responsável pela ambivalência da figura feminina no ocidente, tornando-a ao mesmo tempo sujeito e objeto (PASSERINI, 1991).

A cultura de massas pode ser considerada responsável por camuflar certa realidade sob a máscara da feminilidade, dando-lhes certo poder, mas com um caráter tradicionalista do uso da beleza e sedução, além das atividades executadas no lar. Para exemplificar, Passerini (1991) lembra um caso de empregadas do terciário nos anos de 1960 que sofreram pressão para parecer *sexy*: mascarou-se o fato de que as mulheres estavam ascendendo ao mercado de trabalho com a fachada da feminilidade.

Ao mesmo tempo em que houve queixas acerca do sexismo presente na comunicação de massas, acusada de privilegiar o sexo masculino, diversos historiadores se encarregaram de demonstrar a ação das mulheres fora da esfera privada e distante da suposta natureza a-histórica feminina. Assim, desnuda-se certa contradição na relação das mulheres com a feminilidade e também da cultura de massas com a permanência de certos padrões e a emancipação da mulher. A comunicação de massas relança discursos feministas enquanto, por outro lado, promove a identificação da mulher com as consolidadas noções de uma natureza biológica feminina (PASSERINI, 1991).

Ao analisar os dois pontos, acredita a autora que:

Não se trata já de acusar a cultura de massas de convívio com um único sexo, mas sim de caracterizar o modo como ela reformula a subordinação das mulheres, graças também aos seus novos comportamentos e modos de pensar. Ao mesmo tempo, admite-se uma função positiva dos meios de comunicação, porque capazes de propor um conjunto de atitudes que os espectadores podem assumir em relação às mulheres (PASSERINI, 1991, p. 385).

Ao levar ao cinema, por exemplo, mulheres e homens nas mais variadas atitudes e papéis, a cultura de massas ofertou a escolha de papéis para a vida real, legitimados por ela

mesma, já que “[...] nenhum juízo a priori fere indiscriminadamente a cultura de massas.” (PASSERINI, 1991, p. 386). Este processo,

[...] parece longo e complexo, quer no que respeita à plena realização das esperanças de emancipação e descoberta de si nos países do Norte quer no que respeita à inversão e alargamento dos processos de libertação adequados à maioria das mulheres do planeta. Não é necessário, mas paradoxalmente aconteceu e ainda acontece, que os processos de auto-afirmação passem pela massificação e pela uniformização. Mas estas, por uma ironia frequente na história, podem muito bem produzir o seu contrário (PASSERINI, 1991, p. 400).

Esta conclusão sugere que a visão apocalíptica da cultura de massas – visão que acredita numa proposta de total submissão, e que é assinalada por Morin (1999), num primeiro momento – não pode totalmente ser levada em consideração se se compreender os mecanismos de contradição extraídos do próprio coração da cultura de massas. As enciclopédias, inseridas nesse circuito de consumo de massa e configuradas como comunicação de massa voltada para o público feminino, ao induzirem ao consumo de objetos que dialogam com os papéis tradicionais femininos e que deveriam ser utilizados para os cuidados da casa, do corpo e da cozinha, fornecem eles mesmos, a partir de sua apropriação pelas donas de casa, as práticas entendidas como táticas.

Assim, *Mãos de Ouro*, ao veicular diversas imagens de donas de casa com roupas feitas à mão, mas inspiradas pela moda, em seus usos no corpo, combinando com acessórios e maquiagem, e em seus diálogos com os têxteis domésticos, fornece a representação de uma forma de vida afeita ao lar e à moda, mas atua como construtora de personagens, o que dependerá dos usos feitos pelas mulheres leitoras. Como detentora da síntese dos trabalhos femininos, a enciclopédia revela que a dona de casa muito trabalho tem a realizar no lar, mas não pode se esquecer dos cuidados consigo mesma, afinal, ela também compõe o cenário doméstico que deve ser belo e decorado.

É nesse sentido que Carvalho (2008) fala sobre uma ação centrífuga entre as mulheres e a casa, pois ambas constituem-se como um corpo unificado pelas formas, texturas e cores. Na casa e pela casa, com os recursos de embelezamento dos móveis e de si, as mulheres podem atuar assenhorando-se de sua individualidade. Assim, *Bom Apetite* também fornece os recursos pelos quais as donas de casa podem imprimir suas memórias, experiências, personalidade e gosto pessoal no preparo das comidas e nos momentos de servi-la.

2.1.1 Mãos de ouro, mãos de estilista, mãos de artista

Além das roupas para o corpo, as tendências da moda e os produtos em alta da indústria têxtil influenciavam a produção dos têxteis da casa, como é indicado em *Mãos de Ouro*:

Antigamente o bordado era conhecido exclusivamente com o nome de “bordado em branco” porque se usavam linhas brancas em tecidos brancos, e somente nas roupas brancas de cama e mesa. Os pontos que exigiam linhas coloridas (como por exemplo o ponto pintura) eram reservados a pequenos objetos de decoração (almofadas, colchas, quadrinhos, molduras etc). Hoje a variedade de cores, tanto das linhas como dos tecidos, oferece uma infinidade de combinações que mudam com as exigências da moda. Esta, de ano para ano, inclina-se mais para determinada cor que para outra e nos influencia até mesmo na escolha dos tecidos e dos pontos de bordado (MÃOS DE OURO, 1968, v. 1, p.4).

A moda, aplicada aos têxteis domésticos, comunicava o conceito de modernidade e elegância, além de contribuir para a construção de uma semelhança entre a dona de casa com o seu lar: suas roupas e as roupas de cama, mesa e banho poderiam ser confeccionadas nos mesmos tecidos e com os mesmos bordados e/ou outros trabalhos, construindo então uma integração entre o corpo da mulher, os móveis e ambientes. O trecho extraído da enciclopédia indica ainda que há diversas possibilidades de coordenação de cores, linhas e tecidos, mas freia as escolhas a partir do momento em que pontua que elas precisam seguir as tendências da moda.

Mãos de ouro coordena os elos possíveis de serem efetuados na mistura dos materiais e de sua aplicabilidade. Nesse sentido, sobressai-se a fotografia, na enciclopédia, que revela uma mulher em uso de uma saída de banho inspirada no estilista Paco Rabanne, junto ao seu texto: “É uma saída de banho moderna que por sua originalidade nos transporta às passarelas, juntamente com as criações de Paco Rabanne, o costureiro do futuro.” (MÃOS DE OURO, 1968, v. 1, p. 48).

Endereça-se à dona de casa uma saída de banho inspirada em Paco Rabanne, o costureiro que ficou famoso na década de 1960 pelo estilo futurista de suas roupas, vinculado ao discurso de modernidade do período (SANT’ANNA, 2007). A aproximação da saída de banho com o desenho do estilista é feito em relação a uma coleção lançada em 1966, fotografada por Richard Avedon e veiculada na revista *Vogue* americana no editorial intitulado “*The Plastic World of Paco Rabanne*” (ZHU, 2015). Na Figura 8, a saída de banho de *Mãos de Ouro* e, ao lado, o vestido de Paco Rabanne.

Figura 8 – Saída de banho “Paco Rabanne” e vestido do estilista



Fonte: *Mãos de Ouro*, v. 1, p. 48, 1968; Zhu, 2015

A inspiração, como pode ser percebida na comparação entre as duas imagens, está na construção da roupa a partir de recortes de listras verticais, agrupadas por pequenos pontos de costura que deixam um vão entre uma listra e outra. Entre as imagens encontradas no editorial da revista *Vogue*, a imagem acima foi a de maior correspondência com a fotografia da modelo de *Mãos de Ouro* em uso da saída de banho. Além das listras, no cabelo da modelo da enciclopédia, é possível ver uma faixa de cabelo próximo à testa que corresponde a uma tiara, semelhante à da modelo do editorial; também há uma tentativa de deixar o formato do cabelo análogo, com aspecto esvoaçante. A pose do corpo, principalmente das pernas, e a expressão do rosto são, igualmente, tentativas de se assemelhar com a modelo de Paco Rabanne, exibindo certa sensualidade pelo olhar expressivo e pela fenda entre as tiras que levemente se abrem sobre a perna inclinada.

A moda e as grifes como inspiração para as donas de casa são significantes dos sonhos de consumo da classe média, que consome os grandes estilistas por meio de adaptações e que, aplicadas nas roupas da casa, decoram o ambiente doméstico com o *status* imprimido pelas passarelas. A produção de moda, ainda, é traduzida, pela enciclopédia, dos editoriais e desfiles para o seu uso dentro de casa, adaptando as formas e o tecido para que seja viável a concepção de uma roupa de uso cotidiano, mas os sentimentos que envolvem uma coleção como a de Paco Rabanne, que é também simbólica da modernização dos tempos.

Não há, mais além no texto junto à imagem da saída de banho, a indicação de uso, se deve ser feito dentro de casa ou em algum passeio, como praia e piscina, mas é possível pensar nos dois tipos de uso pelas leitoras e executoras desse trabalho de costura. O tecido felpudo de toalha, indicado para a confecção da peça, é feito em algodão que, de acordo com Chataignier (2006), é uma fibra relacionada ao conforto e, portanto, convencionou-se ser aplicada às roupas de cama, mesa e banho. O tecido felpudo é utilizado em toalhas para secar e em panos para limpar, sua superfície texturizada por fios de algodão que se sobressaem das tramas do tecido promovem absorção da água e, em contato com o corpo, é absorvente e não agride a pele.

Os trânsitos entre os tecidos para a casa e os tecidos para o corpo das mulheres são muitos, como indicam as diversas receitas em *Mãos de Ouro* e, principalmente, nos momentos em que ensina crochê, rendas e tricô. São trabalhos que, com alguma adaptação e com o uso da moda, podem ter aplicabilidade diversificada, mas com as mesmas construções e tramas, além das cores e dos desenhos sobre eles estampados. A saída de banho é, então, significativa de como a moda era um item indispensável até mesmo para as roupas usadas somente dentro de casa, mas cuja confecção, pautada pela moda, podia transformá-la em roupa para algumas ocasiões, nesse caso, os passeios em clubes.

A moda não se encontra somente na roupa, a própria maquiagem dos olhos, destacada, escura e com o côncavo bem marcado, típica da década de 1960, e em consonância com a imagem da modelo do editorial, acena para a expansão da indústria da beleza no período. Lipovetsky (2000) assinala para a veiculação, nos periódicos femininos, sobre a necessidade da maquiagem até mesmo dentro de casa, feita logo no começo do dia, para que o marido não visse a mulher em seu estado natural, “feia”, o que poderia ser perigoso para o casamento.

Outro detalhe a ser pensado é na apropriação pelas donas de casa de um fazer exclusivo dos estilistas, em geral, homens, e que, assim como as questões que envolvem a arte, a enciclopédia demonstra a preocupação em transformar os trabalhos com agulhas, feitos pelas mulheres no lar, em peças de alta costura ou de valor artístico – de acordo com o que se preconizava por alta costura e artes superiores. A costura caseira era compreendida, e da mesma forma os outros trabalhos de linha e agulha, como uma atividade artesanal, considerada inferior à arte. A alta costura, ou a costura de passarela, era realizada, até a metade do século XX, por costureiros ou estilistas, geralmente homens, enquanto a dona de casa apenas copiava as produções da moda. Frasquete e Simili (2015) entendem que na maior parte do século XX a alta costura, ou seja, a produção da moda, foi desenvolvida majoritariamente por homens, já os manuais de corte e costura, dedicados às donas de casa,

eram uma forma de conferir a elas a realização pessoal de lidar perfeitamente com uma tarefa tida como própria das aptidões femininas.

Entre as tarefas concebidas como naturalmente femininas, além dos trabalhos domésticos, estavam os que se realizavam sobre o tecido. Costurar e bordar, além de serem considerados agradáveis, eram trabalhos que podiam se converter em dinheiro, trazendo renda extra para a casa, o que era, possivelmente, de acordo com Maluf e Mott (1998), o trabalho feminino mais aceito e legitimado por poder ser realizado sem que se necessitasse sair de casa. Assim, fazer roupa para si e para a família foi, desde muito cedo na vida das meninas, um aprendizado muito valorizado e, como aponta Maleronka (2007), muitas vezes, de grande necessidade, principalmente para as famílias que não podiam pagar por roupas prontas ou pelo serviço de costura.

Os homens, que, como se pensava, não haviam nascido para esse tipo de trabalho, quando obtinham êxito na produção de roupas, dominando a criação e a costura, eram muito bem considerados e prestigiados, pois tal atividade requeria um esforço além de suas aptidões “naturais”, ou seja, concepções de habilidades intrínseca ao gênero, pensadas como naturais às mulheres e não aos homens. Essas concepções repercutiam na moda, em que as costureiras eram consideradas artesãs e os costureiros renomados estilistas.

No caso de *Mãos de Ouro*, muitas vezes percebe-se um estímulo à leitora para que ela se sinta uma artista, uma produtora de moda, de quadros, de obras de arte, retirando-a da condição de artesã, porém reforça, como se apontará na análise do texto abaixo, extraído da apresentação da enciclopédia, que as mulheres se realizam com os trabalhos de linha e agulha, pois são eles encarados como intrínsecos à feminilidade, em todas as idades, e necessários para a existência plena de um ser humano enquanto mulher.

Antes de lançar esta Enciclopédia de Trabalhos Manuais Femininos mandamos nossos pesquisadores testar amostras de seu conteúdo com uma infinidade de moças que estudam, trabalham ou namoram; com donas de casa de todas as idades, e... com avós e netas. As respostas foram unânimes: “Isto é o que faltava para facilitar a vida da mulher de nossos dias” ou ainda: “Como é fácil! Dá vontade de experimentar logo! Depois disso não tivemos mais dúvidas.

MÃOS DE OURO é uma obra necessária, pronta a ajudar a mulher moderna a elaborar trabalhos que lhe proporcionarão a satisfação íntima de dizer “fui eu que fiz”, que lhe granjearão a admiração geral e lhe darão possibilidade de idealizar e criar peças valiosas para equilibrar o orçamento familiar.

MÃOS DE OURO, com toda franqueza, sem “complexos”, começa do zero para tornar-se o B-A BA dos trabalhos manuais femininos. Não existem mistérios: com uma orientação segura, tudo está explicado clara e cuidadosamente, permitindo a execução de trabalhos fáceis até chegar às mais complicadas e requintadas criações. Alcança-se assim o milagre de ver

desabrochar das próprias mãos verdadeiras obras de arte, revelando habilidade e sensibilidade muitas vezes desconhecidas.

Temos certeza que MÃOS DE OURO – elaboração de uma equipe de colaboradoras altamente especializadas – ajudará eficientemente a mulher a viver melhor (MÃOS DE OURO, 1968, apresentação).

O texto de apresentação da enciclopédia *Mãos de Ouro*, assinado por Victor Civita, deixa claro o envolvimento da mulher com os trabalhos de linha e agulha como algo natural, um dom que perpassa as mulheres de todas as idades. Reforçam-se, nessas afirmações do texto, as concepções da natureza feminina, cujo gênero se liga a determinados papéis, entre os quais o de pegar nas linhas e agulhas. Ao falarem sobre o método de corte e costura do estilista brasileiro Dener na década de 1970, um método dedicado às “mulheres elegantes”, Frasquete e Simili (2015, p. 135-136) compreendem que:

Em seu imaginário de homem/costureiro, criar, cortar e costurar é um ofício que possibilitava a realização pessoal da mulher. Nas linhas e entrelinhas, é a reafirmação dos valores durante tantas décadas difundidos, do corte e costura como coisa de mulher, hábil com trabalhos minuciosos, características ensinadas às meninas como sinônimos de feminilidade, ou seja, características que nas décadas anteriores, décadas áureas da alta costura, estavam indissociáveis à ideia de trabalho feminino, de realização feminina.

A moda, em seu processo de criação, era entendida como coisa de homem, enquanto o seu uso e sua reprodução, bem como os trabalhos braçais nela envolvidos, a costura e o corte, eram destinados às mulheres. A boa execução de uma costura ou bordado, de acordo com a apresentação da enciclopédia, traria “satisfação íntima” à leitora/executora. O que se observa, por outro lado, é o investimento dado pela enciclopédia em transformar a dona de casa em artista, palavra que aparece em destaque em muitos momentos. Como sugere o texto de apresentação, a partir da reprodução dos ensinamentos as mulheres descobrirão novas sensibilidades em si mesmas, o que as tornariam capazes de criar e, assim, se assemelharem aos artistas, discurso que estará também em *Bom Appetite*, na hora de montar a mesa e executar belos pratos.

Melhorar a vida das mulheres – como preconizado pelo *American Way of Life* – perpassa também pela valorização desse trabalho feminino, bem como a sua facilitação, produzindo-lhes um método para uma melhor e mais perfeita construção dos trabalhos que, com o passar do tempo, prometia tornar as mulheres autodidatas, capazes, com potencial criativo e artístico. Esses trabalhos femininos, no entanto, sempre careceram de reconhecimento enquanto arte.

Brunelli (2007) diferencia o que durante o período entre 1920 e 1940 era considerado como artes maiores e menores: as primeiras, as pinturas e as esculturas; as segundas, as artes aplicadas, decorativas e também a publicidade. Simioni (2007) complementa a informação ao reforçar que o artista era aquele que, além de produzir o projeto intelectual, se dedicava a obras de pintura, escultura e arquitetura. Os outros trabalhos, tidos como artesanatos, eram inferiormente classificados.

Contribuiu também para a diferenciação entre artes maiores e menores, a relação do ensino das consideradas artes maiores nas escolas de artes europeias do início do século XX, devido à demanda de comercial por desenhistas industriais e atuantes nas artes decorativas. Pouco tempo antes, o romantismo do século XIX concebia como prostituta essa correspondência da arte com o mercado. Enquanto na primeira década do século XX, na Alemanha, já existiam cursos voltados para as artes decorativas dentro de escolas de artes – ainda que esses cursos fossem menosprezados – no Brasil, apenas em 1946, no Rio de Janeiro, foi aberto um curso voltado para esse tipo de arte. No Brasil da década de 1940, era notado que, quanto mais uma academia de arte crescesse em prestígio, mais hierarquizada tornava-se a relação entre os cursos de artes maiores e menores, os primeiros sendo ocupados por alunos das mais altas classes sociais (BRUNELLI, 2007).

A arte decorativa, na perspectiva da autora, era concebida como um adicional à obra, não como uma arte acabada nela mesma, tal qual a pintura. Ainda, a arte decorativa, ou seja, de menor *status*, dispunha de correspondência com o agradável, utilizando-se da beleza. A mentalidade da primeira metade do século XX entendia que a arte livre, a arte maior, diferenciava-se da menor por não ter esse compromisso com o agradável: ela poderia desagradar sem, no entanto, deixar de ser bela, pois a beleza dependia de uma ideia considerada genial e significativa. Além dessas considerações, é preciso lembrar que agradar pela beleza e decorar circunscrevem, historicamente, papéis e desempenhos femininos – como mulheres donas de casa, decoradoras, esteticistas entre outras – o que contribui para a negatificação das artes aplicadas, já que eram as mulheres inferiormente classificadas em relação aos homens.

No Brasil, como pondera Simioni (2007), até mesmo nos circuitos modernistas as artes “puras” eram mais apreciadas que as artes têxteis. As artes em têxteis não eram agregadas dos valores e prestígio que as permitiriam serem visualizadas como objetos artísticos. A autora, ao explorar sobre a obra da artista brasileira Regina Gomide Graz, encontra os textos que descrevem a artista como uma realizadora de trabalhos femininos, situando os trabalhos em têxteis como próprios da feminilidade, visão essa que circulava inclusive nos livros de História da Arte. A artista fazia parceria artística com seu marido, John Graz, para atender a

elite paulistana na decoração de ambientes. Além de a produção intelectual ficar toda por conta dele, ele também cuidava de itens como os móveis e luminárias, enquanto ela se encarregava dos tapetes, almofadas e cortinas.

A manutenção desses trabalhos como femininos foi conferido também pelas primeiras academias de artes, dedicadas às artes maiores, das quais as mulheres foram excluídas, restando a elas os trabalhos de artes aplicadas. Quando as mulheres puderam frequentar as academias de arte, o que se deu juntamente com a criação dentro das academias dos cursos de artes menores, foram, no entanto, separadas dos homens, indo elas para este setor posteriormente instituído (SIMIONI, 2007).

A história levantada pela autora indica que na Idade Média a tapeçaria era muito bem vista e prestigiada. Foi no século XIX que os trabalhos em têxteis ganharam uma conotação negativa e foram associados ao feminino, pois as primeiras grandes indústrias foram as têxteis, que empregaram mão de obra feminina majoritariamente, adotando o funcionamento que privava o funcionário do conhecimento acerca de todo o processo, alienando-o. A parte criativa e intelectual ficava a encargo dos homens. No início do século XX essa relação entre mulheres, têxteis e a inferioridade nesse tipo de função, já estava bem consolidada.

A popularização da arte, de acordo com Moles (2012) e Lipovetsky e Serroy (2015), promovida pela cultura de massas, principalmente na década de 1960, modificou o estatuto da arte e fê-la descer à população comum, outorgando-lhes o *status* de artistas pelas ações desenvolvidas no cotidiano. *Mãos de Ouro* e *Bom Appetite*, inseridas nesse contexto, valorizam o trabalho da mulher como arte decorativa e arte culinária, diferentemente do que acontecia no início do século, porque, primeiramente, o estatuto e poder da comunicação de massas, de acordo com Passerini (1991) não podia ser facilmente ferido, e, em segundo lugar, valorizar a arte produzida pelas mulheres era uma forma de construir a aceitação da necessidade de se realizar determinadas tarefas, adicionando prazer e satisfação pessoais no fazer moda e fazer arte.

2.1.2 As mulheres entre flores: inspirações artísticas

As concepções de feminino da mulher como flor perpassam a história das mulheres de múltiplas formas. Estão nos nomes das revistas, nos nomes das mulheres, nas imagens que representam o feminino e nos desenhos bordados como um dos principais elementos das artes decorativas de bordar sobre tecidos. O *design* de superfície têxtil constituído por flores foi, ao longo da história e em diversas culturas, utilizado pelas mulheres em seus corpos e na decoração de ambientes, principalmente para as roupas da cama e mesa (EDWARDS, 2012).

Mãos de Ouro e *Bom Apetite* reforçam a relação da mulher entre flores e da mulher como uma flor, elemento que se faz presente por toda a casa.

As flôres inspiram o bordado: Ao ver uma flor um poeta disse: “Que linda! Cantarei sua beleza como ninguém nunca ainda!” e... foram vários os que celebraram a sua formosura. Flor é poesia. Mulher é sensibilidade. O entrelaçamento de naturezas diversas, mas semelhantes, inspiram encantadores motivos. Uma é a musa, a outra a criadora. Mãos hábeis, com agulha e linha, executam flôres simples e estilizadas, comuns e raras, selvagens e frágeis. As idéias aqui apresentadas são meras sugestões (MÃOS DE OURO, 1968, v. 1 p. 181).

O trabalho artístico da mulher, permeado pela sensibilidade, de acordo com o texto extraído da enciclopédia, é também cingido pelas flores. As “naturezas semelhantes” fazem da flor um símbolo de feminilidade que contribui para a integração da mulher com a casa por meio das vestes e dos têxteis domésticos. Se não estão elas nos próprios desenhos executados pelos trabalhos manuais, é comum que estejam compondo as imagens de *Mãos de Ouro*, seja na decoração de uma mesa ou somente como um item que realça e confere significados para as fotografias.

Para compreender esse tipo de ação integrada, Carvalho (2008) diferencia a participação do homem e da mulher com os artefatos da casa: o primeiro interage de forma centrípeta e a segunda de forma centrífuga. As ações centrípetas do homem com a domesticidade, a partir da segunda metade do século XIX, ocorrem principalmente nos espaços reconhecidamente masculinos, como o escritório de trabalho. Nesses ambientes, os materiais do mobiliário, principalmente o couro, estavam vinculados a uma identidade masculina que se associava à imagem do homem moderno europeu. A relação do homem com os móveis e objetos de seus ambientes é vista como centrípeta, pois se desloca do objeto para o homem, um compondo a identidade do outro. O homem é então um ser individual e distinto e tudo o que há na casa servirá para o reconhecimento desse homem, mais ou menos viril de acordo com os itens de que dispor.

Já a ação da mulher com o espaço doméstico, de acordo com a autora, diferentemente do homem, é centrífuga, pois esta se dilui nos móveis da casa e nos diversos objetos e adereços decorativos, formando tudo um só corpo. Para compreender melhor essa relação que muito se apresenta nas páginas dos fascículos e enciclopédia, um detalhe sutil e simbólico deve ser notado: a presença das flores seja nos bordados, nas roupas, nos pontos de rendas ou mesmo na construção artística das imagens. A mulher, entendida por muito tempo como um ser natural – não social, como o homem –, é comparável a uma flor, como notado pelo texto de *Mãos de Ouro*.

Exemplar das flores como construção artística das imagens da enciclopédia, a Figura 9 é uma fotografia referente ao ensinamento de um sapatinho de tricô.

Figura 9 - Sapatinho de tricô



Fonte: Enciclopédia *Mãos de Ouro*, v. 2, p. 327, 1968

Ao lado da receita do sapatinho, o sapato “calçando” um copo com margaridas: uma alusão às pernas femininas, ou ao mundo feminino enfeitado e domesticado na forma do vaso. O material do vaso, o vidro, além de ser uma matéria prima frágil, que se quebra facilmente, conotativa, na imagem, de uma fragilidade feminina, é ainda um material que ganhou força no período modernista no Brasil, muito utilizado a partir de 1920 até a década de 1970, sendo representativo da modernidade que se construía naqueles anos (MENEZES, 2013).

Ainda, outros elementos merecem destaque na imagem. Chevalier (1986) revela sobre a simbologia da flor nas diversas sociedades; apesar de cada flor ter um significado próprio, a flor, no geral, é o símbolo do princípio passivo. A flor é a imagem das virtudes da alma e o ramalhete as une em perfeição espiritual, suas raízes correspondem a terra e as pétalas ao céu. É também concebida com o símbolo do amor e da harmonia que caracteriza a natureza primordial, identificando-se com a infância e com o estado edênico. A flor resume, em sua

passagem efêmera, o ciclo vital, a imagem da perfeição atingida. Em todas as culturas, exceto por algumas particularidades, a flor possui ligação com a beleza e o mistério da vida e da morte.

Na imagem, o ramalhete – a perfeição espiritual, essência feminina – se deixa aprisionar – princípio passivo – na transparência e fragilidade do vidro. As pétalas, mais relacionadas com a perfeição, o amor e a feminilidade, estão sobre um fundo verde, enquanto seu caule é projetado pelo vermelho do sapato. Esses elementos se cruzam e se completam quando analisada a simbologia empregada por essas cores. Em seu dicionário, Chevalier (1986) descreve o verde como uma cor que está posicionada distantemente e, ao mesmo tempo, no meio entre o vermelho – infernal, terroso – e o azul – celeste, calmo –.

O verde é o miolo, nem alto nem baixo, nem frio nem calor. É a primavera, tranquilizante, humano. O verde conota esperança, pois representa o solo nutrido e coberto de verde. O verde é o despertar da vida: “A ascensão da vida parte do vermelho e floresce no verde.” (CHEVALIER, 1986, p.1057, tradução nossa). O vermelho é, portanto, a cor da fecundação, da terra com a semente, do macho; o verde é a cor do nascimento, do florescimento, sendo assim associado à mulher, que gesta a vida. As sociedades baseadas no culto ao macho, de acordo com o autor, tem como contrapartida o complexo de Édipo, um culto ao refúgio materno, ao verde gerador da vida, um porto de paz. O verde do campo é o substituto da mãe, verde que nutre, fornece alimentos e vitaminas. Vermelho e verde são complementares: o primeiro, valor macho, quente, início da vida pela semente; o verde é úmido, frio, remetendo ao útero feminino.

Sobre o verde, as flores saem do vidro, podem se abrir, mostrar sua beleza e graça. No entanto, os caules estão arraigados no vermelho, presos na forma do vidro. A leitura possível de ser feita recai na complexa e íntima relação entre homens e mulheres e que define os papéis de cada um na sociedade. A mulher, presa ao homem e presa ao ambiente privado (o vaso/copo) pode “desabrochar” no espaço que é considerado seu, tingido de verde. Ainda, esse verde, no qual a mulher triunfa, atrai, pelo complexo de Édipo, os homens, que retornam apaixonados.

Morin (1999), tece suas considerações acerca dessa relação entre os sexos:

Há a relação infantil de amor a mãe, que persiste no homem adulto civilizado, que transborda imaginária e simbolicamente da mãe e pode desabrochar nas religiões da deusa-mãe. Há o desenvolvimento histórico do amor, que não só herda o capital afetivo do amor à mãe e à irmã, mas também conduz a uma exaltação idólatra da mulher amada. Assim, se a mulher é sociologicamente serva, detém, contudo, os poderes existenciais da amada e da desejada, da mãe, da filha, da irmã, da esposa, da amante. [...] É

uma serva soberana de um reino, mas que não é exatamente na terra (político, econômico, social), em que ela deve permanecer serva (MORIN, 1999, p. 160).

A análise do autor encerra o pensamento apresentado sobre a Figura 21, sobre um aprisionamento que o ocorre na “terra”, que situa as mulheres no ambiente privado e doméstico, mas que não atingem o reino feminino soberano, das flores, reino esse do qual as mulheres podem agir e que é utilizado pela cultura de massas para, a partir dos próprios aspectos tradicionais da feminilidade, promover certa emancipação. Ainda, considerando a metodologia de Carvalho (2008) para a análise de fotografias do século XIX em que os objetos da casa são comparáveis ao corpo feminino, diluindo-os, há uma associação entre o copo de vidro e a perna da mulher, e entre as flores do vaso e as que vestem o corpo da mulher, ou que falam sobre uma alma feminina.

Na leitura da pesquisa realizada por Rodrigues (2010, p. 72) acerca da indumentária das mocinhas e dos mancebos do século XIX por meio da literatura brasileira do período, é possível encontrar as diversas vezes em que as mulheres foram comparadas às flores nos romances. Um dos casos é o de Carolina, personagem de *A Moreninha*¹³: “Carolina é uma mulher flor – e com espinhos. Carolina é bem uma rosa em botão cuja beleza ainda está para a florar, mas cujo espinho já fere e faz sangrar.”. Não raro as personagens nos romances possuíam as características de uma flor ou estavam imersas em cenários floridos.

As flores indicadas por *Mãos de Ouro* para enfeitar os têxteis, na forma de bordados e aplicações, ou para serem usadas dentro de vasos sobre os têxteis, são também encontradas em *Bom Apetite*, narradas de maneira semelhante nas duas enciclopédias:

... e uma flor, é uma flor, é uma flor, é uma flor. Quem define flor? É assunto de poesia, de música, de pintura. E também de arranjos. [...] Como qualquer outra composição artística, um arranjo precisa ter proporção e equilíbrio. Não se devem colocar flôres pequenas em vasos muito grandes, e vice-versa. Ao mesmo tempo, o arranjo precisa ser proporcional e equilibrado também em relação ao ambiente em que se encontra. Nada de flôres muito altas na mesa de jantar: impediriam que as pessoas que estão à sua volta pudessem conversar à vontade. Você coloca flôres em sua casa. Depois fica observando para ver que efeito trazem. Aí vêm as idéias novas, umas após as outras, de como valorizar a côr e a textura das flôres, arrumando-as de forma diferente. O mesmo arranjo em recipiente mais baixo ou mais alto. Esta mais para a direita, aquela mais para baixo. É preciso, enfim, achar a solução que agrade. Um só elemento fora do lugar estraga o efeito geral. Elas são cativantes em sua beleza simples. Pois uma flor é uma flor... (BOM APETITE, 1968, v. 1, p. 84).

¹³ Romance escrito em 1844 por Joaquim Manoel de Macedo. Para a pesquisa a autora utilizou a versão da Editora Ática de 1977.

Com o título “uma rosa é uma rosa, é uma rosa, é uma rosa...”, *Bom Appetite* apresenta os arranjos florais como aliados necessários para a boa decoração da casa. O texto assevera que uma flor é uma flor, ou seja, não carece de explicações, as flores são como a poesia, a arte, falam por si só, possuem uma beleza transcendental e inexplicável. Assim como se preconiza que para a observação de uma obra de arte é preciso contemplá-la para então descobrir o seu sentido, às flores é conferido um poder semelhante: colocam-se as flores na casa, depois se fica observando, aí as ideias do que fazer com elas surgirão, como sugere o texto. Seja na decoração da casa, por meio de vasos ou de bordados, ou nos vestidos, as flores são como agulhas que costuram e arrematam a relação entre as mulheres, a moda, a decoração e os têxteis domésticos e é principalmente pela execução delas que *Mãos de Ouro* delega às mulheres a condição de uma sensível artista.

Munidas desse sentimento criativo, as mulheres podem usar da inventividade na decoração da casa e do seu próprio corpo, a mesma inventividade utilizada na criação de mulheres personagens quando no uso das táticas para se jogar com os padrões estabelecidos. A moda e os periódicos de massa, entre os quais *Mãos de Ouro* e *Bom Appetite*, em seus diálogos com moda e arte, fornecem, então, o padrão e, nas entrelinhas, as formas de ruptura dele. A moda, como uma linguagem, fala, de acordo com Oliveira (2007), por meio das texturas, estampas, linhas e bordados. Essa linguagem não verbal se presentifica nas enciclopédias e se lança às donas de casa como ingredientes de uma caixa de ferramentas de um artista, que cria sobre o tecido.

Como já suscitado, são criações, mas que, no entanto, estão inscritas na modernização que percorreu a década de 1960 e 1970, então devem ser compreendidas em seus limites, tanto os limites de recomendações que as enciclopédias puderam levar, quanto os limites que as donas de casa, guiadas pelos periódicos, punham sobre si: mais uns e menos outros. O estilo de vida norte americano apoderou-se dessas representações femininas entre flores, moda e artesanato, casa, maternidade e culinária para inserir as mulheres no ciclo de consumo, conferindo-lhes a liberdade típica do capitalismo e do sonho americano, o que transformou a relação das donas de casa com os espaços públicos e, especialmente, privados.

2.2 A INFLUÊNCIA NORTE AMERICANA NA PRODUÇÃO TÊXTIL DOMÉSTICA

A modernidade que vinha se construindo no Brasil, mais acentuadamente a partir da década de 1920, por meio do incentivo ao amplo consumo, teve impacto principalmente no ambiente doméstico. Nesse setor, além de acrescentar tecnologia eletrodoméstica, preconizava-se a boa e constante relação com os artefatos têxteis da casa, imprescindíveis

para a higiene e conservação dos locais revestidos com tecidos. A função técnica do uso dos têxteis, ou seja, o seu uso enquanto protetor, decorador e higienizador, era conciliada às práticas tradicionalmente consideradas como femininas, tais como a de costurar, bordar, cuidar da limpeza da casa e de sua ordem.

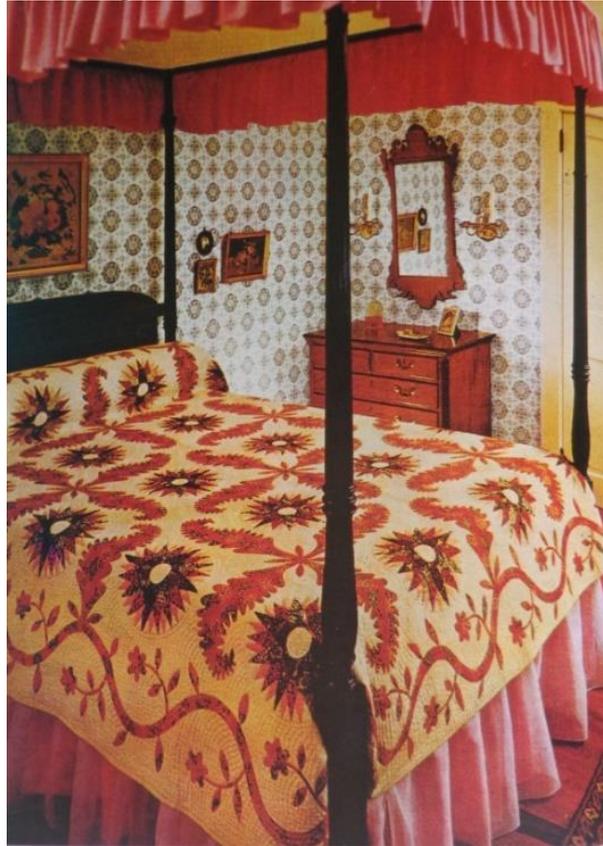
As tradições, com a capa da modernidade, permeiam todo o conteúdo das enciclopédias, sendo mais enfatizadas em determinados momentos, como é o caso da Colcha de *Patchwork* apresentada por *Mãos de Ouro* e que traz consigo as traduções da cultura feminina norte americana para as donas de casa brasileiras:

Tôda “garota do velho West” ao sair de viagem em suas balouçantes carroças, jamais esquecia de transportar uma colcha em “patchwork”. Era a principal peça do enxoval e um precioso patrimônio familiar. Tais peças vieram até nós impregnadas de mistério, lutas e glórias e são conservadas ainda nos museus, como testemunhas da época áurea de uma história americana. Seu nome não é poético, *patchwork* – trabalho em retalhos – porém cada retalho era parte de uma peça, já gasta de tanto uso, mas da qual era difícil desfazer-se; o vestido de noiva, a primeira roupinha do bebê, sobreviviam como retalhos (MÃOS DE OURO, 1968, v. 1, p. 126).

O filme *Colcha de Retalhos* (1995), produzido nos Estados Unidos, fornece pistas para que se compreendam as relações das mulheres norte americanas com a produção de colchas de retalhos, ou *Patchwork*, que significa trabalho em retalhos. As colchas são feitas de fragmentos têxteis que contam histórias da vida da mulher que as costura. No filme, mulheres de um clube de costura se juntam para construir uma colcha de retalhos que será o presente de casamento para a neta de uma das integrantes do clube. A colcha possui uma temática: “onde mora o amor”. É então constituída de quadrados, cada um deles feito por uma das mulheres, com seus retalhos pessoais, fragmentos de têxteis que estiveram presentes em momentos nos quais elas sentiram a presença do amor. Além de apresentar os sentimentos envolvidos no feitiço da colcha, o filme mostra a sua importância como elemento tradicional nos enxovais das moças que iriam se casar.

O texto de *Mãos de Ouro* aponta para esse tipo de confecção, no entanto, ao relacioná-lo com uma imagem, apresenta uma fotografia de uma cama com uma colcha de *Patchwork* que, aparentemente, não é feita com retalhos das lembranças, mas sim com tecidos comprados e selecionados para a sua construção.

Figura 10 – Colcha de *Patchwork*



Fonte: Enciclopédia *Mãos de Ouro*, v. 1, p. 126, 1968

Há, no texto e imagens extraídos de *Mãos de Ouro*, a ressignificação da tradição no momento de sua tradução para a dona de casa brasileira. Ao evocar a tradição, o apreço pelos têxteis, principalmente na forma dos enxovais como constituintes de memórias femininas, reforçando assim a histórica relação da mulher com os trabalhos considerados seus, a enciclopédia lança também a americanização dos costumes, acrescentando na realidade da mulher brasileira o ponto alto da sensação de modernidade, que é assemelhar-se à mulher norte americana. Isso se dá de maneira mais evidente pela ressignificação da prática de construir colchas de retalho, incentivando a sua produção com tecidos que não são necessariamente os da memória, mas que traz essa ideia embutida em si.

Os retalhos evidenciados pelo texto de *Mãos de Ouro* podem ser percebidos como, possivelmente, os mais significativos da vida de uma mulher, os retalhos que um dia foram as roupas que a constituíram enquanto mulher historicamente falando: o vestido de noiva e a primeira roupa do bebê são roupas que expressam os papéis femininos considerados primordiais na sociedade, o de ser mãe e esposa. As colchas de *Patchwork*, entendidas enquanto construção de um quadro de memórias, evocam um passado de grande estima. Essa forma de confecção emoldurava os sentimentos de uma mulher e se transformava num legado de família. Stallybrass (2008), ao mencionar sobre a importância do agrupamento de

sentimentos em uma colcha de retalhos, conta a história de uma operária fabril e de sua colcha:

Quantas passagens de minha vida parecem estar sintetizadas nesta colcha de retalhos. Aqui estão restos daquela almofada de cor cobre brilhante que enfeitava a cadeira de minha mãe... Aqui está um pedaço do primeiro vestido que vi, cortado de acordo com aquilo que era chamado de "mangas de perna de carneiro". Ele era da minha irmã... E aqui está um fragmento do primeiro vestido que eu tive em forma de corpete; aqui está um fragmento da primeira veste que meu irmão mais novo vestiu quando ele deixou de vestir roupas longas. Aqui está uma peça do primeiro vestido que ganhei com meus próprios esforços! Que sentimento de alegria, de auto-dependência, de autoconfiança foi criado por esse esforço! (STALLYBRASS, 2008, p. 24)

As informações extraídas da enciclopédia acerca do *Patchwork* e a compreensão dessa prática junto às mulheres falam ainda sobre os documentos históricos deixados pelas mulheres, notam que as lembranças femininas se fixam em documentos cuja fibra é menos frágil que a do papel, no entanto são menores também na preservação e consideração às quais são submetidas, dificultando a produção de uma história das mulheres. Perrot (1989), ao abordar sobre a possibilidade de se construir tal narrativa, tendo em vista a posição social marginal da mulher no decorrer da história e a dificuldade de se encontrar fontes produzidas por elas, procura novos meios e novos documentos que promovam o debate historiográfico, dentro da História Cultural, acerca das mulheres. Dessa forma, as práticas da memória feminina e os objetos construídos e manuseados pelas mulheres fornecem as pistas e evidências que sutilmente arrematam as lacunas históricas nas quais elas, muitas vezes, pareceram cair e se perder para sempre.

Os registros, dos quais a história tradicional é tributária, considerava os espaços públicos em detrimento dos privados, como indica Perrot (1989). A atuação masculina no mundo público – nas esferas políticas, econômicas, de lazer e dos negócios – foi a responsável pela produção de documentos oficiais cuja abrangência abarca somente a ação dos homens, excluindo de suas linhas os registros feitos sobre as mulheres e pelas mulheres. Os arquivos públicos pouco dizem sobre as mulheres, negando-lhes até, de certa forma, a individualidade, sendo consideradas em sua generalidade. Já os arquivos privados são fontes em que as mulheres se exprimiam de forma mais abundante, entre eles, os têxteis e os pequenos objetos encontrados no cotidiano doméstico:

As mulheres tem paixão pelos porta-jóias, caixas e medalhões onde encerram seus tesouros: mechas de cabelo, jóias de família, miniaturas que, antes da fotografia, permitem aprisionar o rosto amado. Mais tarde, fotografias individuais ou de família, em porta-retratos ou em álbuns, esses

herbários da lembrança, alimentam uma nostalgia indefinidamente declinada. [...] A roupa de cama, mesa e banho, o vestuário constituem uma forma de acumulação. O enxoval cuidadosamente preparado nos meios populares, sobretudo rurais, é uma longa história entre mãe e filha. A confecção do enxoval é um legado de saberes e segredos do corpo e do coração, longamente destilados. O armário de roupa é ao mesmo tempo o cofre e o relicário (PERROT, 1989, p. 13-14).

Os cuidados com as peças de cama, mesa, banho e enxoval e sua preservação são apresentados em *Mãos de Ouro* como uma atenção necessária a esses que são objetos do patrimônio familiar e que devem ser resguardados pela dona de casa, preservando as boas lembranças dos momentos familiares.

Os adereços têxteis, em todos os seus usos, conforme Ferreira (2014, p. 539), promovem de maneira eficaz “e a custos relativamente moderados, cenários acolhedores, requintados e faustosos, protegem do frio e do calor ajudando a estabilizar a temperatura ambiente, são com facilidade transportáveis e de boa manutenção.” Além disso, os têxteis domésticos são uma forma simples e barata de mudar a aparência dos interiores. Para as mulheres, o uso dos artigos têxteis no quarto e na cozinha era o modo que encontravam para conferir um novo visual a casa, além de escreverem neles, com linhas e agulhas, suas memórias e sentimentos.

As colchas em *Patchwork* podem ser compreendidas como fontes que atestam a relação estreita que muitas mulheres mantinham com os têxteis e as roupas. Diferentemente da escrita, os têxteis falam com os sentimentos e lembranças mais subjetivos e, muitas vezes, imperceptíveis; eles guardam os segredos impossíveis de se ler e que, portanto, se constituem como uma forma viável e sutil da escrita da memória. Com eles, cria-se um pequeno museu de lembranças femininas, juntamente aos álbuns de fotografias, cartões postais e qualquer objeto que remeta a alguma lembrança cujo valor de rememoração fosse considerado.

Mãos de Ouro importa o Patchwork sugerindo, nos trabalhos desse estilo e que apresenta posteriormente, o uso não de retalhos antigos carregados de lembrança, mas sim o uso de tecidos que são sobras de costuras guardadas para esse fim. Então, muito menos que construir um quadro de lembranças individuais, constrói-se uma atmosfera de um passado estadunidense que se projeta para a modernidade a partir da importação de uma tendência de decoração associada com o seu conteúdo histórico. O hibridismo cultural (BURKE, 2005) presente nessas práticas permitem as apropriações e ressignificações dos têxteis construídos pelas mulheres, encontrados nas recomendações de *Mãos de Ouro*. É possível captar, também, os investimentos da moda e da indústria têxtil sobre essas sugestões, utilizando os produtos da moda para recriar e renovar as formas de vida do passado.

2.2.1 Uniformes para o corpo na cozinha: os *modernos aventais*

Outra forma de tradução da cultura americana nas enciclopédias *Mãos de Ouro* e *Bom Appetite* se deu por meio das recomendações de uso e confecção dos aventais. O uso dessa peça pelas mulheres na cozinha nem sempre se deu da forma como se preconizou na década de 1950, uniforme essencial da dona de casa norte americana. Seu uso na história encontrou nesse período abrigo duradouro no corpo das rainhas do lar e contribuiu para identificar as mulheres com o espaço doméstico, estabelecendo diálogos com os têxteis da casa.

Os aventais, antes dessa reconhecida forma de uso – na cozinha e pelas mulheres –, foi utilizado nas mais variadas profissões e por ambos os sexos. Cada um possuía uma característica que possibilitava identificá-lo enquanto objeto da cultura material das profissões através do tempo, podendo ser utilizado, ainda, para identificar as questões de gênero nele construídas. Nesse sentido, os aventais em seus usos para a culinária, em meados do século XX, mostram-se bastante diferenciados quando aplicados aos homens, *chefs* de cozinha, e quando direcionados às mulheres, donas de casa, sendo, esses últimos, coloridos e enfeitados, diferentemente dos primeiros, lisos e brancos (SNODGRASS, 2004).

As mulheres e seus corpos, assim como a casa, deveriam, de acordo com a moda e os manuais, estarem sempre enfeitadas, decoradas e coloridas, renovando-se para agradar. Ainda que cingidas pelas prescrições que visavam à racionalização do ambiente doméstico, as mulheres não foram poupadas do amplo uso dos têxteis e da moda, tampouco desejaram tal ruptura (PINSKY, 2006). Percebe-se que as próprias concepções de higiene e de funcionalismo, acentuadas no início e durante toda a primeira metade do século XX, adaptaram-se aos têxteis da casa e do corpo, também na figura dos aventais.

A produção da dona de casa, racionalizada tal qual a forma industrial de condução do trabalho, passou a exigir maior organização e controle do tempo pelas mulheres, principalmente na cozinha, local de trabalho mais abundante. O avental “para as esquecidas”, apresentado na Figura 11, fornece, já em seu título, indícios dessa necessidade de organização mais controlada e tem como propósito facilitar a adequação das mulheres a esse novo padrão moderno de cozinhar. O título ainda faz pensar nas ponderações de Pinsky (2006) acerca da linguagem dos periódicos femininos que, não raramente, utilizavam-se de expressões, frases e títulos intimistas, criando proximidade e uma relação de amizade com as mulheres, recurso que amplia a aceitação dos conselhos pelas leitoras. São essas questões, ainda, percebidas no texto que se segue junto à imagem do avental:

Imagine-se “dentro” deste gracioso avental. Tudo está a seu alcance: a colher, o garfo, a faca e ou outros objetos necessários na cozinha estarão bem guardados nos seus bolsos e não faltará lugar para o livro de receitas, que nunca se acha no momento oportuno.

Não é isso formidável? Bem. É lógico que você vai querer fazê-lo já e com toda a razão, pois é de fácil e rápida execução. (MÃOS DE OURO, 1968, v. 1, p. 208).

Figura 11 – O avental para as esquecidas



Fonte: Enciclopédia *Mãos de Ouro*, v. 1, p. 208, 1968

O tempo de preparo dos alimentos, em uso desse avental, colocando-lhe nos bolsos as ferramentas necessárias para a execução de determinadas receitas, poderá ser diminuído, deixando tempo de sobra para o aperfeiçoamento, condição muito exigida por *Bom Apetite* quando apresenta o passo a passo e as imagens de seus pratos. Esquecer onde está o livro de receitas ou se atrapalhar na execução de algum prato por não se lembrar do local no qual deixou alguma ferramenta, são problemas que, além de contribuir para que algo não saia como o planejado, aumentam o tempo de trabalho da mulher. Se há problema de esquecimentos, a construção do espaço da cozinha, e conseqüentemente do corpo da dona de casa, deve ser pensada utilizando-se dessas soluções “formidáveis”. Enquanto *Mãos de Ouro*

sugere soluções têxteis, *Bom Apetite* sugere móveis e itens organizadores, reforçados pelas imagens ricamente ornamentadas com os objetos que apontam para esse discurso.

Este avental “para as esquecidas”, no reforço de seu aspecto funcional, dialoga em suas formas com o avental do *chef* de cozinha, o que amplia a ideia de racionalização do tempo dispendido na culinária já apontado pelo texto em *Mãos de Ouro*. As formas mais retas e simplificadas são as mesmas dos aventais brancos dos *chefs*, que geralmente possuem um bolso na frente. Apesar da semelhança com o avental masculino, esse é ainda um avental identificado como feminino, pois é constituído por bolsos coloridos e estampados, traduzindo um item masculino para o uso no corpo das donas de casa.

Os demais aventais apresentados na enciclopédia são mais próximos aos aventais já reconhecidos como uniformes das mulheres na cozinha. Como é o caso dos aventais túnicas – Figura 12.

Figura 12 – Aventais túnica



Fonte: Enciclopédia *Mãos de Ouro*, v. 2, p. 448, 1968

Num jantar informal com velhos amigos, a dona de casa poderá ir da cozinha à sala de jantar com um destes bonitos e coloridos aventais, protegendo assim o vestido, sem por isso deixar de lado a elegância.

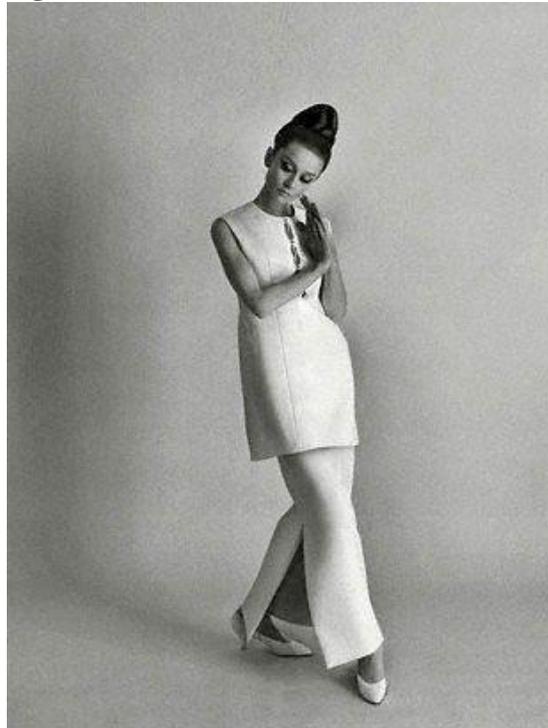
Seus desenhos e recortes foram combinados com fantasia e bom gosto (MÃOS DE OURO, 1968, v. 2, p. 448).

Mãos de Ouro traz exemplos de aventais que a dona de casa pode fazer e assim manter-se elegante e limpa ao mesmo tempo. A decoração da cozinha se estende ao avental que, uma vez no corpo da mulher, é desfilado para a sala de jantar promovendo uma

comunicação entre os dois ambientes, a limpeza e decoração de um local com a beleza que se exige para o outro, harmonizados com a figura feminina que é o veículo comunicador e integrador. Se no caso dos aventais da Figura 12, a túnica cobrirá quase todo o vestido, exercendo de fato um papel maior de proteção sobre a peça de baixo, em outros exemplos o avental poderia ser usado combinando com o vestido.

O conceito de elegância, reproduzido na enciclopédia como fundamentador do uso dos aventais, é caro à moda e versa sobre aproximação entre a moda e as roupas para o uso doméstico ou os próprios têxteis da casa. Assim, os aventais túnicas, além de serem confeccionados coloridamente, com mesmos tecidos e elementos possíveis de serem encontrados nas roupas de mesa, trazem uma referência de moda do período, encarada como símbolo de elegância: a túnica. De influência *hippie*, a túnica foi adaptada por grandes estilistas para ser ícone de moda, como visualizado na Figura 13, em seu uso pela estrela de cinema Audrey Hepburn (1929-1993), juntamente com uma saia, desenhada pelo estilista Hubert de Givenchy no ano de 1964 e fotografada pelas lentes de Cecil Beaton, importante fotógrafo de moda do período (VOGUE, 2011).

Figura 13 – Túnica de Hubert de Givenchy



Fonte: Vogue, 2011

A túnica, em seu *design* minimalista, se aponta como ícone de elegância pela ideia do “menos é mais”, assertiva que compreende uma sociedade que se modernizava junto ao funcionalismo advindo das escolas de *design* e de arte, com suas ressonâncias na moda

(CORREIA; BARBOSA; MOTA, 2015). No corpo de Audrey Hepburn, expoente de feminilidade no cinema, a túnica pôde ser apresentada como ícone de moda e feminilidade para as mulheres, cujas apropriações e usos levaram essa peça se inserir em variados contextos, entre eles, nos aventais, produzindo os efeitos da moda no corpo da dona de casa que desfila com o avental túnica da cozinha à sala de estar.

A moda no avental reforça o papel desse uniforme enquanto singularizante de um grupo: as mulheres. Os aventais dos homens, como já avaliado, não sofrem com essas influências estilísticas, nascem e morrem brancos ou pretos, com formas retas e funcionais. Na década de 1960 e nas enciclopédias percebe-se a junção da moda com as formas de aventais já bem consolidadas para as donas de casa nos anos 1950, como aponta Tomshinsky (2014). De acordo com a autora, os aventais ajudaram a compor a imagem do ideal de sonho americano em 1950, muito lembrados pela clássica imagem da dona de casa utilizando avental e segurando uma torta de maçã.

Os dias de glória dos aventais remontam aos anos de 1950. Foi neste momento da história do século XX que o pequeno acessório utilizado na cozinha atingiu o pico de seu status.

Nesses anos, esperava-se que os homens trabalhassem e que as mulheres dirigissem suas casas com delicadeza e frugalidade. Por meio de revistas de moda como *Vogue* e *Harper's Bazaar*, as mulheres foram encorajadas a "fazer e consertar" transformando vestidos da época anterior em aventais ou comprando moldes de costura para criar aventais caseiros. Na década de 1950, o avental era uma parte essencial do uniforme da dona de casa. Muitos eram caseiros, cosidos à mão, e ricamente decorados de acordo com as tendências, sendo estes especialmente populares. Era uma época em que toda mulher na América tinha quase uma dúzia de aventais prontos para serem colocados em um minuto de aviso prévio. Muitas vezes, as mulheres coordenavam seus aventais para combinar com suas roupas (TOMSHINSKY, 2014, p. 36, tradução nossa).

Apesar do *status* nesse período – e que de acordo com a autora foram três décadas de maior sucesso, de 1940 a 1960, sendo o período intermediário o mais relevante – o avental vinha se consolidando como uniforme da dona de casa norte americana desde o século XIX. No entanto, até a crise de 1929, Snodgrass (2004) aponta que o avental era utilizado pelas mulheres mais pobres que faziam serviços pesados. O avental passou por mudanças nesse período: de um pano velho amarrado na cintura, ganhou um destaque próprio quando as mulheres que utilizavam aventais no início do século XX começaram a confeccioná-los com os sacos em que se comprava ração para as galinhas. Eram, esses sacos, feitos com um material brilhante e estampado, que foram também utilizados para a confecção de toalhas de mesa e cortinas.

Durante a Grande Depressão norte americana, Tomshinsky (2014) indica que os aventais se popularizam, tanto os feitos com os sacos de alimentação quanto os feitos de chita, tornando-se muito coloridos. *O Mágico de Oz*, filme lançado em 1939, trazia sua personagem principal, Dorothy, em uso de um avental, o que ajudou a popularizar a peça como um símbolo de feminilidade. A partir de então, os aventais entram de fato na composição da visualidade da dona de casa que era construída junto com a intensa tecnologização da vida doméstica. Os aventais deixam de simbolizar a pobreza para serem referência de modernidade e elegância, vinculados à beleza da casa e da mulher.

Entendidos enquanto uniformes para o uso doméstico, os aventais condensam em si um conjunto de regras que conduzem o ritmo do corpo. É nesse sentido que Craick (2003), ao investigar a política cultural do uniforme, compreende-o enquanto uma ferramenta para educar o corpo. Da mesma forma que os figurinos estão para os atores ao representarem personagens, os uniformes condicionam a um conjunto de representações próprias desse figurino e que, pensados para as donas de casa, induzem às funções de cuidado, alimentação, asseio, decoração e beleza, entendidas e difundidas como tarefas femininas.

Assim, além de ser uma peça cuja origem se dá na construção norte americana da dona de casa ideal, importada para o Brasil, o avental pôde se consolidar nessa posição por dialogar com as funções femininas elencadas e atribuídas pela sociedade do período, em especial as de cuidar e alimentar. O avental dentro de um ninho, observado na Figura 14 – uma dessas peças que se combina com o vestido –, é emblemática dessa relação de cuidado que se dá a partir da construção de um cenário cujo centro é o avental.

Figura 14 – Avental no ninho



Fonte: Enciclopédia *Mãos de Ouro*, v. 1, p. 110-111, 1968

A partir do cenário e figurino que compõem essa imagem, a relação entre cozinhar e cuidar é extraída da natureza para discursar sobre o papel das fêmeas e das mulheres. O cesto de galhos entrelaçados preenchido por palha, e o galho que está sustentando as alças do avental, remetem a um ninho de ave, local que para esse tipo de espécie é o da procriação. O avental dialoga com o papel de mãe protetora que alimenta, tanto pela mãe humana que cozinha utilizando um avental, quanto pela mãe ave que sai a procura de alimentos para os filhotes, alimentando-os no bico. O par de sapatinhos – tradicionalmente o primeiro presente que a mulher grávida recebe para celebrar a espera de um filho – é o figurino simbólico do bebê que precisa ser alimentado e cuidado, necessidade igual a de um passarinho. O ninho é, por fim, o local do aconchego, construído para proteger e amar, uma relação com o lar nidificado – efeito promovido pelo uso de têxteis e decoração, perfumado pelo cheiro dos alimentos.

A construção artística de uma imagem, muitas vezes, diz mais que o próprio objeto que se propõe a veicular, ou se vale dele para fortalecer um cenário de analogias, como é o caso da Figura 14. Os aventais, além de serem elos entre a moda para o corpo e a moda para a casa, criando representações para a feminilidade e fortalecendo a ação integrada entre a mulher e a casa, vincula em si a naturalização da “mulher passarinho”, que alimenta ao filho e ao esposo, cuida do aconchego do ninho. O avental é a roupa indicativa dessa analogia e comporta em si as noções de cuidado, higiene e também de elegância, compondo um ideal de feminilidade doméstica.

Cozinhar e cuidar são atos antes enfeitados pelos trabalhos de linha e agulha, que constituem as aparências da cozinha e da cozinheira, da casa, de si, do esposo e dos filhos. Além de construir camadas têxteis para os móveis e objetos da cozinha, as mulheres construíaam os figurinos que as elencavam como cuidadoras e alimentadoras. Como parte da casa, o corpo da mulher ganha um revestimento têxtil adequado para o período no qual ela permanecerá ali, realizando os trabalhos que a domesticidade solicita. A aparência feminina no lar é demarcada, então, pelas exigências que tomaram corpo na primeira metade do século XX, decorrentes das transformações que passavam a sociedade do período.

Com os avanços em tecnologia têxtil e a possibilidade de compras de aviamentos decorativos prontos, os aventais foram se sofisticando ao mesmo tempo em que garantiam sua posição como itens indispensáveis. Em todos os volumes de *Bom Appetite* as imagens de mulheres em uso de aventais são recorrentes, principalmente quando se dedicam a mostrar o passo a passo em fotografias do preparo de algum alimento. O diálogo feito entre *Mãos de Ouro* e *Bom Appetite* acerca do uso de aventais fortalece uma moda cozinheira: para cozinhar e também para servir.

Figura 15 – Aventais em *Bom Appetite*

Fonte: Enciclopédia *Bom Appetite*, v. 1, p. 34, 47, 65 e 99, 1968

As fotografias da Figura 15 foram retiradas do primeiro volume de *Bom Appetite* e já mostram uma variedade de aventais que a dona de casa pode utilizar. Há nessas imagens o enquadramento que destaca o alimento sendo preparado sobre uma mesa e por mãos femininas em primeiro plano e, em segundo plano, o corpo da mulher vestido pelo avental. Na maior parte das imagens, o enquadramento poderia apenas privilegiar as mãos e a execução do alimento na mesa, o que seria, dessa forma, melhor para a compreensão do passo a passo de produção da comida. No entanto, o avental se faz presente em todas as imagens e ocupa nelas um papel de sinalizador da importância do corpo protegido e decorado para as tarefas alimentares que se desenvolvem na cozinha. Ainda, os aventais de *Bom Appetite* se mostram similares aos ensinamentos têxteis difundidos por *Mãos de Ouro*, o que corrobora sobre a noção de diálogo que existem entre essas duas enciclopédias e também sobre as práticas do vestir a casa, vestir-se, cozinhar e servir, embaladas pelo sonho americano.

2.3 COZINHA MODERNA: CONSUMO EM *BOM APETITE*

Para que se compreenda a relação da mulher brasileira de classe média com a domesticidade nas décadas de 1960 e 1970 é necessário, além de historicizar o próprio papel

da mulher na sociedade, investigar as origens do que proporcionou o ambiente que esta pesquisa se propõe a desbravar. “Moderno” e “americano” são conceitos, como já notado, que se visualizam e se completam nas páginas das enciclopédias.

A concepção de modernidade encaminhada no Brasil no final da década de 1960, de acordo com Mello e Novais (1998), era baseada na possibilidade de consumo de novos produtos e tecnologias, que tornavam aqueles anos peremptórios de um passado que estava a um passo de ser suplantado por uma realidade industrial, efetivamente moderna. Essa modernidade vem acompanhada, da juventude, alegria e americanização, e expressa-se ressonantemente na racionalização da vida doméstica, que acompanha os modelos industriais de produção.

Os têxteis e os objetos da cozinha não deixam de integrar esse movimento em expansão no período, como atestam os jogos americanos para o uso na cozinha que permeiam tanto a decoração das mesas de *Bom Appetite* quanto as receitas de bordados e costuras encontradas em *Mãos de Ouro*. Na Figura 16, um dos momentos em que *Bom Appetite* divulga o uso dos jogos americanos.

Figura 16 – “práticos e bonitos: jogos americanos”



Fonte: Enciclopédia *Bom Appetite*, v. 1, p. 196, 1968

A elegância de uma mesa é feita de detalhes. Pequenos detalhes (sic) escolhidos cuidadosamente de acordo com o conjunto.
 Repare na beleza singela do arranjo da fotografia. As cores são jovens, alegres, modernas. Bem de acordo com a vida atual.
 Sobre a mesa de fundo claro, o jogo americano que apresentamos ganha uma extraordinária luminosidade (BOM APETITE, 1968, v. 1, p. 196).

Uma leitura possível do jogo americano, e cujo título da imagem já indica, versa sobre a praticidade ao mesmo tempo em que possui grande valor decorativo. Sendo revestidos por bordados, aplicações, estampas, ou mesmo lisos – com texturas muitas vezes diferenciadas – e combinados a pratos, também e/ou semelhantemente decorados, os jogos americanos comunicam contraditoriamente o zelo e o cuidado dispensados pela dona de casa e a facilidade de uso, de troca e de lavagem que esta peça proporciona. É contraditório, pois pressupõe agilidade, que estima a economia de tempo, e concomitantemente, a decoração, que demanda tempo na confecção dos elementos visuais sobre a superfície têxtil. A modernidade expressa no texto está relacionada com a elegância que pressupõe a beleza do artefato e seu potencial decorativo, e com a praticidade de uso, que é reveladora não só da facilidade em montar e desmontar a mesa, mas que ocorre também na lavagem das peças, demonstrando a preocupação com a higiene.

Como compreender de que forma essa contradição expressa pela enciclopédia se apresenta como diretriz para os hábitos domésticos da leitora e dona de casa? A resposta incide na discussão sobre o surgimento de uma cultura de massas primeiramente nos Estados Unidos e trazida posteriormente para o Brasil. O papel da imprensa e das revistas femininas em divulgar a cultura de massas e promover por meio do consumo novos hábitos de sociabilidade, já anteriormente apontado, e que caracterizavam a modernidade, foi igualmente importante quando na tentativa de frear certos hábitos desencadeados pelo novo estilo de vida, que a princípio pareceu conceder novas liberdades às mulheres.

Mauad (2007) tece considerações acerca do crescimento da cultura norte americana padronizada, que cunhou sua autoimagem elaborando o mito da perfeição, vendendo o sonho americano de perfectibilidade. Para estender esse sonho ao resto do mundo, fortalecendo e/ou criando vínculos comerciais, os Estados Unidos passam a intervir em outros países sustentando a ideia de cultura perfeita e homogênea, redentora da democracia e da liberdade. Para Cott (1991), a década de 1920 nos Estados Unidos foi marcada por uma forte homogeneização cultural, início de uma cultura de massas que atingiu não somente a sociedade daquele local, mas expandiu-se para outros países marcando uma globalização mais intensa e americanizada. A imprensa, que então já cobria todo o país, foi combinada com a força do rádio e do cinema, difusores de novos valores, de linguagem facilmente assimilada,

potenciais homogeneizadores. Dentro dos Estados Unidos, esses meios, além dos transportes automóveis que facilitaram o deslocamento humano, suavizaram as históricas diferenças entre o sul e o norte do país.

Apesar de ser a década de 1920 a mais notada pela força com a qual a cultura de massas se apresentava na sociedade norte americana, Passerini (1991) constata que esse movimento vinha se consolidando desde o final do século XIX e, desde o seu início, atingia as mulheres muito mais que aos homens. Foi, no entanto, no início do século XX que as mudanças mais drásticas puderam ser percebidas. O avanço da cultura de massas, de acordo com Maluf e Mott (1998), trouxe consigo, por meio dos novos hábitos de consumo, também novos hábitos de sociabilidade e costumes, provocando o que era visto pelos conservadores da época como degeneração dos tempos, principalmente por fazer a mulher deixar o lar em busca de espetáculos, passeios ou compras, atividades ocasionadas pelas mudanças.

Foi também na segunda década do século XX que o Brasil começou a receber as influências do *American Way of Life*. Aos poucos foram sendo introduzidos novos produtos e serviços, divulgados sempre pela imprensa e pela publicidade, que modificaram a forma de vida dos brasileiros dos setores altos e médios da sociedade. No período de 1920 a 1960 a influência francesa que pairava sobre os costumes e urbanidades dos brasileiros foi dando lugar à americanização dos padrões de vida, porém sem perder seu poder de influência em diversos setores (MAUAD, 2007).

No ano de 1941, como aponta Mauad (2007), ainda em movimento expansionista, cria-se um órgão norte americano para estabelecer políticas de boa vizinhança com a América Latina que, como efeito, colaborou na ampliação dos canais intercambiais entre Brasil e Estados Unidos. Os efeitos dessa união foram os desejados: a criação de um padrão comportamental aos moldes norte americanos de modernidade, o que promoveu, pelo crescimento econômico, maior poder de compra aos brasileiros sobre produtos que seriam fornecidos pelas grandes empresas estadunidenses.

Como já assinalado, o sucesso da cultura de massas americanizada não teria sido obtido sem a fundamental colaboração da imprensa e da publicidade que, com o decorrer do tempo e o crescimento tecnológico em termo de impressões, imagens e fotografias, aliados aos conhecimentos de psicologia e semiologia, atingiu os quesitos mais elementares da vida humana criando novas necessidades para suprir a demanda que se buscou criar para as novidades em produtos. Na década de 1940, a publicidade esforçou-se para, ao mesmo tempo, não contrariar o gosto de um público com hábitos já consolidados e, a partir do apelo à novidade e modernidade, estruturar a propaganda que deveria imprimir ao cotidiano os comportamentos considerados necessários ao novo tempo que emergia. A mídia passa a ser

então a propagadora do consumo, e este, por sua vez “[...] associado a uma atitude moderna e atualizada é identificado como direito de todo povo livre e democrático [...]” (MAUAD, 2007, p. 5).

Nos Estados Unidos, logo nas décadas iniciais, as pesquisas de mercado e a publicidade passaram a ser aliadas da produção de massas. O crescimento econômico surgia com a facilitação da vida a partir de produtos pensados para economizar tempo e energia humana. Criam-se novos modos de conservação dos alimentos, como as comidas enlatadas e empacotadas, e também as roupas e calçados prontos para vestir. Alçados à condição de necessidade, os produtos, com incentivo dado pelo Estado, passam a ser adquiridos a prestações, substituindo muitas vezes o depósito de dinheiro em poupança (COTT, 1991).

O alvo preferido das propagandas e fotografias, segundo Mauad (2007), era o público feminino, grande consumidor de produtos estéticos, de saúde e de ordem doméstica. A mulher brasileira sente-se moderna, equiparada à norte americana, capaz de criar um lar confortável e com as facilidades de uma casa pensada como moderna e feliz. Muito próxima das mulheres foi a imprensa feminina no Brasil, que apesar de só atingir diretamente o público alfabetizado, teve suas ideias alocadas no que se pode chamar de espírito do tempo, que faz, de uma forma ou de outra, toda a sociedade ser atingida – o que nem sempre significa a promoção de mudanças significativas. Silva (1998) entende que por mais que houvesse diferenças enormes entre os modos de vida doméstico da elite e das outras classes, é possível encontrar os reflexos que repercutiram desse modelo de domesticidade para as outras classes e suas permanências históricas.

Entre outros fatores, a onda de imigrantes europeus no início do século XX no Brasil e, com eles, as novas ideologias das políticas de esquerda e também do feminismo, promoveu-se a articulação de novos pontos de vista que proporcionaram o surgimento de várias revistas femininas cujas pautas, muitas vezes, versavam sobre as lamentações da vida de muitas mulheres, que puderam ser discutidas coletivamente (SILVA, 1998). Com tantas mudanças ocorrendo, não tardou para que, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos – e muito mais nesse último, dada sua capacidade de pesquisa científica – uma força contrária se articulasse e, em nome da ciência, apelasse ao retorno de práticas de vida que estavam sendo substituídas.

Assim, de acordo com Cott (1991), enquanto se estabelecia uma cultura homogênea nos Estados Unidos, o avanço da ciência em várias áreas também ajudou a conduzir os rumos a serem tomados pela cultura de massas. Entre as mudanças, o avanço do casamento pelo

amor, sexo e cumplicidade, em detrimento do modelo de casamento vitoriano¹⁴, foi também acompanhado pela queda da natalidade pela metade no país, ao menos entre as classes altas e médias, em relação ao século anterior. Esse período foi igualmente marcado pelo maior ingresso das mulheres no mercado de trabalho e nas universidades. O relato dessas mudanças, no entanto, deve ser recebido com cautela, já que não se deixou de preconizar às mulheres que, antes de tudo, havia papéis fundamentais a serem cumpridos: o de esposa, mãe e dona de casa. Assim, os dados apontam que no final da década de 1920 apenas 4% das mulheres casadas, nos Estados Unidos, e que viviam nas áreas urbanas, conseguiam manter a carreira profissional junto aos cuidados domésticos.

Todas essas mudanças sociais despertaram o interesse dos sociólogos, antropólogos e economistas que passaram a dedicar-se ao assunto. Os sociólogos em suas pesquisas, ao se proporem a analisar empiricamente o comportamento dos sexos, não perceberam que suas abordagens científicas estavam primeiramente calcadas nos valores dominantes e preconceituosos vigorosos no período. Aliados ao que se divulgava no campo da psicologia acerca da necessidade de ficarem as mulheres dentro de casa, voltou-se a se recomendar que as mulheres ficassem somente encarregadas dos serviços domésticos e relativos à família, sob a alegação de que o mercado de trabalho as tornava duras e insensíveis (COTT, 1991).

Mais ciência foi então empregada, de acordo com a autora, para melhorar a vida das mulheres com os trabalhos domésticos, reconhecidamente árduos. Foram desenvolvidos aparelhos que realizam sozinhos ou com pouca ajuda os serviços da casa, poupando o esforço físico feminino. No entanto, esses aparelhos lançam um conceito novo de limpeza e organização nunca antes atingido, mostrando ser possível a perfeição nesse quesito. Meneses (2000) indica que a ideia de perfeição doméstica a partir do progresso é tecnologicamente contraditória, pois a própria noção de obsolescência programada embutida nos objetos para a casa induz a substituição dos aparelhos, os novos sempre garantindo a perfeição que os velhos não cumprem, estando a perfectibilidade sempre a um passo de ser conquistada, mas nunca concretizada efetivamente.

Para Cott (1991), o que deveria ser empregado para economizar tempo, criou uma necessidade de fazer cada vez mais e melhor, o que era corroborado pelas mensagens despejadas pela mídia: quanto mais limpo e mais cuidado, mais feliz seria a mulher por poder promover o bem estar para toda a família. O bem estar de uma família – nutrição, higiene e saúde – passa a ser considerado primordial ao desenvolvimento adequado da sociedade,

¹⁴ O casamento vitoriano, de acordo com Cott (1991), se caracteriza por ser efetivado de acordo com a vontade do pai e pela total submissão da mulher ao esposo, do qual muitas vezes tinha medo.

investindo-se então em ambientes asseados, especialmente para a criação e ajustamento adequado das crianças, de acordo com os preceitos de normalidade vigentes.

A taylorização do trabalho doméstico, que equipara no aspecto da racionalização o trabalho de homens e mulheres, como pondera Passerini (1991), se alia ao novo conceito de higiene e modernidade, vinculados ao de consumo e, cada vez mais, aos dos papéis tradicionais femininos. Assim – e voltando no pensamento acerca do jogo americano –, o jogo americano para mesa torna-se representativo de todas essas mudanças e de como a beleza decorativa – prova de um trabalho e cuidado femininos – e a facilidade higiênica se incorporam sob o nome “americano” para trazer a aura de tudo o que havia de mais “moderno”.

2.3.1 A construção da cozinha moderna: objetos e eletros

A decoração doméstica no Brasil nas décadas de 1950 e 1960, de acordo com Santos e Pedro (2010), na análise da revista *Casa & Jardim* – revista voltada para arquitetura e decoração –, ganhou um aspecto racional e funcional. As autoras entendem que essas características, ao contrário do que sugerem alguns historiadores, não são características masculinas que foram incorporadas pelas mulheres, mas sim, que são características também inerentes ao sexo feminino, ao passo em que ambos estão inseridos num mesmo mundo e são atingidos pelas mesmas mudanças temporais. O aspecto de funcionalidade foi conferido por uma modernização tecnológica do ambiente doméstico, com aparelhos que ajudavam nos afazeres, e pela criação de ambientes funcionais. Tal qual em *Mãos de Ouro e Bom Apetite*, a mulher de *Casa & Jardim* era a dona de casa de classe média responsável pela manutenção doméstica e ligada aos modelos de domesticidade em voga.

As autoras ainda entendem que as questões da racionalização e funcionalidade foram importantes para que, as mulheres que nesse período começaram a trabalhar fora de casa, pudessem conciliar a dupla jornada. O aspecto modernista da casa, em consonância com as aspirações do período, facilitava o trabalho da mulher dentro do lar – ainda que os demais autores entendam que isso, na verdade, criou outras formas de trabalho geradas pelo novo conceito de perfeição que se implantou.

A Figura 17 revela esse ambiente no qual a industrialização e o consumo se fazem presentes. É possível observar na imagem de *Bom Apetite* uma geladeira embutida no armário assim como o forno, atestando a importância dos eletrodomésticos e a sua função estética na domesticidade, também enfatizados pelo texto a acompanha.

Figura 17 – “A cozinha e seus acessórios”

Fonte: Enciclopédia *Bom Apetite*, v. 2, p. 464, 1968.

Isso é uma cozinha moderna que mais parece uma sala de jantar, e isto é muito importante para toda dona de casa.

Para as refeições, temos uma mesa simples coberta com toalha xadrez. As cadeiras são laqueadas de branco, com assentos de palha. A louça sobre a mesa é de cerâmica. O fogão, muito moderno e funcional, é embutido, com forno em cima.

Note que a bela decoração se consegue com um simples pegador de panela (feito com restos de tecido e algodão).

A pequena prateleira de temperos, além de decorativa, está no lugar certo: perto de onde esses ingredientes vão ser usados. Repare como cestas pintadas contendo legumes também são de grande efeito na decoração da cozinha.

A pia e a parte superior da do fogão são de aço inoxidável. A geladeira está embutida nos armários, feitos de fórmica com madeira, a fim de dar mais calor ao ambiente. O abajur, também muito original, é feito de tecido plastificado, que conserva por mais tempo o aspecto de novo e facilita a limpeza.

Esta cozinha é convidativa e aconchegante tanto para o preparo das refeições bem como para... saboreá-las (BOM APETITE, 1968, v. 2, p. 464).

Há, na cozinha em questão, o destaque para a organização dos elementos, luvas em fácil acesso, temperos organizados em uma caixa de madeira que provavelmente foi comprada pronta e, como sugere o texto, além de organizar possui uma função decorativa. Em muitos momentos na enciclopédia *Mãos de Ouro*, é sugerido que a dona de casa guarde os restos de tecidos ou de linhas para a confecção de pegadores de panela, que aparecem na imagem e no texto como um produto dessa sobra, promovendo a articulação entre os ensinamentos das duas editorações.

“Os eletrodomésticos estavam associados à questão da eficiência no desempenho das tarefas domésticas, à obtenção de maior conforto no lar e também à marcação de posições de classe.” (SANTOS; PEDRO, 2010). É possível visualizar na imagem a geladeira, o forno e o fogão embutidos no armário, como é também destacado pelo texto, além de um espaço minimalista e funcional. Os vários compartimentos do armário são também significativos do que deve ser guardado e o que deve ser mostrado: tudo tem a sua hora de aparecer. Há então o visível e o invisível na cozinha, coberto ou desnudado pelas portas do armário, e há ainda o que não existe, mas que a quantidade de móveis e gavetas permitia supor preenchidos. Outro detalhe a ser destacado é a semelhança da toalha de mesa com as portas dos armários, compostas formas quadradas – na toalha – e retangulares – no armário – com um centro e molduras de cores semelhantes.

As modernizações que acontecem no campo da moda, tal qual o advento dos tecidos sintéticos na década de 1960, como destaca Bonadio (2014), também surgem na imagem e texto como um tecido “plastificado”, de fácil limpeza, mais uma característica funcional desse espaço doméstico. Nem por isso, no entanto, os tecidos naturais deixam de compor parte da decoração da cozinha, como pode ser visto no uso de uma toalha de algodão e nos guardanapos, muito provavelmente confeccionados em algodão ou linho, de acordo com as recomendações que se pode extrair de *Mãos de Ouro*.

Nessas imagens veiculadas em *Bom Apetite*, sobre a decoração das cozinhas, há um caráter pedagógico que educa para a assimilação de um ambiente ideal, promovido pelo consumo de produtos e aparelhos, além da construção têxtil desse espaço, como na Figura 18.

Figura 18 – Cozinha “alegre”



Fonte: Enciclopédia *Bom Apetite*, v. 1, p. 179, 1968

Cozinha é talvez o canto mais importante da casa. Grande ou pequena, quanto mais prática e bonita ela fôr, mais inspiração para você “bolar” receitas geniais.

Cozinha ideal é a que reflete sua personalidade.

[...] na cozinha azul e branca, com ladrilhos de desenho alegre, que contrastam com os móveis, há um espaço vazio sobre a pia dupla. Ali é ótimo lugar para pendurar utensílios muito usados perto da torneira, como a peneira e o escorredor, por exemplo. Ao lado do fogão, uma prateleira para os condimentos, que assim ficam mais à mão, e o espaço vazio é excelente para colocar o recipiente do lixo ou o bujão de gás. O lugar sobre a geladeira é aproveitado para um armário, bom para guardar os utensílios usados com menor frequência (BOM APETITE, 1968, v. 1, p. 178-179).

Na cozinha estampada pela Figura 18, junto ao seu texto, são apresentados alguns dos utensílios que ajudam na elaboração de um espaço limpo, organizado e funcional, além de possuir uma decoração colorida tanto pelos armários e paredes quanto pelas peças em porcelana que estão sobre a mesa. O texto é enfático na necessidade de se ter tudo “à mão” ao mesmo tempo em que se deve esconder os utensílios de menor uso. É um verdadeiro manual de como a dona de casa pode se organizar na cozinha. Os produtos que precisam estar nos balcões para uso rápido, como os temperos, devem estar sempre de forma decorativa, até mesmo os legumes no cesto, como preconizados na imagem anterior. Há também a presença de um processador de alimentos, ao que parece, um liquidificador acoplado com uma centrífuga de sucos.

O momento no qual as enciclopédias estão inseridas é o de otimismo em relação à modernização do país que, desde a década de 1950, vinha se mostrando a um passo de estar consolidada. Para Mello e Novais (1998), nos trinta anos entre 1950 e 1979, o Brasil havia sido capaz de construir uma economia moderna a partir da incorporação de padrões de consumo próprios de países desenvolvidos. A dependência que nos anos 1940 o Brasil ainda tinha de produtos norte americanos foi sendo substituída pela produção própria de aço, plástico, petróleo, fibras sintéticas, papel, vidro, materiais de limpeza entre outros. Até mesmo as indústrias da beleza e farmacêutica cresceram muito nesse período.

Dentro do espaço doméstico

Dispúnhamos, também, de todas as maravilhas eletrodomésticas: o ferro elétrico, que substituiu o ferro a carvão; o fogão a gás de botijão, que veio tomar o lugar o fogão elétrico, na casa dos ricos, ou do fogão a carvão, do fogão a lenha, do fogareiro e da espiriteira, na dos remediados ou pobres: em cima dos fogões, estavam, agora, panelas – inclusive a de pressão – ou frigideiras de alumínio e não de barro ou de ferro; o chuveiro elétrico; o liquidificador e a bateadeira de bolo [...]. (MELLO; NOVAIS, 1998, p. 564).

Os autores continuam dando diversos exemplos que constituíram o ideal moderno de casa naquele período e que foi acrescentado do ideal de limpeza, não somente pelos aparelhos que ajudavam nessa tarefa, mas pelos produtos que passaram a serem adquiridos pelas donas de casa, como as variedades em sabão, detergente, buchas e as palhas de aço. O fogão a gás é também um símbolo da modernização da cozinha, sendo um aparelho de mais fácil manuseio que veio suprir, na década de 1930, de acordo com Meneses (2000), a cientificidade exigida no espaço doméstico. O fogão a gás torna-se um móvel da cozinha, em detrimento de seu status anterior, o de um “pertence” da cozinha. A caracterização enquanto móvel permite a mobilidade desse aparelho, se adequando à decoração do ambiente no qual se insere.

O final da década de 1960 e início de 1970, de acordo com Figueiredo (1998), são períodos reconhecidos pelo crescimento econômico de forma mais acentuada do que vinha ocorrendo, sendo especial para o avanço do capitalismo por meio do consumo, que atingia o público primeiramente pela publicidade. Ainda que nas páginas das enciclopédias não haja nenhum tipo explícito de publicidade e de marcas de produtos, a própria organização do conteúdo, principalmente em *Bom Apetite*, aliando os ensinamentos de receitas com a aquisição de produtos descritos como indispensáveis, funciona como uma forma de publicidade e pode ser entendida dessa maneira, uma vez que incita o consumo.

Materiais que podem ser vistos nas imagens de cozinha em *Bom Apetite*, como a porcelana e o alumínio, tiveram o seu apogeu na primeira metade do século XX. A porcelana foi divulgada nos Estados Unidos na década de 1930 como um material atraente e de fácil limpeza. Já o alumínio teve maior destaque na década de 1950, preconizado por diminuir o tempo de cozimento dos alimentos, por ser um melhor condutor de calor. O *design* das cozinhas que foi desenvolvido a partir da década de 1930 privilegiava a organização e a limpeza, porém mantinha a tradição do uso dos armários de madeira que, além de organizarem, ajudavam na conservação dos produtos privando-os dos desgastes da poeira e da luz (SNODGRASS, 2004). São alguns desses materiais possíveis de serem encontrados na Figura 19.

Figura 19 – Cozinhas pequenas

Fonte: Enciclopédia *Bom Apetite*, v. 1, p. 36, 1968.

Não é por ser pequena que a cozinha deixa de ser bonita. Nesta, feita em madeira, são êstes os pontos a destacar:

- 1 – Utensílios guardados debaixo da pia e da superfície de trabalho ao lado do fogão.
- 2 – O espaço sôbre a geladeira foi aproveitado com uma prateleira original e decorativa, para guardar especiarias, ou outra coisa bonita.
- 3 – Portas tipo veneziana, proporcionando boa ventilação.
- 4 – Pequenos acessórios em côres, que dão vida ao ambiente.
- 5 – Áreas integralmente aproveitadas para a armazenagem, de alimentos.

O ideal, nas cozinhas pequenas, é ter as paredes claras, para dar sensação de maior espaço, além de janela bem grande para arejar o ambiente. Atrás da porta podem ser colocados ganchos, utilizados para pendurar panos de prato, vassouras, etc.

Mais importante, porém, é a distribuição dos utensílios: para começar, deve-se ter sempre em lugares bem à mão os que tenham maior número de usos.

Naturalmente, como o maior problema é o espaço, pode-se – no corredor próximo – colocar um armário embutido onde guardar os objetos de uso menos freqüente (BOM APETITE, 1968, v. 1, p. 36).

A rusticidade da madeira nos armários da Figura 8 é incrementada pelo “frescor” das novidades em utensílios e pelas cores que os pintam. Apesar do espaço menor e da maior simplicidade dos eletrodomésticos, como a geladeira e o fogão, em relação as outras imagens apresentas, a “boa dona de casa” pode ainda deixar bonita e organizada a cozinha, aspectos que se sobressaem em primeiro plano na construção de uma domesticidade ideal.

É importante destacar que a domesticidade não é configurada apenas pelos objetos que nela se alocam, as sociabilidades e as formas de uso dos espaços compõem essa esfera da vida humana. No entanto, é o consumo que determina, no Ocidente, a partir do início do século XX mais fortemente, de que forma se dá o convívio humano, e com a vida material adquirida. Todas essas diretrizes para a concepção de uma cozinha ideal, possível por meio do consumo, são, para Santos e Pedro (2010), modificadores das formas de se viver a vida dentro desse espaço – o que é válido para os demais. Transformam-se os gestos, os gostos, os costumes, os horários de uso e os assuntos ali discutidos.

O *design* da cozinha é combinado ao consumo de utensílios importantes no embelezamento dos labores desse ambiente, é sinalizador de *status* e modifica a forma de viver das donas de casa, atingindo também aos que dela se aproximam para os momentos das refeições.

2.3.2 Os utensílios de cozinha: *status* para a dona de casa

Não somente os eletrodomésticos e a moda foram importantes bens de consumo destinados às mulheres: as novidades em alimentos também fizeram parte da revolução do consumo experimentado a partir da metade do século XX:

O caldo de galinha e de carne em tabletes também não existia. Nem as sopas prontas em pacotes. Quando as primeiras apareceram nos supermercados, tinham pinta de coisa de americano. Parecia a era Jetsons avançando de maneira irreversível.

De um dia para o outro, o **admirável mundo novo** havia chegado. Inventaram o controle remoto, aposentando de vez aquela expressão “aproveita que você está de pé e muda o canal”. **Inventaram o sabão em pó**, a papinha pronta para o bebê, a televisão em cores, o requeijão em copo e a máquina de secar roupas – tudo para facilitar a vida das pessoas. Reclamar do progresso, nem pensar! (VILLAS, 2014, p. 187-188).

Os sabores de uma era global começavam a chegar às prateleiras dos supermercados e *Bom Apetite*, fornecendo as receitas “do mundo todo”, também contribuiu para divulgar, apresentar e ensinar como usar os novos ingredientes disponíveis. Além disso, divulgou os novos eletrodomésticos voltados para a cozinha e os utensílios como panelas, fôrmas, tigelas, balanças, facas, moedores entre outros. No tópico “A eletricidade a seu serviço” – Figura 20 – , *Bom Apetite* (1968, v. 1, p. 8) orienta que: “Os aparelhos domésticos facilitam a vida da dona de casa: ela encontra neles elementos valiosos que auxiliam a vencer a dura batalha contra o cansaço que as tarefas domésticas costumavam acarretar.”.

Figura 20 – A eletricidade a serviço da dona de casa



Fonte: Enciclopédia *Bom Apetite*, v. 1, p. 8-9, 1968

Na imagem, são apresentados oito aparelhos e o seu uso na cozinha: liquidificador, *grill*, tostadeira, batedeira elétrica, frigideira elétrica, *waffle-grill*, batedeira portátil e *mix*. Todos esses aparelhos eram caracterizados como simbólicos de uma libertação do cansaço provocado pelas tarefas domésticas, trazendo à dona de casa o prazer de cuidar da sua cozinha sem ser abatida pela fadiga. Esses objetos são também parte da decoração da cozinha, uma decoração simbólica do poder de investimento financeiro.

Acerca da dura batalha com os serviços domésticos mencionada no enunciado, e que pode ser resolvida com o emprego dos aparelhos recomendados pela enciclopédia, é importante destacar que a publicidade do período utilizava esse argumento para a venda de produtos eletrodomésticos. Uma propaganda impressa da empresa General Electric (GE), na década de 1960, tem como título “Economize sua mulher: Leve portáteis GE para casa”. Na imagem do anúncio há itens como *grill* e batedeira elétrica (VILLAS, 2014, p. 22). Economizar a mulher tem como função poupá-la do cansaço que resulta em uma aparência descuidada com o corpo e que impede a execução de um maior número de afazeres domésticos. Ainda, o tempo economizado pode ser também destinado ao consumo, elencado à uma forma de lazer, algo que se mostra com a ascensão dos espaços de compra, os *Shopping Centers*.

Os nomes em inglês de alguns aparelhos – *grill*, *waffle-grill* e *mix* – representam a modernização e a chegada de um estilo de vida que prometia ser libertador e modernizante. O estilo de vida norte americano foi relacionado, no plano ideológico, à liberdade democrática, ou seja, fazia oposição ao autoritarismo comunista e, portanto, celebrado. Logo, privar as pessoas dos bens de consumo seria análogo ao cerceamento da liberdade individual dos cidadãos. A abertura para o capital estrangeiro e as multinacionais instaladas no país forneciam novas oportunidades de trabalho na indústria, aumentando o poder de compra das famílias de classe média, que também podiam equipar sua casa conseguindo dinheiro por meio dos sistemas de crédito implantados no Brasil na década de 1950, uma medida semelhante ao que havia acontecido nos Estados Unidos na década anterior (SANTOS, 2010).

A cozinha bem equipada era, nas páginas da enciclopédia, um sinônimo de distinção da dona de casa e indicativa do seu nível de felicidade, medido pela quantidade de equipamentos e ingredientes que dispunha a mulher para executar trabalhos e receitas no menor tempo possível, restando-lhe tempo para aumentar sua produção na cozinha, realizar trabalhos manuais ou cuidar de si. *Bom Appetite* participou e divulgou uma nova forma de se alimentar e também de servir, uma produção cultural que foi viabilizada graças aos novos equipamentos disponíveis no mercado, bem como os produtos de decoração, mobiliários e peças de armarinhos para guarnecer os têxteis da cozinha.

Pilla (2008) entende que essa nova forma de consumo era integradora e discriminatória ao mesmo tempo: integradora pela ação globalizante de oferecer um mesmo produto a um grande número de pessoas, e discriminatória por construir distinção entre os que podiam pagar pelas louças e eletrodomésticos, construindo pratos mais elaborados servidos sobre peças funcionais e decorativas em espaços bem decorados de acordo com os manuais, e os que não podiam pagar pelos novos bens de consumo disponíveis, contentando-se a uma cozinha mais simples e a comidas sem nenhum tipo sofisticado de embelezamento. A dona de casa construía uma identidade com as louças que possuía e com o espaço no qual cozinhava e servia. Na Figura 21, a imagem correspondente ao que a enciclopédia indica como essencial para a cozinha “bem aparelhada”:

Figura 21 – Panelas, pirex e fôrmas



Fonte: Enciclopédia *Bom Apetite*, v. 1, p. 10-11, 1968.

Uma cozinha bem aparelhada deve ter pelo menos três ou quatro panelas, da menor à maior, para os diversos usos. E dois caldeirões: um menor e outro maior, além da panela de pressão, excelente auxiliar da dona de casa.

E ainda: escorredor de macarrão, chaleira, bule, leiteira, um conjunto para banho-maria, uma frigideira de alumínio e uma tipo grill.

Deve-se ter também tigelas de tamanhos diversos, algumas das quais reservadas para guardar os alimentos na geladeira.

Em matéria de fôrmas, então a variedade é enorme: há aquelas para pizzas, as fôrmas de abrir, as fôrmas para pudins, as de desenhos diversos.

Isso sem falar nas forminhas para empadas, as para cortar canapés, biscoitinhos.

As assadeiras podem ser quadradas, retangulares, redondas, mais altas, mais baixas, providas ou não de tampa.

De muitas formas também, os pirex são úteis por poderem ir ao forno e para a mesa em seguida. Em lugar dos pirex pode-se usar louça refratária, que os substitui sem desvantagem: é tão somente uma questão de gosto (BOM APETITE, 1968, v. 1, p. 10-11).

No texto que acompanha a imagem das panelas e dos demais recipientes, e a própria imagem, chama a atenção à diversidade de objetos e a necessidade de tê-los para conquistar uma cozinha bem aparelhada e assim conseguir desenvolver receitas específicas como “empadas”, “canapés” e “biscoitinhos”. As receitas ensinadas em *Bom Apetite* estão relacionadas com a obtenção desses utensílios, que muitas vezes se prestam a uma questão meramente estética, mas que é indispensável para a apresentação adequada – de acordo com os ensinamentos da enciclopédia – de certo prato. Ou seja, na superficialidade dizem respeito

à estética, mas é essa estética que transforma a cozinha em um espaço simbólico do consumo e geradora de impressões favoráveis à atuação da mulher como dona de casa.

A quantidade de louças requer ainda outro investimento: os armários e guarda louças com várias gavetas, portas e compartimentos para abrigar de uma forma prática todos os objetos, como pôde ser apresentado na seção anterior. A falta de algum refratário ou fôrma específica poderia prejudicar a beleza de um prato, mas não a execução dele, no entanto seria motivo de constrangimento e nesse caso seria melhor não fazê-lo ou comprar o recipiente adequado – é o tipo de discurso que se pode ler nas entrelinhas ou nas próprias linhas, como verificado em *Bom Apetite* (1969, v. 4, p. 956), em uma receita de *fondue* com polenta: “*Espiriteira é um dos elementos que não devem faltar em sua casa, e é sôbre ela que o “fondue” é apresentado na mesa.*”.

Figura 22 – Espiriteira de *fondue*



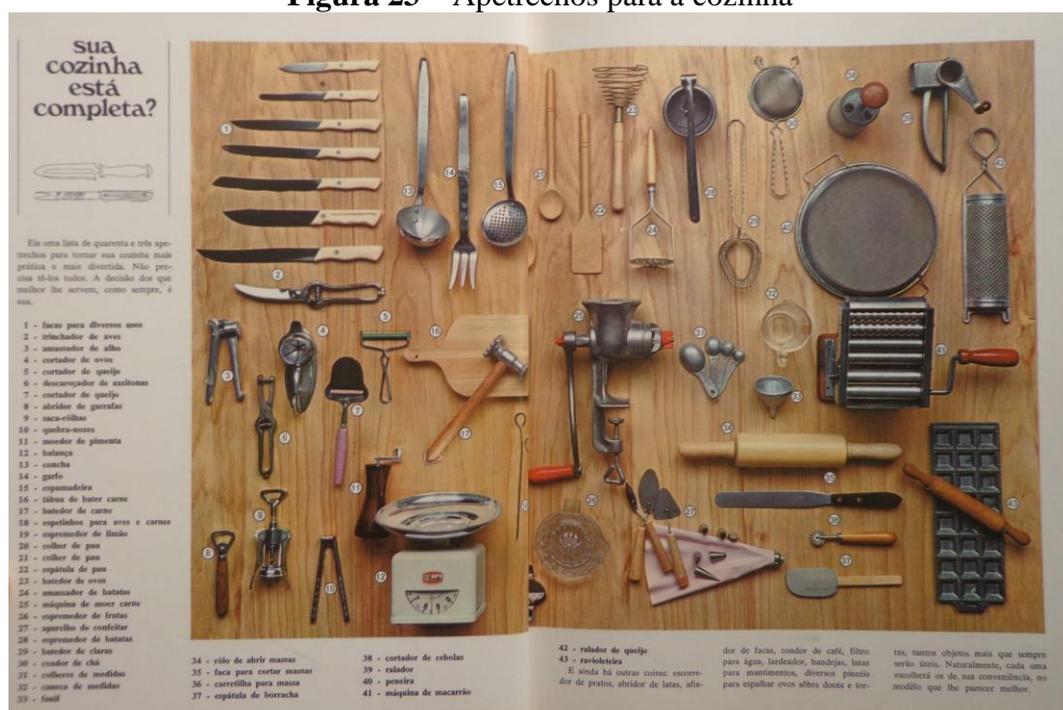
Fonte: Enciclopédia *Bom Apetite*, v. 4, p. 956, 1969.

A espiriteira de *fondue* azul, cor que encontra correspondência nas pétalas desenhadas no prato com polenta, portanto, indicativa de uma combinação de cores que se faz na cozinha, é apresentada na imagem – Figura 22 – e mencionada como um item que não deve faltar na casa, pois, como escrito e demonstrado pela fotografia, é com esse objeto que o *fondue* se apresenta. Sem a espiriteira, fica subentendido que o *fondue* não deve ser apresentado, ou seja, não se faz *fondue* sem o objeto no qual ele é servido. O caráter discriminatório está implícito nesse tipo de aconselhamento difundido por um manual de grande sucesso de vendas. Revel (1991) entende que os manuais de etiqueta ao representarem um modo correto de agir e a própria ação das pessoas são parte da realidade que tenta ser construída pela difusão de uma cultura ideal, mas que também é feita por quem resiste, por qualquer motivo, à ação coercitiva desses manuais.

Ou seja, ao mesmo tempo em que os valores culinários são divulgados de determinada forma e provocam um *status* pelo consumo, a discriminação engendra outras formas de encarar o consumo e fortalece outras identidades. O conteúdo de *Bom Apetite*, e também de *Mãos de Ouro*, ao reproduzir e veicular uma noção “adequada” de decorar, cozinhar e servir, criou novas categorias de consumo nas diferentes classes sociais, atingindo de forma distinta as mulheres que viviam outras realidades.

Na continuidade da apresentação dos itens necessários à cozinha moderna, *Bom Apetite* revela os apetrechos que deixam a cozinha “mais prática e divertida”, conforme mostrados na Figura 23.

Figura 23 – Apetrechos para a cozinha



Fonte: Enciclopédia *Bom Apetite*, v. 1, p. 12-13, 1968

Facas, balança, rolo, ralador, espátulas, pegadores, cortadores, espremedores, medidores. Quantos itens são necessários para uma cozinha completa? A enciclopédia sugere que apenas o suficiente para atender a demanda do que a família precisa, mas quanto mais numerosos forem na cozinha, mais “prática e divertida” será a tarefa de cozinhar e melhor será o desempenho da mulher como dona de casa, esposa e mãe – assim sugere. Os conceitos de “mulher moderna e elegante” e feminilidade caminharam junto às transformações ocorridas nos modelos de domesticidade imbricados à nova forma de consumir degustada pelo país nos anos 1960. Consumir torna-se, então, sinônimo de ser mulher, ser feminina, ser elegante, estar atenta, cuidar bem dos seus e cuidar de si. As ferramentas da feminilidade são os apetrechos de cozinha, que se organizam tal qual uma caixa de ferramentas, que “ferramentaliza” o lar, enchendo-o de objetos e constituindo, por meio deles, a cultura material do cozinhar e da decoração.

Santos (2010) entende que o ato do consumo pelas mulheres é uma função reprodutiva de uma hierarquia que privilegia o gênero masculino. As produções realizadas na esfera pública proporcionam experiências que prosperam a noção de quais os lugares os homens ocupam no mundo, pois estes espaços são valorizados como “arenas de ação”. Já o ambiente emparedado da casa e o consumo de produtos para ele é compreendido como passivo e reprodutivo de um mecanismo elaborado pelos homens para manterem sua vida pública. Como uma engrenagem, as mulheres consomem uma produção que é masculina e que fornece os meios para a manutenção da vida pública de seus pais, filhos e esposos que produzem para o consumo feminino. A visão dessa autora é, no entanto, o que Passerini (1991) considera como uma visão apocalíptica da cultura de massas, já que a partir do próprio sexismo engendrado pela comunicação e imprensa de massas, o seu contrário – uma forma de emancipação – é também produzido – o que será mais bem explicado na parte posterior a esta.

A vida doméstica é permeada por normas, e é possível entender a cozinha como o espaço que abriga a maior quantidade de diretrizes que configuram a feminilidade. *Bom Appetite* poderia ter se restringido apenas ao ensinamento de receitas, já que é uma enciclopédia de “forno e fogão”, mas a reprodução de receitas não é suficiente para conferir todas as normas necessárias à atuação da mulher na cozinha. É preciso cozinhar, cuidar, limpar e embelezar: ações “agradáveis” que exterminam o “tédio” da dona de casa cansada da “mesmice”, proporcionadas da melhor forma pelo consumo, como recomendados. Não a toa as duas enciclopédias da Abril Cultural destinadas às mulheres foram de trabalhos manuais e de forno e fogão, pois a alternância dessas tarefas foi fundamental para a criação da noção do que deveria configurar um “universo feminino.”

3 COZINHAR A BELEZA E SERVIR À MESA: COMIDAS E TOALHAS

Lugar de invenções, a cozinha dá abrigo ao talento culinário, uma habilidade que, fora desse espaço, tende a ser minimizado pelo peso de pertencer ao elenco das atividades cotidianas, ou seja, as atividades que não tem fim. O trabalho interminável, aquele que nunca se conclui, raramente é uma produção vista como digna de grande valor (GIARD, 1996). As “obras de arte” que as donas de casa devem fazer, como recomendado por *Bom Appetite*, na elaboração de lindos pratos, com requinte em ingredientes e visualidade, são tão logo esvanecidas quando de sua mastigação. Uma vida criando arte para vê-la ser deglutida; a beleza dos enfeites culinários esquecidos pela saciedade e posteriormente pelo vazio da fome. Inicia-se o ciclo novamente.

Como serão consumidas, pelas donas de casa, as receitas de *Bom Appetite*? Como serão servidas? Mesmo não captando ao certo as respostas para essas perguntas, é possível imaginar que as diretrizes para as belas construções de pratos sobre mesas decoradas se diluem aos saberes aprendidos, pelas leitoras, ao longo do tempo. Sobrepõe-se o velho sobre o novo; adequa-se às necessidades familiares, aos pedidos dos filhos; cria-se uma característica singular, uma identidade inscrita em um ambiente único no mundo, que contribuirá para a sensação de aconchego e bem estar que só o lar promove.

Os fins de semana, as festas e as visitas dispendem, assim como a moda do vestir-se, que a casa esteja com um traje diferente, bonito, enfeitado. Uma junção de tradições, entre as quais a cristã, preconiza o embelezamento dessas datas, desses dias, como rituais que marcam a sucessão dos dias no calendário, ou do passar do ano, fato reconhecido por meio das datas comemorativas. O embelezamento é um “não passar em branco”, é a sensação de coisa feita e nos “devidos conformes”, afinal, a espécie humana capta a maior parte dos sentidos pela visão (FREITAS, 2011): sentido esse que demanda uma nutrição própria, toda uma construção de mundo para saciar a fome de se enxergar a beleza.

A comida desfruta do privilégio de poder concentrar em si a experiência humana de todos os sentidos, estes pensados na concepção de Freitas (2011): a aparência, que suscita o desejo ou a repulsa e que atinge o corpo em primeiro lugar; o cheiro, que aumenta a fome ou causa enjojo; a palatabilidade, que é o objetivo maior da prática culinária; a textura, que pode fazer até mesmo o melhor dos sabores parecer estranho e ruim; e o barulho que eventualmente ocorre na mastigação, potencializando, por exemplo, a experiência de se comer algo crocante, ou decepcionando pela falta do barulho, indicando um estado de murchidão quando este não deveria existir.

Apesar de todos os sentidos serem essenciais para a experiência da alimentação, principalmente o paladar, a visão ainda continua tendo o seu papel de destaque: come-se primeiro com os olhos. Uma comida bonita será sempre a mais desejada, o que não indica ser a mais gostosa, mas sempre a primeira a ser escolhida. A comida feia pode ter a sua salvação pelo sabor, mas o estigma do “pelo menos ficou gostoso” ainda permanecerá no conjunto da experiência.

A aparência ricamente enfeitada dos alimentos em *Bom Appetite* é consumida como um prato de desejo e que se projeta no futuro. Os livros de receita carecem desse apelo visual, pois as fotografias coloridas e em boa definição, assim como o trabalho artístico e gráfico sobre essas imagens, suscitam a vontade, despertam a curiosidade e também as lembranças de sabores já experimentados, que antecedem a existência do prato além da imagem. A leitora de *Bom Appetite* é então essa artista que, desde a combinação dos têxteis e porcelanas com a comida – sua obra de arte –, proporciona as sensações ternamente deglutidas aos que por ela são alimentados. O que mais pode ser tão poderoso que a associação da nutrição – vital necessidade – com o prazer e o afeto pela experiência de todos os sentidos do corpo?

Nesta terceira e última parte, a partir desse encontro com as práticas culinárias e do servir apresentadas em *Bom Appetite*, e seus elos têxteis com os ensinamentos de *Mãos de Ouro* – receitas de comida e receitas de bordados –, serão capturados as imagens e textos emblemáticos do agrupamento de receitas que, nas páginas guarnecidas de ilustrações, transformam-se em receitas de felicidade, assim endereçadas às donas de casa. O ideal de comportamento doméstico, na perspectiva da cozinha e da sala de jantar, é manifestado pela enciclopédia nas recomendações do preparo e do servir, que constituem, na concepção dessa publicação, a satisfação pessoal de toda dona de casa.

Primeiramente, então, apresenta-se o cenário de atuação de *Bom Appetite* em relação à gastronomia e a culinária cotidiana para que se entenda a construção de uma zona intermediária entre os dois lados, que a enciclopédia ressignifica de um para outro ao preconizar o uso de determinados ingredientes para a constituição de pratos que, por sua vez, devem ser decorados e combinados com as louças, os móveis e, finalmente, com as toalhas, cuja confecção é dada em *Mãos de Ouro*, sendo esses últimos itens – ingredientes, comidas e têxteis – a sequência desta parte.

3.1 GASTRONOMIA: DOS *CHEFS* ÀS DONAS DE CASA

A produção artística dos alimentos e da mesa em *Bom Apetite* corresponde a um fazer gastronômico que a enciclopédia se propõe a traduzir do mundo dos *chefs* para as donas de casa, como indicado na apresentação do primeiro volume:

Bom Apetite pretende desvendar para você os saborosos segredos da cozinha de todo o mundo. Esta “enciclopédia de forno e fogão”, como foi batizada para usar um termo bem nosso, apresentará ao longo de suas três mil páginas ilustradas, cêrca de quatro mil receitas. Tôdas de todos os lugares do mundo, desde as mais simples às mais requintadas, **dignas dos mais famosos “chefs”... e de você.**

Se você anda algo aborrecida com a rotina diária, redescobrirá, nestas páginas ricamente ilustradas, tudo o que há de atraente e empolgante no ato de ir ao fogão com idéias novas, **com imaginação e com entusiasmo inovador. Queremos aguçá-lhe, enfim, o prazer da criação renovado diàriamente, prazer não somente seu, mas de todos os seus.**

Bom Apetite revela os segredos de como preparar, condimentar e servir todos os pratos imagináveis; dá conselhos práticos de tôda ordem para que sua cozinha se torne um agradável ambiente da casa, bom para trabalhar e, mais ainda, para viver melhor; ajuda você a resolver todos os problemas de arrumação da cozinha, da copa e da sala de jantar; dá todos os conselhos sôbre a melhor maneira de receber as pessoas íntimas ou de cerimônia, nas refeições diárias ou nos momentos especiais.

Bom apetite! (BOM APETITE, 1968, vol. 1, p. 3, grifo nosso).

O *status* da gastronomia se vincula às práticas das mulheres na cozinha e produz, então, um setor intermediário entre a cozinha cotidiana, elaborada pelas mulheres, mães e esposas no lar, e a cozinha gastronômica, encarada como masculina, *chic* e reservada aos grandes restaurantes. Na apresentação da enciclopédia é exposta, em suas linhas, principalmente nas partes grifadas, a preocupação em dedicar às leitoras as receitas que são “dignas” dos *chefs*, mas que nem por isso, de acordo com *Bom Apetite*, não podem ser levadas às donas de casa. A criatividade, qualidade dos artistas da cozinha – os *chefs* –, como pretende a publicação, será “aguçada” nas leitoras-cozinheiras, conferindo-lhes prazer, sensação que se estende aos dependentes dela.

A arte feita na cozinha não envolve somente o preparo dos pratos, mas tudo o que está ao redor dele, incluindo a decoração do ambiente e da mesa, a louça no qual ele é servido e a etiqueta envolvida na forma de apresentação e de comportar-se diante da comida, comportamento que muda conforme o tipo de comida, refeição ou ocasião e que a enciclopédia traz em alguns momentos e apresenta como um chamariz para o seu consumo: irá revelar todos os segredos sobre isso.

As palavras “*chef*” e “*gourmet*” se revezam e se completam nos momentos em que a enciclopédia tenta legitimar alguma receita como requintada, ou chamar a atenção para uma receita pouco popular ou desconhecida, como é o caso do Apfestrudel: “O Apfestrudel é uma das glórias da cozinha austríaca. É uma torta diferente das já muito conhecidas, que tem grande aceitação de parte de todos os “*gourmets*”.” (BOM APETITE, 1968, v. 1, p. 114). Ter a aceitação de “todos os “*gourmets*”” significa que a receita tem autonomia e autoridade para se posicionar enquanto gostosa, ou uma “glória”, independente da percepção da dona de casa frente ao sabor desse prato. É nesse sentido que Giard (1996), ao diferenciar a gastronomia da culinária cotidiana, entende que a estrição da primeira aos homens elaborou um conjunto de regras que legitima a gastronomia frente a qualquer opinião que possa ter as cozinheiras domésticas.

Assim, a cozinha, como alta gastronomia, possui regras para ser dessa forma classificada. A linguagem culinária, de acordo com Giard (1996), abrange quatro domínios e dentro de cada uma encontram-se os elementos que classificarão a culinária como gastronomia ou cotidiana. Compõem esses quatro domínios: a matéria prima, que são os ingredientes; os utensílios e recipientes, incluindo os eletrodomésticos empregados no preparo; as operações e os verbos que nomeiam as atividades e movimentos a serem executados; e, por fim, o produto final e sua nomeação. Diferentemente da gramática, a cozinha, tal como o xadrez, possui regras ordenadas por uma linguagem própria, cuja transgressão acarreta no insucesso em relação ao produto final ou mesmo em etapa anterior ao fim, impedindo sua conclusão.

A gastronomia, ainda segundo a autora, ganhou força no século XVIII na França, como referência saudosa à antiga aristocracia. Quando começou a se organizar, foi exclusivamente pensada e desenvolvida por homens, os prestigiados *chefs*. Os livros de receitas mais difundidos no século XIX, quando voltados à alimentação do cotidiano – de mulher para mulher –, tinham como título, frequentemente, o primeiro nome de uma mulher acompanhado de um substantivo de parentesco como “vovó” ou “tia”. Já os livros dos *chefs*, dedicados às comidas requintadas, feitas por homens, não raramente eram intitulados com o nome e sobrenome do *chef*, garantindo autoridade e prestígio para a coletânea de receitas.

Bom Apetite, nesse sentido, possui um título intermediário, que não leva nome de mulher, como a publicação *Claudia Cozinha*, por exemplo – correspondendo-se com o público feminino de forma mais direta –, e também não remete seu título ao nome de algum *chef*, real ou imaginário. A enciclopédia, no entanto, evoca a superioridade dos *chefs* e do “incontestável charme da cozinha francesa” (1969, v. 4, p.764), seja pelo próprio título, que é uma tradução da expressão francesa *bon appétit*; pela indicação do *status gourmet* de algum

prato; ou, ainda, pelos variados pratos com nome francês, tais como *au gratin* (prato coberto por queijo e gratinado no forno), *hours-d'oeuvre* (prato de entrada) e *consommé* (caldo apurado de carne), apresentados no “mini-dicionário” de *Bom Apetite* acerca de alguns nomes que podem, na visão da publicação, não ser de conhecimento da dona de casa (BOM APETITE, 1968, vol. 1, p. 7).

“Quer fazer bonito? Experimente então esta receita de “grand chef”. Dela emana requinte que, aliado ao seu talento, fará desta massa folhada recheada sucesso certo.” (BOM APETITE, 1968, v. 1, p. 171). É o que se lê sobre uma receita de massa folhada e um indicador do requinte que se relaciona com as comidas elaboradas por *chefs* de cozinha. Há, além disso, um ingrediente especial a ser colocado nessa receita: o talento da cozinheira, o que remete às possibilidades dadas às consumidoras dessa publicação – e o que também se vê em *Mãos de Ouro* – dos incrementos que podem ser realizados sobre os ensinamentos ofertados. O “grand chef” não é apenas imitado, mas é dele que emana a legitimidade de uma receita que pode e deve ser interpretada de acordo com os conhecimentos e talentos da dona de casa que irá reproduzir o prato. O chef, para a cozinha, está na mesma posição que o estilista para a moda e a costura na década de 1960, atividades que, quando realizadas por homens, eram prestigiadas.

Bom Apetite, assim, evoca a gastronomia, mas tenta não se distanciar das formas femininas, como entendem Amon e Menasche (2008), de assimilação das receitas, que se embasa em um conhecimento prévio sobre medidas, “pontos”, tempo e quantidades. Há toda uma forma de aprendizado, herança de mulheres, que envolvem os sentidos do corpo, aprendidos desde a infância na observação do trabalho dentro da cozinha. Diferentemente dessa forma de cozinhar e de perceber as comidas – formas tradicionais e cotidianas, muito requisitadas, mas pouco valorizadas – a gastronomia, como indica Giard (1996), faz referência ao comer bem, como um exercício que confere um estilo de vida e um *status*, explorando as “riquezas” culinárias.

O circuito gastronômico, no momento da legitimação dos pratos e as nomenclaturas que lhes são conferidos, excluiu, por muito tempo, as mulheres de tal ordenação, cabendo aos homens decidirem a respeito dessas questões. Há um trabalho teórico a ser feito nesse domínio, descrever sabores e combinações, algo que, supostamente, ia além do que as mulheres podiam fazer. Além disso, elas eram consideradas fracas para os condimentos e alimentos mais fortes de sabor. Então, já no primeiro domínio da linguagem culinária, a exotividade ou requinte dos ingredientes – determinados pelos *chefs* – posicionam o lado da culinária tradicional e o da gastronomia. (GIARD, 1996).

No domínio das operações comandadas pelos verbos, houve uma mudança mais radical a partir da década de 1940 com a entrada dos eletrodomésticos, que fez alguns verbos serem extintos ao passo em que criou outros. Os aparelhos não só extinguiram palavras do vocabulário culinário, foram-se também muitas percepções que eram ensinadas e aprendidas por meio dos sentidos, medições que os aparelhos passaram a exercer. Além disso, Giard (1996, p. 293) assinala que:

Com esses aparelhos eletrodomésticos, a mecânica masculina, sua organização técnica, suas máquinas e sua lógica entraram na cozinha das mulheres, sem permitir-lhes adaptar esses utensílios às suas seculares técnicas do corpo, impondo-lhes autoritariamente uma nova maneira de relacionar-se com as coisas, outros modos de organização, por conseguinte, de raciocinar.

Ainda, as instruções nos primeiros aparelhos – o que até hoje permanece em muitos eletros – não eram claras, sendo na maior parte das vezes muito técnicas, o que fazia o produto estragar pelo seu mau uso, decorrente da falta de compreensão de sua adequada utilização. A autora defende que o uso de aparelhos dentro das práticas culinárias é mais feito por homens, enquanto as mulheres, muitas vezes, preferem as formas tradicionais de conduzir as tarefas na cozinha. No entanto, como já indicado, *Bom Appetite* se esforça para levar às leitoras o maior número possível de eletrodomésticos que contribuirão para o aperfeiçoamento das receitas e menor cansaço do corpo, angariando, ainda, consumidoras para as indústrias em desenvolvimento.

O domínio da gastronomia que versa sobre os nomes, como defendido por Giard (1996), é muito indicativo da distância que se promove entre os pratos artísticos, ou seja, os gastronômicos, dos pratos cotidianos, os que eram entendidos como produção de mulheres. Dentro de casa as receitas são, muitas vezes, passadas de geração em geração sem que se tenha dado a ela um nome específico. Na maior parte das vezes são chamadas pelo seu nome analítico, que descreve os principais ingredientes e o veículo de preparo: forno, pressão, freezer. Essa cozinha não batizada é a cozinha comum, do dia a dia, feita pelas mãos das donas de casa.

A gastronomia, para a autora, tem por diferencial dar nomes sofisticados que nada ou pouco explicam sobre o prato ao qual se referem. No início da cultura gastronômica, os pratos faziam referência a nomes nobres, evocando o passado de príncipes e reis, outros referenciavam artistas, arquiteturas e espetáculos. Alguns nomes, por exemplo “bechamel” – referente a um estilo arquitetônico –, caíram na popularidade e perderam o seu *status gourmet*. Outra forma de nomear os pratos é a partir de sua referência regional, que indica de

onde vem a receita. Esse, de acordo com a autora, é um intermediário entre o nome analítico e o nome sofisticado, que não faz do prato algo tão circunscrito no cotidiano, tão pouco o torna símbolo de *status* social.

Os nomes das receitas em *Bom Appetite* são muito variados e caminham pelos três pontos destacados pela autora. Há tanto nomes analíticos, como “abobrinhas recheadas fritas” (1968, v. 3, p. 706), quanto nomes que pouco explicam sobre o prato, como “vol-au-vent à financeira” (1969, v. 5, p. 1098), e nomes com indicação da regionalidade, estes os mais comuns: “compotas de pêsego do Rio Grande do Sul” (1968, v. 3, p. 706); “frituras holandesas” (1969, v. 5, p. 1037), “sopa de Marrocos” (1970, v. 6, p. 1271) entre outros. Há ainda variadas tortas com nomes femininos, são sempre tortas doces e bem decoradas, entre elas, “torta Sônia” (1968, v. 1, p. 222), “torta Anita” (1968, v. 1, p. 223), “torta Madalena” (1968, v. 3, p. 714), e “torta Elisa” (1970, v. 6, p. 1340). Os doces possuem, de acordo com Algranti (2005), em sua simbologia, a relação com a frivolidade e a alegria, sendo encarados como comida que se presenteia e com a qual se agrada. As tortas-mulheres são, assim, em seu sabor e visual, feitas para agradar, para conquistar, relacionando-se ao papel pensado para as mulheres na sociedade do período.

Carvalho (2008) acrescenta que as comidas açucaradas eram, como indicavam os manuais brasileiros do início do século XX, restritas nas refeições masculinas e mais abundantes nas femininas. Havia a diferenciação entre comidas masculinas e femininas, as de sabor mais forte aos homens, como as carnes vermelhas e comidas mais apimentadas, e de sabor considerado mais leve, entre elas as açucaradas, para as mulheres. As comidas doces remetem ao paladar infantilizado que prefere o doce, sabor encontrado no leite materno, e, uma vez que as mulheres são associadas ao universo infantil, como indicado por Courbin (2009), estabelece-se o gênero dos doces e, conseqüentemente, a sua ornamentação e apresentação, decorados tal qual se preconiza ao corpo feminino.

A decoração das tortas, mas não somente delas, acena para a possibilidade de se acrescentar aos domínios da culinária, proposto por Giard (1996), o domínio visual dos livros de receita, que constituem parte da linguagem culinária que se adquire pelos livros, atingindo os leitores e leitoras antes mesmo da visualização do texto escrito e do nome da receita. A rica linguagem visual, formada por um jogo de cores e formas, equilíbrio, profundidade, linhas e detalhes, é também capaz de dialogar com o *status* da arte e, portanto, da gastronomia, tornando a mesa semelhante a um quadro, cujo forjamento é dado por meio da fotografia. Acenam ainda, essas imagens, para as demarcações sociais exercidas pelo consumo e pelo uso dos objetos à mesa, entre eles, os têxteis.

Acrescenta-se a essa discussão a visão de Jacob (2007), a qual entende a culinária como o universo da comida e do seu preparo, que é atravessada pela escolha dos ingredientes até a louça na qual será servida; já a gastronomia se refere à “complexificação” da culinária, dizendo mais respeito ao prazer que à necessidade, aumentando a quantidade de símbolos e significados sobre a mesa. A década de 1960 é marcada também, no Brasil, pelo maior alcance da gastronomia, prescrita pela cultura de massas, na versão dos periódicos, como sinalizadoras de *status* social, atingindo um novo público a partir da democratização dada pela divulgação periódica das receitas gastronômicas.

O “além da necessidade”, contido na configuração da gastronomia, discorre também sobre a exuberância visual dos pratos, que desperta a gula. Impressas nas páginas dos livros, revistas e enciclopédias, as belas construções em comidas instigam em sua bidimensionalidade a necessidade de se devorar, o que se dá em primeira instância na imagem: devora-se a fotografia, saliva-se com a imagem e as lembranças olfativas e gustativas que ela traz (JACOB, 2007). A autora, entendendo que os periódicos cumpriam um papel, muitas vezes, de amizade com o leitor, argumenta que os seus consumidores procuravam em suas páginas aquilo de que gostam e desejam. Nem sempre o leitor pode comprar o que se veicula nas páginas de uma revista, mas pode contentar-se em ver algo que deseja e se alimentar do sonho de possuí-lo. Assim, entende-se de que forma a gastronomia entrou no circuito de publicações periódicas:

A fome e o paladar são constantes fatores de ordem biológica e cultural na nossa vida. Enquanto a maior parte do planeta luta a todo momento para comer o mínimo necessário para a sua sobrevivência, uma pequena parcela de indivíduos pode se deleitar com os grandes prazeres da mesa. São esses afortunados o alvo das mídias relacionadas à cozinha, que procuram atingir tanto o gourmet ávido por novos sabores quanto a dona-de-casa que prepara refeições diárias para sua família (JACOB, 2007, p. 6).

Com esses princípios, vendem-se antes imagens, que interagem primeiramente com o olhar e que podem vir a interagir com o estômago, mas este último, no entanto, é menos decisivo no consumo pelos cadernos de receitas, apesar de ser concebido como o órgão máximo a ser atingido pela comida, o órgão que reage mais imediatamente quando no momento da fome. As imagens dos pratos, como identifica a autora, não são frutos de um “click” sobre um prato concluído, mas sim, produtos elaborados para que pareçam suculentos. Para isso, são utilizados recursos como o uso de glicerina e óleos para tornar brilhosos determinados alimentos, assim como a fotografia de comidas em etapas anteriores a sua

conclusão, por exemplo, a carne antes de terminado o seu processo de cozimento, para que pareça mais palatável e que tenha cor mais viva.

Os investimentos na decoração da mesa, no uso dos talheres e louças e na própria construção decorativa do alimento, bem como os recursos que os valorizam perante a câmera, são fundamentais para recriar magicamente as sensações que se perde na bidimensionalidade da tinta que se imprime sobre o papel. Este esforço se transforma no interesse do consumidor, que querará comprar e, possivelmente, satisfazer-se com o feitio das receitas, garantindo, no caso dos fascículos *Bom Appetite*, a continuidade da compra fasciculada que visa elaborar uma enciclopédia. Uma vez que os periódicos e livros de receitas estão inseridos dentro da cultura culinária, as suas imagens dialogam com a linguagem falada na cozinha, modificando, muitas vezes, as ações das pessoas naqueles espaços a partir da assimilação ou interpretação feita sobre as fotografias de pratos e mesas decoradas.

Jacob (2007) ainda defende que os pratos gastronômicos, nas revistas, recebem tratamentos análogos ao que são feitos em imagens de mulheres, tornando ambos sensuais e atraentes, maquiados e adornados. O que se vende pela mídia são antes as prescrições que fazem referência ao que se tem de mais valorizado na sociedade e que, por sua vez, são fundados pelo mercado. Assim como a partir de imagens de belas mulheres e belas casas se vendem cosméticos, tecidos, móveis e produtos da moda, visando atingir um padrão replicado como ideal, esse padrão não é necessariamente atingido, mas se reflete no desejo e na busca. Da mesma forma, a venda de produtos da gastronomia não necessariamente resultará em produção gastronômica pela dona de casa, até mesmo porque, como já salientado por Giard (1996), a gastronomia está quase que completamente restrita ao mundo dos homens, o que concede às mulheres cozinheiras a possibilidade de recriar a culinária cotidiana e, ao mesmo tempo, usufruir do *status* do *chef*, outorgado pelo crivo da revista.

Antes, no entanto, de serem exploradas as imagens e os aconselhamentos sobre decoração que compõem as fotografias, acompanhadas também por linguagem gramatical, os próprios ingredientes utilizados na elaboração das comidas já informam, com antecedência, o *status* que se põe à mesa. Apesar de, muitas vezes, serem substituíveis, quando utilizados servem como reforço da “fineza” do prato e contribuem para a percepção da beleza que dele emana. *Bom Appetite*, nesse campo, é emblemática de um período no qual a indústria alimentícia crescia e a oferta dos industrializados atingia cada vez mais uma maior parcela da população, como se indicará no próximo subcapítulo.

3.2 NOVOS INGREDIENTES NA COZINHA BRASILEIRA

Mais do que substâncias nutritivas, para Mintz (2001), os seres humanos ingerem as substâncias imaginárias que permeiam a escolha dos alimentos, estes mais ou menos valorizados pelas normas vigentes e dominantes da sociedade. O alimento, inscrito numa teia comunicativa, pode ser considerado como uma manifestação de intenções, que podem ser diferentes entre os que o preparam e os que o comem. É nesse sentido que este subcapítulo explora as substâncias que constroem as comidas de *Bom Appetite* e como, naquele contexto, elas simbolizavam uma forma de se expressar frente aos *status* atribuídos pelo consumo e, ou, pela manutenção de práticas culinárias tradicionais.

Para Meneses e Carneiro (1997), a alimentação, no decorrer do tempo, deve ser associada, principalmente, às questões culturais, sociais e econômicas, muito mais que as biológicas, que não dão conta de explicar as entradas e exclusões de determinados alimentos bem como os seus modos de preparo ou de se comer. Os autores ainda argumentam que os estudos sobre a alimentação são abundantes na Antropologia, Geografia, Arqueologia e Ciências Sociais, sendo essas importantes áreas para construir diálogos com a historiografia do campo alimentar. Alimentos abundantes, por exemplo, por vezes foram associados à pobreza, ainda que fossem de grande valor nutricional, por serem acessíveis até aos mais pobres. No anseio de distinção, as classes mais altas incorporaram, muitas vezes, alimentos menos abundantes, que passaram a se configurar enquanto símbolos de *status*.

A sociedade industrial, como argumentam os autores, é o maior exemplo de como a perspectiva cultural se sobrepõe à biológica no momento de delimitar a alimentação da população. Isso se exemplifica na alimentação ocidental do século XX, cuja fartura nos setores urbanos e escassez nos setores rurais da sociedade levariam a uma confusão no plano biológico: a alimentação experimentada pela cidade, em relação à proporção de energia e nutrientes, se caracteriza enquanto própria de uma sociedade agrícola e com grande intensidade de atividades corporais. Nutricionalmente, ela não combina com o sedentarismo que se iniciou no século XIX e se asseverou no XX, causando diversas patologias de várias ordens (MENESES; CARNEIRO, 1997).

A alimentação, antes da intensificação da sociedade industrial e de consumo, era demarcadora de um tempo natural, que compreendia as estações do ano, os momentos do calendário e os marcos sociais que se repetiam; eram realizadas num tempo regado e que demarcavam os ritmos regulares do cotidiano. O consumo de alimentos mais tecnológicos, e a disponibilidade dos mesmos, interfere nas percepções do tempo e se inscreve na alteração do ritmo da vida. A abundância e diversificação alimentar em *Bom Appetite* é um produto do

crescimento econômico que, ao mesmo tempo em que pôde levar qualidade de vida por meio do consumo para as classes médias e altas, provocou a pobreza de muitos num ritmo acelerado, próprio da lógica do capitalismo, como entendem Meneses e Carneiro (1997, p. 42-43):

A pauperização dos estratos cada vez mais vastos na época moderna não é comparável às situações de desigualdade social, medieval, mais ou menos estáveis, perturbadas apenas por crises pontuais, como a do século XIV. O período moderno foi, portanto, um período de estratificação acelerada, com grandes camadas de excluídos reduzidos à desnutrição crônica, ao mesmo tempo em que os produtos do comércio de longo curso ampliavam sua esfera de consumo, popularizando gêneros como o açúcar, as especiarias, as bebidas coloniais [chocolate, café e chá], além das novas espécies americanas difundidas pelo mundo.

O início das grandes navegações, que culminou na descoberta das Américas, marca maior interesse humano pelos alimentos, principalmente pelas especiarias, e, logo em seguida, pelo açúcar da cana. Esses eventos provocaram uma radical mudança nos hábitos alimentares do mundo todo, promovendo o intercâmbio humano e alimentício. Nesses trânsitos há o destaque para os produtos difundidos pelos Estados Unidos que, devido ao tamanho alcance no mundo todo, fez de seus produtos os mais consumidos em longínquos países. A alimentação que se caracterizou como moderna a partir da década de 1940, com a intensificação da industrialização e o crescimento econômico, foi a que excluiu boa parte dos vegetais frescos e promoveu o aumento do consumo de gorduras animais e vegetais, carnes, laticínios, ovos e açúcar (PINHEIRO, 2005), ainda que na enciclopédia, em sua origem italiana, haja certa abundância de vegetais.

A vida prática foi originalmente difundida nos Estados Unidos na primeira metade do século XX e, uma das primeiras ressonâncias desse pensamento, foi encontrada nos regimes alimentares daquela nação. O crescimento da industrialização no modelo fordista de produção, além da ampla penetração no espaço doméstico se resvalou na alimentação dos norte americanos. Considerada uma sociedade glutona, devido à ampla produção e consumo de carnes e cereais, a população dos Estados Unidos conseguiu manter seus “exageros” alimentares, aliados ao crescimento industrial e de uma vida cujo tempo passou a ser limitado. Os enlatados, a pasteurização, a fortificação dos alimentos com vitaminas e o uso de conservantes foram invenções norte americanas que, mais cedo ou mais tarde, foram adotadas pela maior parte dos países no Ocidente (LEVENSTEIN, 1998).

O *American Way of Life*, no seu momento de instalação no Brasil, principalmente em São Paulo, a partir dos vínculos comerciais que o país estabelecia com os Estados Unidos,

nação que depositou maciçamente suas multinacionais em solo brasileiro no período entreguerras, foi, de acordo com Homem (2015), o movimento responsável por mudar a forma de alimentação dos paulistas naquele período a partir da inserção de novos ingredientes e alimentos industrializados. Como exemplo, a autora cita a entrada dos produtos Nestlé, da Refinações de Milho Brasil, produtora da Maizena, a marca Peixe e os seus enlatados, como molho de tomate, sardinha, goiabada e marmelada, além de marcas de biscoitos, refrigerantes, cervejas e variados tipos de óleos vegetais – no Brasil só se consumia banha de porco, manteiga e azeite europeu.

Em 1940 popularizavam-se os equipamentos para a cozinha, entre eles, a geladeira elétrica, que passou a permitir a armazenagem de alimentos perecíveis, como hortaliças, carnes, leites e derivados, além de possibilitar o preparo das comidas com antecedência. A Tetra Pack, empresa sueca e reconhecida por suas embalagens assépticas e que conservam sem que se use conservante nos alimentos, foi trazida para o Brasil em 1957, junto ao grupo Tetra Laval, que entre suas empresas incluía a Sidel, especializada em garrafas de plástico tipo PET. Essas embalagens libertaram os produtores de leite e de refrigerante da obrigação do armazenamento e transporte realizados em vasilhames de vidro ou alumínio, além de possibilitar a compra desses produtos para estoque, já que adquiriram maior prazo de validade (HOMEM, 2015).

Villas (2014) recorda que foi também na primeira metade do século XX, mais próximo à década de 1950, que o Brasil assistiu a ascensão de ingredientes como os produtos da Knorr, em especial os caldos de carne, galinha e legumes, sucos em pó, fermento químico Pó Royal, fermento seco Fleischman e maionese Hellmann's. No momento em que *Bom Appetite* foi traduzida para o Brasil, no ano de 1968, esses produtos já eram populares e acessíveis para a classe média, possíveis de serem encontrados nos mercados dos centros urbanos. No entanto, eram ainda recentes e veiculados como novidades e ingredientes geradores de *status*, pela modernização que representavam. *Bom Appetite* (1968, v. 1, p. 232), ao apresentar uma receita de patê de atum, fala sobre a “fineza” do atum enlatado: “Atum enlatado é mesmo um grande amigo da dona de casa: sua fineza enriquece o cardápio das grandes ocasiões ou completa o do trivial.”.

As receitas de *Bom Appetite* são permeadas pelos produtos industriais e enlatados, utilizados, muitas vezes, como substitutos ou complementares aos ingredientes frescos. Na segunda receita do primeiro volume (1968, v. 1, p. 22), de “tomates e repólho recheados”, é possível constatar a indicação de uso de produtos industriais que substituíam as versões caseiras, por exemplo, a troca do molho de tomate caseiro pela “massa de tomate” e, também, o uso de enlatados, como sugere, ervilha e cogumelos. Nessa receita, o tomate e o cogumelo

são essenciais, um está no nome da receita e o outro servindo, junto com a carne, como base do recheio para o repolho. Eles não são totalmente substituídos pela versão industrial, mas são acrescentados por eles, tornando a receita mais barata e mais rentável, porém sem perder o caráter do “feito em casa”. Em outras receitas, como a “Sopa de veludo” (BOM APETITE, 1968, v. 1, p. 110-111) é indicado o uso do caldo de carne, que se vê também na imagem ao lado da receita.

Figura 24 – Ingredientes e pratos sobre a mesa



Fonte: Enciclopédia *Bom Appetite*, v. 1, p. 110-111, 1968

Os pratos ensinados nessas páginas e que aparecem na imagem estão dispostos juntos a alguns ingredientes de preparo e também a bebidas e queijos, que são acompanhamentos. Além da sopa, cujo ingrediente principal é o caldo de carne, na mesa encontram-se outros pratos: “Couve-flor à cigana”, que consiste em uma couve-flor cozida e depois assada com margarina, farinha de rosca e queijo parmesão; “Costeletas com ervilhas”, prato feito com carne de boi e molho vermelho com ervilhas enlatadas; e “Aspargos com ovos”, que são ovos fritos na margarina – e a sobra da margarina da frigideira despejada por cima dos ovos – junto a aspargos enlatados sem nenhum outro tipo de preparo.

Além da ervilha e molho de tomate enlatados e do caldo de carne já citados, o aspargo em lata é indicado como ingrediente principal de um dos pratos. Isso faz pensar acerca da tradução das receitas italianas para o Brasil. Ainda que haja receitas regionais brasileiras, identificadas pelos nomes com os demarcadores da região – “paulista”, “mineiro”, “gaúcho” – , outras receitas de *Bom Appetite* possuem ingredientes pouco populares no país,

provavelmente possíveis de serem encontrados apenas nas capitais e locais marcados pela produção desses alimentos. O aspargo, vegetal muito consumido na Itália e em países como França, Inglaterra e Alemanha, teve sua produção no Brasil iniciada na década de 1930, mas foi apenas em 1960 que começou a ser industrializado na região de Pelotas, no Rio Grande do Sul (AUGUSTIN *et al*, 1993). Sua condição no ano de 1968 era ainda o de novidade e, possivelmente, de alimento inacessível e desconhecido para a maior parte da população.

Já a couve-flor, cultivada na Europa desde o século XVI, foi introduzida no Brasil no século XIX, porém somente na década de 1945 esse vegetal passou por melhoramentos para ser produzido em grande escala (MAY *et al*, 2007). Ainda que mais popular que o aspargo, mantinha uma gestação recente junto à alimentação do brasileiro, o que também é percebido em vários outros vegetais ou ingredientes apontados por *Bom Appetite*: a alcachofra (NETTO; CAMPOS; FARIA, 2005) e o brócolis (TREVISAN, 2013), vegetais introduzidos no país por italianos em meados do século XX; a margarina, que no Brasil foi lançada primeiramente pela Anderson Clayton em 1948, a margarina Saúde, única no país até a década de 1970, momento em que a Gessy Lever lança a margarina Doriana, a primeira margarina cremosa (HOMEM, 2015); e os cogumelos, cujo cultivo de alguns tipos teve início na década de 1960, sendo que somente em 1980 tornou-se mais expressivo junto ao prato dos brasileiros (SHIBATA; DEMIATE, 2003).

De origem italiana, percebe-se que *Bom Appetite*, no momento de sua tradução, não recebeu uma adequação em todas as receitas para indicar os ingredientes populares por aqui no final da década de 1960, o que revela um posicionamento aliado com as formas de consumo da elite, que podia pagar e ter acesso a determinados alimentos. Ainda, e lembrando que Victor Civita era de família italiana, a enciclopédia se insere em um contexto de profusão da culinária italiana pelo Brasil, que recebeu, de acordo com Bertonha (2001), no final de século XIX e início do século XX, mais de um milhão de imigrantes italianos, constituindo-se posteriormente como parcela expressiva da população brasileira, mais concentrada no sul e sudeste do país.

Muito da alimentação dos italianos no Brasil esteve restrita, até a década de 1950, aos bairros e comunidades desses imigrantes, é o caso, por exemplo, do macarrão e da pizza, como indica Collaço (2010), que só após esse período se difundiu mais intensamente para os outros setores da sociedade. Logo nas primeiras páginas do primeiro volume de *Bom Appetite*, indicam-se os “vários tipos de macarrão”, mais precisamente cinquenta tipos, entre eles o espaguete, canelone, lasanha, pena, gravatinha, padre-nosso, ninho entre outros (BOM APETITE, 1968, v. 1, p.18-19). Nos índices de todos os volumes são também encontrados receitas de macarrão e de pizza. A enciclopédia, então, colocou-se como oportuna na

divulgação dessas receitas no momento em que elas mais se popularizavam, mas ao mesmo tempo, pelos ingredientes que acompanhavam os pratos, identificou-se com os hábitos de consumo da elite.

Outros notáveis ingredientes mais significantes da alimentação italiana que dos brasileiros estão nas recorrentes recomendações para o uso de avelãs e o consumo de carne de coelho. A própria enciclopédia, em sua tradução, se encarrega de informar que estes não são alimentos populares por aqui, mas que devem ser apreciados pelos brasileiros. No caso das avelãs, elas aparecem nos momentos em que são indicados pratos natalinos, nos quais é possível observar as sugestões de trocas por outras castanhas, como a do Pará e a de caju, tipicamente brasileiras. Em relação à carne de coelho, *Bom Appetite* (1968, v. 1, p. 134) indica que: “Embora no Brasil a carne de coelho não seja muito difundida, vale a pena experimentar essa receita e ir habituando o paladar. É mais uma possibilidade para mudar o cardápio.” Percebe-se que há uma ponderação sobre serem, essas comidas, de difícil acesso, porém recomenda-se a habituação ao consumo, cuja novidade indica possibilidades de mudanças e de refinamento do paladar.

A carne de coelho, na enciclopédia, é só mais um tipo de carne dentre os tantos outros tipos apresentados, sendo a mais frequente a de boi. Levenstein (1998) aponta que o consumo desse animal, o boi, ganhou força nos Estados Unidos e desapontou para o mundo junto ao movimento expansionista da cultura norte americana, elevando a cultura dos produtos de origem animal como indicativos da fartura frente à pobreza. A nutrição, após a crise vivida pelos Estados Unidos na década de 1930 e que afetou todo o Ocidente, tornou-se emergente como civilizadora, juntando o seu *status* ao da apresentação da mesa, bem como o comportamento ao redor desse móvel. No centro da mesa, o destaque para a carne e os produtos animais como indicativos da nutrição e do poder de consumo de uma família.

Na enciclopédia *Bom Appetite*, além de serem indicados, entre as páginas introdutórias, os cortes do boi e as melhores formas de utilizá-los, o que depois se aprenderá com a leitura das receitas, há uma indicação, no primeiro volume, de três receitas possíveis de serem feitas sem o uso da carne, sendo elas pratos principais: pudim verde, omelete andaluza e croquetes de berinjelas. “Ninguém notará a falta da carne se você, de vez em quando, resolver substituí-la por uma destas receitas; a mudança será bem recebida por todos.” (BOM APETITE, 1968, v. 1, p. 234). A substituição poderia ser feita “de vez em quando”, o que indica que não com muita frequência, assim emblemática da superioridade da carne, que se veiculava e era defendida pelo estilo de vida norte americano.

Colaborando com esse movimento, no Brasil, os estudos acerca da fome empreendidos nos anos 1930 e a denúncia referente à pobreza na variedade alimentar, vivida especialmente

no nordeste do país e que contribuía para a disseminação de doenças e mortes entre os trabalhadores, forneceram bases para a implementação de um salário mínimo, além da valorização da carne como alimento de capital necessidade para se suprir as carências nutricionais – alimento esse ausente no cardápio dos mais pobres, portanto, mais associados aos ricos e à riqueza (SILVA, 2010).

Silva (2010) assevera que esses estudos recomendavam ao Estado que se dedicasse, quando na criação de um salário mínimo, a sanar as necessidades alimentares – medidas em calorias e proteínas – privilegiando esse setor ao invés da moradia e do vestuário que, de acordo com os estudos, num país tropical, são de menor importância. Os cálculos realizados para a elaboração do salário mínimo em 1940 tiveram como base, então, a preconização de uma atenção que deveria estar volvida para erradicar a fome e aniquilar a mortalidade ocasionada pela desnutrição. O autor ainda entende que a preocupação em prover variedades alimentícias percorreu os três governos considerados desenvolvimentistas: Getúlio Vargas, Juscelino Kubistchek e o regime militar no período que compreende a metade da década de 1960 e início da de 1970. Essas informações encontram-se vinculadas à necessidade de criar cidadãos bem alimentados, fundamental para o rendimento na indústria e que percorria os interesses das práticas capitalistas.

Sahlins (2003) fornece subsídios para se pensar além das questões racionais como incidentes sobre a alimentação. A simbologia dos alimentos permeia o seu consumo ou desprezo nas diversas sociedades e, conseqüentemente, o seu trânsito pelo mundo. Ao dar destaque ao papel da carne de animais na sociedade norte americana, o autor compreende que a não opção por carne de cachorro, por exemplo, é uma escolha inscrita nos aspectos simbólicos que circundam este animal, mais humanizado que os demais. O consumo de carne, então, depende de um distanciamento da humanização que, no ocidente, tem o boi e o cão em pontos opostos.

Para Adams (2012), a alimentação com carne depende, geralmente, do referencial ausente dos animais, ou seja, que os mesmos, transformados em cadáveres, sejam desfigurados e picados para se assemelharem o menos possível com a sua versão viva, mudança que ocorre também no momento de nomear as receitas. No entanto, a obra da autora em questão se trata, centralmente, em defender a tese de que há uma política sexual da carne, comida que, condicionada por uma sociedade patriarcal, na concepção da autora, é o símbolo do domínio dos homens: o alimento dos que caçam, dos que reinam sobre os animais, o alimento que dialoga simbolicamente com a virilidade. As mulheres, também entendidas como dotadas de um corpo que é feito referencial ausente pelos homens – o olhar para as partes do corpo separadas de um conjunto –, são as responsáveis por descaracterizar os

animais e servi-los aos homens. Observa-se, de acordo com essa perspectiva, uma centrifugação que perpassa o corpo da mulher e o corpo dos animais servidos como alimentos, e reforça os papéis do homem que provê e da mulher que alimenta, servindo e servindo-se.

Apesar da abundância de perspectivas pelas quais se pode analisar a relação das donas de casa com o preparo da carne e os símbolos dessa comida posta à mesa, os indícios do crescimento da sociedade de consumo via *American Way of Life* são os preponderantes quando na observação das receitas indicadas por *Bom Appetite*, que concentram em si o *status* da riqueza aplicada à carne, o crescimento econômico e o lucro obtido no setor pecuário e, ainda, a demanda nutricional exigida pela sociedade industrial junto à requisição de trabalhadores fortes e saudáveis, corroborada pelas pesquisas científicas realizadas no início do século XX apontando para a superioridade dos produtos animais frente aos vegetais na proveniência de nutrientes para o corpo (LEVEINSTEIN, 1998).

As práticas culinárias veiculadas por livros de receitas, por periódicos, e disseminadas pelos governos desenvolvimentistas no país, entre as quais o consumo de alimentos industrializados e os de origem animal, são apropriadas pelas donas de casa na década de 1960 e ressignificam, junto aos costumes tradicionais, as comidas e os seus valores simbólicos. Nesse sentido, Amon e Menasche (2008) acenam para as tradições culinárias das donas de casa frente ao espírito modernizador vivido na primeira metade do século XX até, mais fortemente, a década de 1970 e que desejou ser sentido, também, no âmbito culinário.

Analisando receitas familiares anotadas à mão, as autoras captam o uso de produtos industrializados em receitas tradicionais de família que eram antes elaboradas a partir de um trabalho caseiro em relação a certos ingredientes. Assim, as receitas de *Bom Appetite* fazem pensar em dois movimentos possíveis em suas apropriações pelas donas de casa e leitoras: a primeira, a de executar as receitas trocando os ingredientes e fazendo adaptações ou acréscimos que revelam suas tradições e gosto próprios, ou referentes à preferência da família; a segunda, a de preparar as receitas já tradicionalmente elaboradas, mas utilizando, no entanto, ingredientes indicados por *Bom Appetite*. Ou seja, o que antes se fazia de forma mais artesanal, passa a ter um ou alguns de seus ingredientes trocados por sua versão industrial, que estabelece a sensação de modernidade ao mesmo tempo em que mantém vivas as tradições familiares (AMON; MENASCHE, 2008).

Isso aponta para uma criatividade cozinheira e uma inteligência necessária para o fazer culinário, que versa sobre a percepção das trocas possíveis e, ainda, de como podem ser feitos outros usos, além dos indicados pelas receitas, acerca de alguns ingredientes. A intuição e criatividade na cozinha, além de encontrarem alento no uso dos ingredientes, se aponta para o conjunto de práticas que envolvem as comidas além da própria materialidade delas,

agrupando-as em uma cadeia simbólica junto aos objetos que as circundam e constroem representações de modelos comportamentais na cozinha.

3.3 SOBRE A TOALHA: SÍMBOLOS DE COMENSALIDADE

Destaca Giard (1996) que, como toda ação humana, as tarefas femininas dependem da ordem cultural que varia entre as diferentes sociedades, classes sociais e à própria individualidade forjada pelas relações, pelos aprendizados no decorrer do tempo e também por meio da subjetividade e personalidade, imprimindo um estilo próprio e que se faz ver na arrumação da casa e preparo dos alimentos.

Deste modo, apropriando-se do “saber-fazer” comum, cada “fada do lar” adquire finalmente um modo próprio de fazer intervir, umas sobre as outras, as seqüências cronológicas e de compor, sobre temas obrigatórios, *ne varietur*, uma música de variações jamais fixas numa forma estável (GIARD, 1996, p. 218).

Por ser considerado um trabalho monótono e repetitivo, pensa-se que o ato de cozinhar é desprovido de imaginação e inteligência. Cozinhar, assim como bordar, exige memória dos gestos aprendidos, exige inteligência programadora, saber a sequencia do preparo, o que se deve fazer, deixar adiantado, ou deixar para o final. O cheiro indica o estágio de cozimento, se é preciso abrandar o fogo, aumentá-lo ou desligá-lo. A ausência de um ingrediente suscita o uso da memória na busca de um substitutivo, cuja textura e sabor não prejudicará o sucesso da receita. É nesse sentido que *Bom Appetite* (1968, v. 1, p. 213) recomenda, ao final da receita “Salgadinhos especiais”, em uma nota: “com imaginação, você poderá variar os ingredientes e adaptá-los ao seu paladar.”.

O valor simbólico associado a certos tipos de alimentos, valorizando-se uns, desprezando-se outros, dependendo da ocasião, é uma construção cultural que vai se transformando e reestruturando ao longo do tempo, de acordo com as deficiências nutricionais, a fome, a abundância, às doenças e à saúde, as descobertas de formas de melhoramento e conservação dos alimentos, às técnicas de limpeza e, finalmente, a experiência de cada família transformada em aprendizados culinários transmitidos de mulher para mulher, de geração em geração (GIARD, 1996).

Bom Appetite diz, na nota citada, que as cozinheiras podem usar a imaginação para fazer adaptações ao paladar delas. Para Giard (1996), os hábitos alimentares da dona de casa serão os imperativos da cozinha, eles educarão os hábitos dos filhos e modificarão os do esposo – cujos hábitos anteriores ao casamento estavam vinculados aos da mãe –. Servir as

refeições é, para a mulher do lar, uma forma de temperar a memória dos seus dependentes nutricionais, de se viver em outro corpo e para além da vida material. Cozinhar é, assim, também uma parte afetiva da relação com os filhos e o esposo. Se o amor se expressa pelo feito da comida, a recusa da mesma é sentido pela cozinheira como uma rejeição do amor que ela dispense; o elogio à comida de outra mulher é sentido como uma forma de traição.

As artimanhas na cozinha, realizadas para se ter êxito na inovação – condição muito exigida à leitora de *Bom Apetite* –, eram essenciais, assim pensadas socialmente, referentes à manutenção do casamento por parte das mulheres, como indicavam os periódicos e publicidade do período. Elucidativa dessa asserção é a propaganda impressa veiculada em periódicos femininos ano de 1966, da empresa alimentícia Refinações de Milho Brasil Ltda, que tem como título em destaque “Lembre-se que depois de conquistar o marido você ainda precisa segurá-lo”. A publicidade recomenda às mulheres leitoras que cozinhem para não perderem seus maridos, o que pode ser realizado com maior eficácia a partir do uso de seus produtos:

É, antes de casar tudo é fácil. A futura sogra se encarrega dos quitutes. E o futuro maridinho vai-se acostumando com o que há de melhor. Bem, mas um dia a coisa acaba. Ou melhor, começa.

Depois da lua-de-mel (quando o restaurante salva a pátria) lá vem o primeiro almoço, que muitas vezes pode representar a primeira decepção.

Nosso conselho para que nesta primeira e dura prova você seja bem sucedida é servir aquela maionese “Hellmann’s”, aqueles risotos que a mamãe sempre preparava com os Caldos “Knorr”. Mas mesmo bem sucedida nesta primeira prova, a coisa não fica mais fácil depois. Os homens são todos iguais: adoram comer.

Por isso, para que você seja bem sucedida sempre, prepare Sopas “Knorr” (são 8 variedades à sua escolha), saladas com Oleo “Mazola”, faça muitas tortas deliciosas com “Maizena”; use “Karo” para fazer os doces que seu marido mais gosta; e quando ele chegar em casa, cansado, com sede, sirva-lhe um “Fruco” geladinho, geladinho. Você vai ver: não há marido que resista a tudo isso (VILLAS, 2014, p. 25).

São produtos novos que se incorporam às antigas práticas que validam os papéis das mulheres e dos homens no casamento. As esposas, responsáveis pela produção da comida, são exigidas também quanto à inovação, pois, como aponta Giard (1996), é comum a reclamação quando alguma comida é repetida ou requeitada. O paladar se enjoa facilmente de determinados alimentos, exigindo da dona de casa ainda mais criatividade, sendo preciso pensar na alimentação boa parte do dia: ao terminar o almoço, já se pensa na janta. Muitas vezes as atividades das mulheres que cozinham em casa para a família perduravam-se, boa parte do dia, sobre as questões alimentares, a ida ao mercado, a lavagem das folhas, a compra

dos talheres. Soma-se aos afazeres estar por dentro das novidades, para surpreender, fazer mais e melhor.

A segunda metade do século XX é especialmente significativa de mudanças importantes nos hábitos alimentares, tanto pela difusão da culinária de todo o mundo, muito citada e bem valorizada por *Bom Apetite*, quanto pela força elétrica em objetos cuja força ou técnica torna possível o preparo de pratos nunca antes executados. Deste período, em comparação ao século XIX, como destaca Giard (1996), houve significantes mudanças na cozinha. Assim, apesar de a culinária – aos que não a praticam – parecer um conjunto de repetições imutáveis e que, segundo esses, pouco exigem da inteligência, ela passa o tempo todo por constantes modificações, desnudando seu caráter passível de inovações, revelando-se como uma prática social que constantemente se reinventa e que deve ser assimilada pelas donas de casa, utilizada a seu favor quando nos momentos de inovar.

Bom Apetite, ao ensinar a receita das “zebrinhas deliciosas” – Figura 25 – pensada para as crianças, enfatiza a necessidade de inovação na cozinha:

A meninada aprecia tanto as novidades, que vale a pena mudar de vez em quando.

Assim, em lugar do tradicional bôlo, acompanhando a hora do lanche, você pode preparar alguns doces diferentes, sobretudo receitas fáceis, e ficará duplamente satisfeita.

A versão de “zebrinhas” que ilustra estas páginas, pode ser preparada com bastante antecedência (outra grande vantagem) (BOM APETITE, 1970, v. 6, p. 1430).

Figura 25 – Receita de “zebrinhas”



Fonte: Enciclopédia *Bom Apetite*, v. 6, p. 1430-1431, 1970

Na imagem, os doces de chocolate com biscoito – as “zebrinhas” –, que são assim chamadas para serem vinculadas ao universo lúdico infantil – esforço que as mães devem, de acordo com a enciclopédia, empreender para agradar os filhos – estão sobre uma mesa cuja madeira, listrada, corresponde com as listras da zebra e vinculam a comida ao local em que ela é servida. No texto, a inovação para encantar as crianças é acompanhada da praticidade: o que deixa a dona de casa “duplamente satisfeita”. Ainda, a praticidade está no fato de ser, essa, uma receita que pode ser feita com antecedência, deixando tempo livre para a mulher que, na hora de servir, poderá se preocupar com outros acompanhamentos e a decoração da mesa do lanche.

Inovar na cozinha se resvala, nas páginas de *Bom Appetite*, também na decoração dos pratos e da mesa. Na seção de decoração, um texto intitulado “agora a artista é você”, diz em sua frase final: “rotina causa tédio” (BOM APETITE, 1968, v. 1, p. 52). A criatividade artística da dona de casa deve ser a responsável por quebrar a monotonia por meio do agrado ao paladar e aos olhos, o que envolve a concepção do prato, a sua apresentação e o conjunto de elementos que o circundam. Os esforços das mulheres, nesse sentido, são de os de construir sobre a mesa uma narrativa que envolve as pessoas de uma família, como destacam Amon e Menasche (2008). É possível, neste caso, estabelecer uma analogia com a construção da colcha de retalhos: a junção de elementos simbólicos para a confecção de um quadro que pode falar sobre o amor e os cuidados dispensados pela dona de casa; uma narrativa que abraça aos que chegam à mesa, mas que comporta os segredos que somente a autora da obra consegue dimensionar.

3.3.1 Sociabilidade e comensalidade: agradar e comunicar com comidas e decoração

Bom Appetite investiu nas receitas do mundo todo, por vezes adaptando para a realidade brasileira, ou seja, criando condições para as donas de casa poderem reproduzir essas receitas com os ingredientes que se tinham disponíveis por aqui, e, por vezes, mantendo nas receitas ingredientes de difícil acesso, envolvendo a receita em uma atmosfera de “importação”, que no Brasil é significativa de *status* social. As receitas elaboradas com os ingredientes “modernizantes” são modeladas para que fiquem belas e para que sejam combinadas e apresentadas em belos móveis e ambientes.

Considerando o potencial simbólico dos ingredientes e alimentos, Santos (2005) defende que a cozinha é o lugar no qual a sensibilidade, a intuição, a criatividade, a inteligência e a habilidade motora, premissas artísticas, se acoplam aos alimentos e fazem deles comidas, ou seja, um ato social e histórico, como apresentado pelo autor:

Os alimentos não são somente alimentos. Alimentar-se é um ato nutricional, comer é um ato social, pois constitui atitudes ligadas aos usos, costumes, protocolos, condutas e situações. Nenhum alimento que entra em nossas bocas é neutro. A historicidade da sensibilidade gastronômica explica e é explicada pelas manifestações culturais e sociais como espelho de uma época e que marcaram uma época. Neste sentido, o que se come é tão importante quanto quando se come, onde se come, como se come e com quem se come. Enfim, este é o lugar da alimentação na História (SANTOS, 2005, p. 12).

Assim, é importante destacar a comensalidade, conceito que se refere, de acordo com Fischler (2011), ao ato de se alimentar à mesa, em conjunto, seguindo uma série de normas, constituindo-se num campo simbólico, diferentemente do ato de se alimentar, feito para suprir uma demanda nutricional. Aí também é diferenciada a comida do alimento, a primeira sendo fruto da manipulação, da cultura e, o último, qualquer coisa que sirva para nutrir o corpo. A comida não é necessariamente a cozida ou preparada, pode até ser crua, mas é sempre uma escolha humana inserida numa rede cultural, como pondera Giard (1996). O alimento, por sua vez, existe em todos os lugares, mas nem por isso são, os alimentos, escolhidos enquanto comida.

Maffesoli (2002) defende que a mesa é um lugar de comunicação, que fortalece os elos familiares, cuja comensalidade é fundamental no papel que exerce junto à sociedade. As refeições e a mesa são reflexos das práticas e costumes de uma determinada época e de um determinado grupo, inseridas nos hábitos alimentares da vida cotidiana. Para Montanari (2008), o ato de alimentar-se é de capital importância na formação das sociedades e identidades culturais, indo muito além das necessidades fisiológicas do corpo, além de se inserir nos processos civilizatórios, como apontado por Elias (1994), nos quais a relação com a comensalidade, ou seja, com o que se come ou se deixa de comer, de que maneira e onde, determinam, em cada época e sociedade, uma condição de maior ou menor civilidade.

Os hábitos à mesa, como compreende Pilla (2004), mudam conforme as mudanças sociais e também de acordo com o que recomendam os manuais de civilidade e seus autores. O consumo da moda vigente na época é determinante para banir certos hábitos e criar outros, conforme sugerem os objetos que vão se acrescentando nas práticas alimentares, na forma dos móveis, dos tecidos e dos utensílios, que concentram em si os símbolos que constroem uma linguagem própria da mesa.

A autora, em sua pesquisa, indica que a sala de jantar surgiu no século XVI, sendo que até então as refeições eram realizadas em um salão, no qual comiam senhores e servos todos juntos em mesas de cavaletes, apesar de a mesa do senhor ser colocada sobre um estrado.

Então, no século XVI, o senhor e a sua família começam a fazer suas refeições em uma sala separada, sobre uma mesa fixa; no século XVIII as salas de jantar já eram normas para as casas burguesas e, no século XIX, essas salas passaram a ser construídas nas casas de classe média.

A sala de jantar marca, ainda, a separação do local em que o serviço é feito e do local que se recebe as visitas para alguma refeição, poupando-as dos bastidores que indicam a realização de todo trabalho feito na cozinha para recebê-las. Entre as ponderações feitas por *Bom Appetite* para o ato de “receber bem”, faz-se o destaque para que os convidados não sintam que estão atrapalhando ou sendo um incômodo. Nesse sentido, a separação das duas áreas esconde as horas de trabalho que se dispensou no preparo das comidas. Receber é destacado pela enciclopédia como uma das principais regras de etiqueta das quais a dona de casa precisa estar atenta, como indicado pelo texto:

Receber é um prazer, e não uma obrigação. As visitas devem sentir-se à vontade e ter a sensação de que não causam trabalho e aborrecimento à dona de casa.

Portanto, para receber bem, o mais importante é a organização.

[...]

Procure evitar receitas que precisem ser preparadas de última hora. É muito desagradável quando as visitas já se encontram na sala e a dona de casa vai inúmeras vezes à cozinha a fim de ultimar os preparativos para o almoço ou jantar.

A mesa pode ser arrumada bem antes da hora. Assim, você poderá pensar com calma e não esquecer nenhum acessório. Caso não haja quem possa servir à francesa (os convidados sentam e são servidos pela esquerda), devem colocar-se junto ao prato da dona de casa os talheres necessários para servir. [...]

Comece a arranjar pela manhã tudo o que fôr possível. Distribuindo bem o tempo, você poderá arrumar-se com calma uma ½ hora antes do jantar. Depois, ainda, verificar se nada foi esquecido [...] e... sentar-se na sala para receber os convidados com bom humor.

Depois da chegada das visitas, quando se começa a servir o jantar, é importante, também neste momento, não se afoiar. Mesmo que a comida demore um pouco para chegar da cozinha, não chame a atenção da empregada e, sobretudo, lembre-se de nunca fazê-lo diante dos convidados.

[...]

Eis um lembrete mestre: tome nota do cardápio que ofereceu e do nome dos convidados, para não repeti-lo num próximo convite às mesmas pessoas (BOM APETITE, 1968, v. 2, p. 400).

A sociabilidade entre os grupos humanos tem em sua gênese a busca pelo alimento que, coletado, preparado e compartilhado, transforma-se em comida, dentro de um ato de comensalidade. Os presentes e agrados feitos com a oferenda de comidas estabelecem vínculos afetivos e de reciprocidade entre as pessoas. (FISCHLER, 2011). Assim, *Bom Appetite* entende que receber e oferecer uma refeição não é uma obrigação, e sim um prazer,

função que se associa aos mais elementares dos anseios humanos. O dia de receber a visita, como escrutina a enciclopédia, deve ser um dia reservado para isso e os afazeres devem começar logo cedo para que nada saia errado e, especialmente, para que a dona de casa possa se arrumar e receber com bom humor. A beleza e alegria da anfitriã devem combinar com a refeição e com a decoração: as peças encaradas como fundamentais para um almoço ou jantar.

A mesa, móvel de máxima importância, assim possível de ser interpretada, pode ser arrumada bem antes da hora, o que atesta o seu valor frente à comensalidade: arruma-se antes para que não se corra o risco de apresentá-la feia ou mal arrumada. Segundo Roche (2000, p. 233), desde que a mesa ganhou conotação de distinção, impôs-se também o uso das toalhas “[...] unidas ou trabalhadas, que servia para esconder as tábuas de madeira, cavaletes ou *ployants*, e que unificavam uma decoração revelando a riqueza dos anfitriões.”. Utilizada primeiramente para esconder as imperfeições da madeira, a toalha passa a revelar sobre a riqueza da família e sua aparência deveria “unificar” a decoração, compondo um conjunto com os talheres e os utensílios sobre ela. Os assentos ao redor da mesa também não eram menos importantes, poderiam ganhar tecidos sobre espumas que combinassem com a decoração feita sobre a mesa.

Com propósitos civilizatórios em relação à cozinha e à sala de jantar, levando em conta principalmente a decoração com móveis, utensílios e têxteis, os periódicos sobre culinária e decoração dedicados às donas de casa procuravam dar conta de fornecer um aprendizado sobre etiqueta, um conjunto de regras civilizadoras que, postas à mesa, encenam os modos de comer e se comportar entendidos como elegantes e refinados. A construção de um espaço e os elementos nele contidos pressupõem certo padrão de comportamento, assim, os objetos requisitam gestos do corpo quando na interação com eles, sendo necessários às regras de etiqueta.

A partir do século XVIII, a intensificação da urbanização criou mais proximidade entre as famílias que, antes, estavam, muitas vezes, separadas por quilômetros entre uma fazenda e outra. O progresso, cuja ideia também estava contida na proximidade e na modificação da intimidade, fez o ambiente se modificar, se compartimentar e ser decorado para a recepção. Os móveis, que em muitos casos eram, na verdade, imóveis – por serem grandes e pesados, não podendo ser deslocados –, cada vez mais foram se flexibilizando para, de fato, constituírem-se enquanto móveis, podendo ser transportados, mudando a decoração do ambiente (ROCHE, 2000).

Carvalho (2008), no entanto, indica que os manuais de decoração e mobília para a sala de jantar que circulavam em São Paulo no final do século XIX e início do século XX, entre os quais o de Vera Cleser, apontavam a necessidade da criatividade da dona de casa ao mesmo

tempo em que delimitavam os móveis, sua estrutura e a sua posição no cômodo, freando as possibilidades de grandes inovações nesse ambiente da casa. Assim, os têxteis se configuram como agentes decorativos dos cômodos do lar, principalmente da cozinha e sala de jantar, comunicando o zelo, a higiene e, ainda, o poder aquisitivo de uma família, em especial quando ornamentados pelas louças, cristais e arranjos sobre a mesa.

O consumo de novas visualidades para a casa, com ênfase na sala de jantar, local de recepções, tem nos utensílios e nos têxteis desse ambiente a maior possibilidade de mudanças, tanto pela facilidade quanto pela acessibilidade – mais barato do que a realização de mudanças a partir do mobiliário. Malta (2015) aponta para a construção têxtil que se via nas casas oitocentistas e nos anos iniciais do século XX no Brasil, nas palavras da autora, “uma infinidade de paninhos”. Esses paninhos, as toalhas, as almofadas dos acentos, eram trabalhos femininos, classificados como artesanatos, e que cumpriam a sua função de promover aconchego e uma decoração que podia ser constantemente modificada pela construção de mais desses panos.

Ainda de acordo com a autora, os tecidos empregados para a decoração da sala de jantar deveriam, no Rio de Janeiro do século XIX, junto aos outros elementos sobre este espaço e sobre a mesa, representar a fartura, nunca a escassez e a penúria. A decoração da sala de jantar era concentrada na mesa, evitando-se a distribuição de muitos objetos pelas paredes a fim a convergir toda a atenção para os itens da mesa. “Era preciso fazer da refeição algo tão agradável à vista quanto ao olfato e ao paladar.”, destaca Malta (2011, p. 88) sobre a ênfase que os manuais de civilidade davam acerca da decoração da mesa. Apesar de a autora estudar uma localidade específica, o Rio de Janeiro, ela o faz em muitos momentos por meio dos manuais, que atingiam não somente esta cidade, uma vez que as publicações percorriam as capitais mais importantes do país, levando às leitoras os ideais de domesticidade a serem reproduzidos.

No intuito de fornecer os ingredientes que tornam uma refeição agradável ao olhar, apresenta-se na Figura 26 uma toalha listrada com objetos pensados para corresponder-se com suas cores, fotografia relacionada ao texto intitulado “listras fazem moda e vestem a primeira refeição”.

Figura 26 – Toalha listrada para mesa de jantar



Fonte: Enciclopédia *Bom Appetite*, v. 3, p. 556, 1968

A vida atual dificilmente permite que a família se reúna para o café da manhã; por isso, a primeira refeição do domingo é muito importante e merece especial cuidado. Lembre-se de que ela é o primeiro acontecimento em conjunto e, portanto, a primeira oportunidade para a dona de casa dar o seu “toque de fada”.

A decoração da mesa para êsse fim é quase tão importante quanto a refeição em si.

A toalha deve ser arrojada, vibrante, em cores alegres. A da ilustração é em lonita listrada e o acabamento com galões em cores lisas.

Repare nos guardanapos que, apesar de tão diferentes, possuem as cores fortes encontradas nas toalhas e na louça.

O arranjo da mesa apresenta uma idéia muito interessante e de grande efeito decorativo: misturar flores e frutas. Na fotografia, uma cesta de vime serviu de recipiente para margaridas e limões, compondo um centro de mesa suave e delicado, que traz o equilíbrio necessário à decoração (BOM APETITE, 1968, v. 3, p. 556).

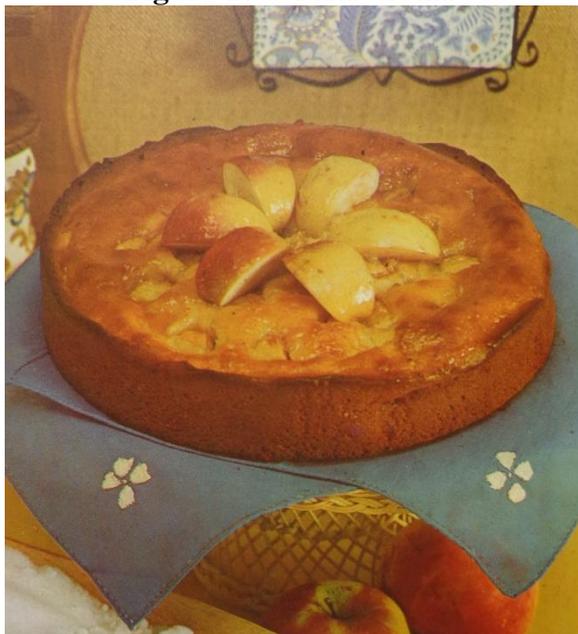
A enciclopédia enfatiza, nesse texto, a importância que dá ao uso de uma toalha de mesa e da decoração feita sobre ela: quase tão importantes quanto à própria refeição. Para o café da manhã, o preto do café e o amarelo das frutas matinais – laranja, mamão, melão, banana – encontram-se nas listras da toalha e nos motivos aplicados nos guardanapos. Estes, por sua vez, com fundo branco, encontram correspondência nos pratos, xícaras, bule e nas margaridas, que misturam em si o branco e o amarelo, além de remeterem ao campo e, assim, formar um elo com as frutas sobre a mesa e sobre os guardanapos. A combinação dos elementos na mesa é reflexo, como aponta o texto, do “toque de fada” da dona de casa, que,

tal como uma artista, cria uma obra de arte que será apreciada pelos espectadores, levando a eles as sensações postas à mesa.

Strong (2004) aponta para o papel que as toalhas de mesa cumpriram nas sociedades no decorrer do tempo, aliando na maior parte das vezes sua função protetora com a decorativa, cujos elementos – bordados ou pintados – indicavam certa posição social. Ao mencionar sobre as toalhas de mesa na Idade Média, utilizada nos mosteiros, o autor destaca o sua função na higienização das mãos que se sujavam com a comida, enquanto ao escrever sobre outras realidades, como a burguesia francesa do século XVIII, revela que limpar os dedos na toalha de mesa era sinal de incivilidade, sendo o seu contrário o asseio promovido pelo uso dos talheres.

Não menos importante foram também os guardanapos, que durante muito tempo no decorrer da história europeia foram utilizados muito mais como itens decorativos que como funcionais. As dobraduras nos guardanapos podiam ser combinadas com os elementos da toalha de mesa e a decoração empregada no espaço em que se ofereciam as refeições, como é o caso citado de um casamento italiano no ano de 1565 (STRONG, 2004). O autor vai narrando, em sua obra, uma grande história dos banquetes, na qual estão inseridos os guardanapos e as toalhas de mesa que, apesar de representarem significados diferentes ao longo do tempo e nas diversas sociedades, sempre simbolizam alguma coisa que se complementa com os talheres, as louças, as comidas e a própria ação humana sobre esses itens têxteis.

O centro da mesa, ou o centro da comida, é sempre o que recebe maior atenção e significado. No caso da toalha listrada, combinada com uma cesta de margaridas e limões, comunica sobre a própria essência feminina – da forma como era concebida e já explicada – a florada e desfrutada, no arranjo de flores e frutas. As frutas, em sua natureza adocicada, dialogam com as concepções de feminilidade, assim como as flores, delicadezas e doçuras do “universo feminino”. É emblemática dessa construção simbólica a “Torta Sônia”, nome de mulher em torta de maçã, como apresentado na Figura 27.

Figura 27 – Torta “Sônia”

Fonte: Enciclopédia *Bom Apetite*, v. 1, p. 222, 1968

A torta “Sônia”, torta-mulher, tem o doce da maçã acrescido pelo doce do açúcar na construção de uma torta de maçã. Na enciclopédia, tortas de frutas variadas recebem nomes femininos, sendo essa uma das recorrências mais notáveis. A apresentação da torta é tão importante de se notar quanto o seu nome e matéria prima. Assim como um centro de mesa, o centro da torta é composto de fruta – a maçã – mas cortada e reconstruída para assemelhar-se à flor. Mulher no nome, mulher nas formas e no sabor, a torta “Sônia”, cujo gênero já foi bem demarcado, é ainda apresentada sobre têxteis que, nas pontas que não são cobertas pela torta, mostram pequenas flores bordadas, com formas que se correspondem com a maçã-flor no centro do doce, o que indica a necessidade de ser, os itens sobre a mesa, incluindo os alimentos, decorados de acordo com os têxteis.

Assevera Malta (2011, p. 89) que: “A beleza da imagem, seu apelo decorativo, seu poder de proporcionar prazer pelo olhar eram fatores primordiais no trato dos arranjos da casa, principalmente em ocasião de reuniões sociais, momento em que a decoração porta adentro ganhava ares públicos.”. Indicava-se ainda a unicidade da sala de jantar, sendo a mesa o centro decorativo, e o restante decorado de acordo com ela. É também nesse sentido que *Mãos de Ouro*, nas receitas para bordados em toalhas de mesa, entende que esse móvel concentra o ponto alto da decoração da cozinha ou da sala de estar, deve estar sobre a mesa os elementos e itens mais decorativos do ambiente. Assim foi pensada a toalha “chá de outono”:

O abafador de chá, considerado por muitos como objeto obsoleto, não deixa por isso de ter seu encanto. Combinado com a toalha, êle poderá tornar-se o ponto principal da decoração da mesa de chá.

O modelo que apresentamos, sendo bordado em tecido apropriado ficará lindo e devolverá ao abafador de chá o seu primitivo prestígio.

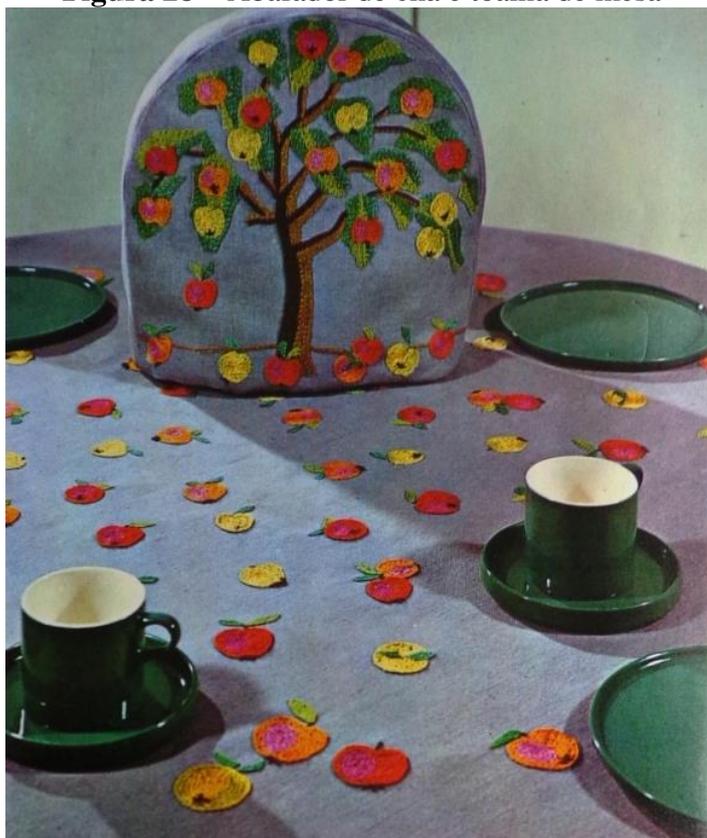
Todo o esplendor do outono se derrama dêle para a toalha.

[...]

Esta toalha foi idealizada para combinar com o abafador, onde está a macieira.

Mas, mesmo não estando êle em uso, ela é alegre e bonita. O desenho das maçãs caídas foi distribuído de maneira a não ficarem ocultas quando a mesa está posta (MÃOS DE OURO, 1968, v. 2, p. 464).

Figura 28 – Abafador de chá e toalha de mesa

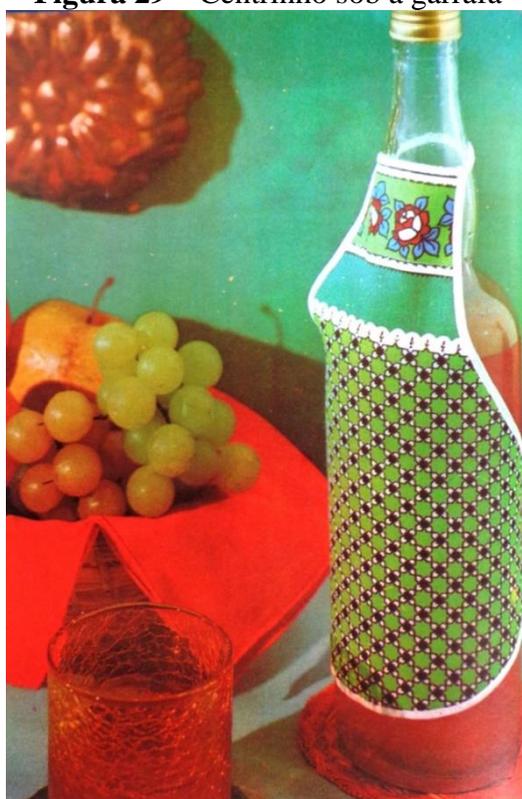


Fonte: Enciclopédia *Mãos de Ouro*, v. 2, p. 464, 1968

Sobre a toalha da Figura 28, ao invés de um vaso de flores, como é de comum ocorrência nas duas enciclopédias, há um abafador de chá, feito no mesmo tecido que a toalha, um cânhamo cinza. Guarnecidas com maçãs bordadas e uma macieira, há uma narrativa outonal posta à mesa, de maçãs que caem da árvore – no abafador – e se esparramam pela mesa, anunciando a chegada do frio, que combina com bebidas quentes, entre elas, o chá, tradicionalmente sorvidos no inverno. Mesmo que não combinada com o abafador, a toalha pode ser usada separadamente e, ainda, possui bordados distribuídos de tal forma que não são escondidos pela refeição servida sobre a mesa. Os espaços deixados pelos bordados comportam os recipientes e requerem deles a correspondência com os elementos, formas e/ou cores que se encontram na toalha ou nos próprios alimentos, como será defendido mais adiante nesta seção.

Entre os arranjos da mesa, Pilla (2004) destaca que houve, até o ano de 1970, o uso dos centros de mesa sobre a toalha, ficando eles por baixo das travessas e copos. Desde a Idade Média os manuais indicavam que as toalhas de mesa deveriam ser perfeitamente limpas, podendo uma mancha arruinar sua beleza. Os centros de mesa, posicionados sob os locais que comportam a comida e a bebida, servem como preservadores da toalha: são menores, de mais fácil limpeza e facilmente substituíveis caso venham a manchar, diferentemente da toalha, que emprega mais tecido e mão de obra – no caso de uma toalha bordada.

Figura 29 – Centrinho sob a garrafa



Fonte: Enciclopédia *Mãos de Ouro*, v. 1, p. 50, 1968.

Embaixo da garrafa da Figura 29 está um centrinho de mesa, comumente encontrado nas duas enciclopédias sob garrafas, bules e copos com bebidas, líquidos que facilmente se derramam, pingam e escorrem dos recipientes, muitas vezes manchando as toalhas definitivamente. Tal como os jogos americanos, os centrinhos são representativos da praticidade que se preconizava para a cozinha, junto aos preceitos de limpeza vinculados ao estilo de vida norte americano. A imagem apresentada foi selecionada por ser duplamente indicativa desses preceitos que pairavam sobre a organização e apresentação da cozinha e sala de estar, apresenta, além do centrinho, uma capa para garrafa, cuja função é a de evitar o contato dos dedos com o vidro para não sujá-lo e, ao mesmo tempo, potencializar a

decoratividade dos itens sobre a mesa. Ainda, a capa assemelha-se a um avental posto no corpo feminino, que pode empreender essa analogia de forma mais eficiente se, no momento em que a refeição estiver sendo servida, a dona de casa fizer uso de algum avental.

Percebe-se, entretanto, que os centrinhos se presentificam quando nas refeições mais informais, como os lanches e cafés, sendo dispensados nos jantares, por exemplo, encenações nas quais as toalhas de mesa devem “brilhar” frente aos convidados. A mesa bonita e decorada com uma bela toalha e objetos cuidadosamente escolhidos refletem o apreço que a dona de casa possui para com seus convidados, como se lê no trecho a seguir do texto de *Bom Appetite* intitulado “momentos agradáveis à mesa (bonita)”:

À mesa, a apresentação correta e bonita das coisas não só contribui para mostrar a consideração que a dona de cada tem para com os outros, como também transforma o simples ato de comer em algo agradável, que dá prazer (BOM APETITE, 1968, v. 1 p. 100).

Figura 30 – Mesa “bonita”



Fonte: Enciclopédia *Bom Appetite*, v. 1, p. 100, 1968

A mesa da Figura 30 é decorada por uma toalha em que a cor do bordado se ressalta da cor do fundo, um padrão que é dominante nas recomendações de bordados para os têxteis da cozinha e do quarto em *Mãos de Ouro*, o que destaca o trabalho feminino e, além de enfeitar, promove certa diretriz de posicionamento dos objetos à mesa. Assim é o centro da mesa

bordado que emoldura o espaço no qual se colocam, além do vaso de flores ou algum outro enfeite central, as bebidas e os recipientes com comidas quando estes foram ficar sobre a mesa. Os guardanapos são feitos do mesmo tecido e guarnecidos com igual bordado.

Vera Cleser, importante difusora do bom comportamento à mesa por meio de seus manuais em fins do século XIX e início do século XX, no Brasil, defendia que uma toalha de mesa de cores, tecidos e motivos diferentes dos guardanapos demonstrava desmazelo e ignorância da dona de casa. Também sublinha que as moças devem costurar e guarnecer, para o enxoval, toalhas de mesa e guardanapos em quantidade suficiente para que, após o casamento, possam prover um serviço de mesa agradável e bonito (PILLA, 2004). Essas recomendações de Vera Cleser datam de algumas décadas anteriores à publicação das enciclopédias. *Mãos de Ouro* (1968, v. 1, p. 4), nos aconselhamentos sobre coordenação de cores, aponta que são muitas as possibilidades de variações e que a mesa pode ser colorida, no entanto, há que se considerar a combinação dos elementos na mesa, ou seja, desde que o colorido tenha sua correspondência em objetos ou nos próprios alimentos. Santos e Pedro (2010) percebem que há, nas décadas de 1960 e 1970, em relação à decoração doméstica, a inspiração no *design pop*, mais colorido e lúdico, utilizando, muitas vezes, tonalidades quentes e vibrantes, o que nas páginas das enciclopédias se reveza com as combinações mais sóbrias e associadas à elegância requintada.

No texto “toalha de mesa também enfeitada”, *Bom Apetite* fornece contribuições às donas de casa que se completam às informações de *Mãos de Ouro* acerca sobre o uso de cores, tecidos e desenhos sobre a toalha de mesa:

Antigamente, quando a noiva começava sua vida de casada, usava o enxoval que tinha sido planejado muitos anos antes do casamento. Suas toalhas de mesa eram geralmente de linho e mostravam bordados elaborados a mão e aplicados com renda.

Até hoje essas toalhas são as consideradas clássicas, tradicionais, preferidas por muitas mulheres. Entretanto, a maioria prefere escolhê-las variando os tipos de fazenda, côr, padrão e estilo. Estas e aquelas dão grande valor ao embelezamento da mesma. E mesmo as noivas modernas fazem questão de ter, entre outras, uma de linho fino, bisso ou damasco de textura acetinada, além das da juta, náilon, algodão ou cânhamo. Realmente, hoje não há mais restrições quando à fazenda, desde que se harmonize com os outros acessórios que estão sobre ela (BOM APETITE, 1968, v. 1, p. 132).

Figura 31 – Toalha de mesa como enfeite

Fonte: Enciclopédia *Bom Apetite*, v. 1, p. 132, 1968

Essa toalha de mesa é também decorada com bordado cuja cor se destaca do fundo e constrói um centro para a mesa. O bordado é feito com flores brancas, de miolos amarelos ou vermelhos, que formam cinco pontas, recebendo caules arqueados entre uma ponta florida e outra, assemelhando-se ao formato conhecido de uma estrela. Essas formas arqueadas constroem um espaço maior entre o bordado e a borda da mesa, indicando o local no qual os pratos devem ficar, como é apresentado pela imagem. É um jantar para dois, além dos dois conjuntos de pratos, copos e talheres, há mais três elementos, entre eles um vaso com flores com cor semelhante à da cerâmica, cada um posicionado em um espaço fornecido pelos caules curvados do bordado.

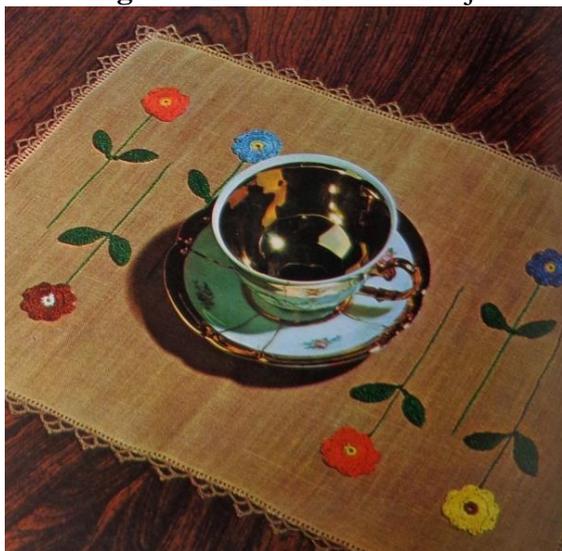
Em outro momento, *Bom Apetite* (1968, v.1, p. 52) revela que é a forma da mesa que controla a decoração, seja ela oval, quadrada ou retangular: “[...] ela representa a moldura e o fundo para o desenho.”. Complementa informando que a montagem da mesa deve considerar um padrão que forma uma linha ou um caminho, que construirão o padrão decorativo da mesa, como é o caso da toalha da Figura 31, um caminho apontado pela forma do bordado que, por sua vez, se corresponde com o formato da mesa, oval. Ao falar da textura da toalha, a enciclopédia aponta que ela deve combinar com o que se põe sobre a mesa, seja a comida ou a louça, se a toalha for de tecido rústico, pode-se optar por uma louça de material mais rústico e texturizado, como assim se encontra também as louças na imagem acima, de cerâmica com pintura texturizada, correspondendo-se com o aspecto mais natural do tecido.

Arrumar a mesa para receber alguém, seguindo as diretrizes encontradas nas enciclopédias, serve não somente para demonstrar afeto por quem se recebe, mas, como

indica *Mãos de Ouro*, pode se prestar a conquistar elogios da parte de quem visita a dona de casa, como se observa no texto que acompanha a imagem e lição de uma toalha de bandeja:

Como ficará linda a bandeja em que se leva o cafezinho acompanhado da gostosa fatia de bôlo, a uma amiga que nos visita! Certamente ela quererá saber se foi você mesma a autora de tão delicado e original trabalho, e com que satisfação poderá atender-lhe a curiosidade explicando como foi fácil e agradável fazê-lo! (MÃOS DE OURO, 1968, v. 3, p. 656).

Figura 32 – Toalha de bandeja



Fonte: Enciclopédia *Mãos de Ouro*, v. 3, p. 656, 1968

A toalha de bandeja, além de possuir um bordado florido que fornece um espaço central para o posicionamento da xícara, decorando a hora do café com uma amiga, é apresentada como um item que pode granjear um elogio e, assim, fornecer substância para um diálogo. A conversação à mesa, de acordo com os manuais femininos publicados em fins de XIX e início do século XX, e como apresenta Carvalho (2008), muitas vezes faziam menção à arte de conversar, que deveria ser dominada pelas mulheres. Para tal, nos momentos de servir as refeições, deixava-se a disposição dos olhos os objetos que forneceriam assunto para que se conversasse. Os bordados nas toalhas, e como se visualiza na toalha de bandeja, se fazem notar junto à comida, não sendo escondidos por ela. Uma vez notados e elogiados, ofertam a possibilidade de se conversar sobre o seu feitio e transferir ensinamentos.

As toalhas e tecidos sobre a mesa, junto aos alimentos, são compreendidos como falantes de uma linguagem própria, que fala pela harmonia, pelas cores, pelas formas e texturas. É nesse sentido que Giard (1996) entende que o espaço doméstico diz muito sobre a personalidade de seu ocupante, comunicação estabelecida a partir dos objetos que se possui e

dos costumes que eles pressupõem. O habitat confessa, ainda, o nível de renda e/ou as ambições sociais.

O olhar atento reconhece imediatamente a confusão dos fragmentos do “romance familiar”, o traço de uma encenação destinada a dar uma certa imagem de si, mas também a confissão involuntária de uma maneira mais íntima de viver e sonhar. Neste lugar próprio flutua como que um perfume secreto, que fala o tempo perdido, do tempo que jamais voltará, que fala também de um outro tempo que ainda virá, quem sabe (GIARD, 1996, p. 204).

A vida humana é marcada pela mobilidade, pelo deslocamento, pelo quebrado e o refeito, a partir de práticas semelhantes e ao mesmo tempo diferentes. Não poderia ser de outra forma dentro da casa. O cruzamento entre objetos e pessoas, palavras e ideias, faz com que a arquitetura e a disposição dos itens da casa sejam modificadas no ritmo das mudanças sociais e internas, as quais passam os habitantes de um mesmo espaço, mas que são orquestradas, pintadas e bordadas, pelas “rainhas do lar”.

As toalhas e as mesas, como narrativas de mulheres, inserem a presença feminina no romance familiar, tornam as donas de casa como as atrizes principais do espaço doméstico, responsáveis pelos ordenamentos, pelas disposições e combinações dos elementos. As formas de “ser-no-mundo” das donas de casa orientam o ritmo do funcionamento familiar e as memórias que guiarão os filhos dessas mulheres, como de forma tão sensível sugere Giard (1996):

Enquanto uma de nós conservar os saberes [...] de vocês, enquanto de mão em mão e de geração em geração se transmitirem as receitas da terna paciência de vocês, subsistirá uma memória fragmentária e obstinada da própria vida de vocês. A ritualização requintada dos gestos elementares tornou-se-me assim mais preciosa que a persistência das palavras e dos textos, porque as técnicas do corpo são mais bem protegidas da superficialidade da moda e porque aí entra em jogo uma fidelidade material mais profunda e mais densa, uma maneira de ser-no-mundo e de fazer aqui a própria morada (GIARD, 1996, p. 215-216).

“Ser-no-mundo” a partir das “artes de nutrir” e das “artes de fazer”, formas encontradas de se colocar nos objetos, de participar das memórias de cada membro da família, de nutrir, de fortificar a vida, de saciar com comida e com beleza. A mesa, antes de narrar sobre poder de consumo, *status* social e moda e modernidade, é sempre um ato de amor, experimentado na interação com os elementos que concentram os símbolos de ser mulher, ser mãe e esposa, símbolos de acolhimento e de afeto que fazem, das refeições, um grande abraço de mãe, um grande abraço de mulher.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os periódicos femininos, durante a maior parte do século XX cumpriram um papel de amigo e conselheiro das mulheres no Brasil. Os voltados para as donas de casa em suas atividades domésticas eram concebidos como manuais cujos ensinamentos correspondiam aos papéis destinados às mulheres e, dos quais, elas poderiam se apropriar para atuar com táticas nas artes de fazer, imprimindo suas identidades nos espaços da casa: atuação que, engendrada “porta adentro”, desloca-se “porta afora” no ritmo do trânsito humano entre o público e o privado.

Inseridos em uma cultura de massas, os periódicos femininos brasileiros auxiliaram no alcance da vida prática e americanizada voltada às mulheres nos serviços domésticos, que se preconizou a partir das últimas décadas do século XIX e se intensificou no século seguinte, fato que se deu, primordialmente, a partir do consumo. O crescimento da indústria e economia, de forma mundializada, impulsionou acordos comerciais entre Brasil e Estados Unidos, marcadamente na década de 1940, momento no qual indústrias norte americanas se instalaram em solo brasileiro, ou apenas passaram a exportar produtos ou matérias primas para cá, e aceleraram a construção de uma sociedade de consumo, esforços dos governos desenvolvimentistas, entre os quais, o de Getúlio Vargas, Juscelino Kubistchek e os primeiros anos de gestão do regime militar, até o início dos anos 1970.

O *American Way of Life* se projetava no ocidente como um estilo de vida modernizante, capaz de melhorar, facilitar e embelezar a vida humana. No Brasil, pátria que se pretendia moderna, e assim o fazia por meio da importação de costumes europeus e norte americanos, o estilo de vida estadunidense foi incorporado com seus produtos e objetos, porém, preconizando-se os papéis tradicionais de sociabilidade, fosse na política, na hierarquia das classes sociais ou nas funções referentes à masculinidade e à feminilidade. A forma tradicional de vida do brasileiro, quando confrontada com os objetos modernizantes, tributava-lhes finalidades que correspondessem ao tradicionalismo longamente experimentado por aqui.

Nesse sentido, os periódicos se propuseram, por meio da moda, da publicidade, dos conselhos, da vida dos artistas de cinema e dos assuntos referentes ao casamento, maternidade e domesticidade, ajudar as mulheres a se comportar diante da mudança de vida que ocorria naqueles anos, reforçando os seus papéis junto aos novos produtos e objetos. As “rainhas do lar”, nome com o qual eram condecoradas, possuíam então um leque de possibilidades para fazer mais e melhor das atividades que eram consideradas suas. A indústria de eletrodomésticos facilitava o trabalho, mas aumentou as exigências quanto à perfeição do

serviço da casa; a ascensão do *design* e da arte junto aos setores domésticos preconizou o embelezamento do lar, o olhar para cada objeto lá abrigado, e a constante renovação da decoração; a indústria cosmética requisitou uma beleza feminina que podia sempre ser aperfeiçoada e cada vez mais jovem; a indústria alimentícia forneceu subsídios para as inovações culinárias, executadas pelas mãos femininas quando nas “artes de nutrir”; finalmente, a moda, distribuiu-se em todos esses setores em suas prescrições estilísticas para a vida do corpo a casa.

Os rastros deixados pelas mulheres na história, em específico as brasileiras dos setores sociais médios, indicam, no entanto, uma recepção positiva do estilo de vida baseado no consumo. As cartas escritas para os periódicos; os trabalhos de costura e bordado que contam a história de uma vida; a alegria de cozinhar para os seus dependentes – lembrança contida na memória de quem, por mulheres, foi alimentado –, são todos indícios da aceitação de uma forma de vida concebida como feminina. Estratégias dos periódicos, das indústrias e do Estado, podiam ser dribladas pelo “jeitinho feminino” que, sem abrir mão do amor e do afeto empregados nas atividades do lar, imprimiam seu estilo e suas vontades em cada canto da casa, valendo-se do consumo: uma teia cuidadosamente construída na qual prendia todos os seus.

Todo esse contexto de produção de um estilo de vida e a aceitação do mesmo se consolidou como um terreno propício para a publicação das enciclopédias femininas da Abril Cultural, *Mãos de Ouro*, entre 1967 e 1968, e *Bom Appetite*, entre 1968 e 1972, traduções de enciclopédias italianas do ano de 1966, cujo conteúdo reforçava os predicados femininos voltados para a nidificação do lar, ou seja, a transformação do lar em um ninho, símbolo do conforto, do aconchego e da gestação da vida. Tudo saía do corpo da mulher e, assim, o “ninho” era encarado como uma extensão feminina, que dentro do lar a tudo cria, artista que com têxteis enfeita e abriga, que com comidas alimenta os sentidos do corpo e recheia as memórias de toda uma família.

Mãos de Ouro, na apresentação das lições com têxteis, indicações de bordados, rendas, tricô, crochê e costura, integrava, em suas páginas, os corpos de suas leitoras – identificados nas constantes imagens femininas em todos os volumes – com os móveis da casa, cobrindo ambos com as mesmas receitas têxteis. Os desenhos, cores e texturas elencados para o corpo e para a casa estabeleciam elos com a moda, fosse por meio da reprodução e inspiração vindoura das passarelas de alta costura ou por meio das tendências que envolviam os tecidos, as formas e as cores aplicados nas confecções.

As artes decorativas, ensinadas por *Mãos de Ouro*, estiveram, por muito tempo, fadadas ao reconhecimento enquanto artes menores, artesanatos, nome que por si só, em sua

concatenação à arte em posição inferior, indicava um trabalho que, apesar de necessário e preconizado, não era valorizado enquanto arte e, durante longas datas, foi dispensado pelos historiadores quando em suas pesquisas. A cultura material de um povo, elencada como objeto de estudo pela História Cultural, inscreve-se nos modos de viver de uma sociedade e nas mudanças percorridas no tempo. As condições de vida e as práticas sociais se modificam conforme a incorporação de objetos no cotidiano sem que, às vezes, se tenha uma percepção clara disso, o que se configura na desvalorização da cultura material. No caso dos têxteis, trabalhos femininos, foram duplamente desqualificados, primeiramente por se constituírem enquanto artefatos da vida cotidiana e, em segunda instância, por serem produções femininas no lar.

Bom Appetite, por sua vez, constituindo-se como uma enciclopédia de “forno e fogão”, concentrou em suas páginas receitas de vários países e receitas com nomes regionais do Brasil, os conselhos para consumo de objetos, têxteis e ingredientes para a cozinha e as regras de decoração e etiqueta que envolviam os espaços da cozinha e da sala de estar. Os pratos ricamente decorados, produzidos com a indicação de ingredientes que, por sua tecnologização ou importação se configuravam enquanto geradores de *status* junto ao conjunto da refeição, remetem ao mundo gastronômico dos *chefs* de cozinha, à arte culinária que, distribuída pela comunicação da massa, entre as quais a enciclopédia *Bom Appetite*, pôde transformar os hábitos culinários cotidianos a partir do que se concebia por requinte e elegância na cozinha.

A culinária cotidiana, assim como a produção têxtil, foi também desqualificada por ser um trabalho relacionado com a produção feminina no espaço doméstico. Mais ainda por ser, tal prática, circunscrita na efemeridade. O trabalho no preparo das comidas demandou, durante muito tempo, horas de dedicação das donas de casa, que devotavam os gestos do corpo na junção dos ingredientes, aplicando-lhes os processos físicos e químicos que formam os pratos a serem deglutidos no ato de saciar a fome: ato esse que é rápido e esquecido.

As refeições enfeitadas, com o uso da moda, mas para além de seus significados, imprimem na lembrança os momentos de prazer gerados pelos enfeites, perduram na memória pelo impacto visual e comunicam sobre os sentimentos empregados na refeição. As donas de casa, assim, encontravam prazer em preparar algo para oferecer, em usar uma sutil criatividade para resultados que, ainda que de vidas efêmeras, conferiam-lhes um estilo de vida e delineavam um espaço próprio. A decoração dos alimentos são formas de concentrar os atributos intelectuais e motores nas práticas culinárias, ritmadas pelo afeto.

As enciclopédias, como documentos viabilizados para a escrita da história das mulheres brasileiras na cozinha, puderam fornecer as pistas para a compreensão da atuação feminina nesse espaço no final da década de 1960 e início de 1970. Foram relevantes, pois

inseriram-se na vida material de muitas donas de casa ao passo que, com seu conteúdo, puderam, dentro de casa, fornecer um novo olhar – moderno e na moda – para as suas leitoras, cada qual com um jeito particular de se apropriar daqueles conhecimentos e, assim, de construir, originalmente, uma forma de “ser-no-mundo”.

Referências

- ABRIL. Quando a cultura vai para as bancas: o fenômeno fascículos leva o conhecimento para dentro da casa de milhões de brasileiros. **Institucional**. 50 anos, 2000. Disponível em: <http://www.abril.com.br/institucional/50anos/fasciculos.html>. Acesso em: ago. 2016.
- ABRIL PRINT. **Histórico**. 2010. Disponível em: < <http://grafica.abril.com.br/historico.php>>. Acesso em: jan. 2017.
- ADAMS, Carol. **A política sexual da carne: a relação entre carnivorismo e a dominância masculina**. São Paulo: Alaúde, 2012.
- AGUIAR, Gilson. **Fundamentos históricos e filosóficos da educação**. Maringá, PR: Unicesumar, 2016.
- ALGRANTI, Leila Mezan. Alimentação, saúde e sociabilidade: a arte de conservar e confeitare os frutos (Séculos XV-XVIII). **História: Questões & Debates**, Curitiba, 2005, n. 42, pp. 33-52.
- ALMEIDA, Maria Hermínia Tavares de; WEIS, Luiz. Carro-zero e pau-de-arara: o cotidiano da oposição de classe média ao regime militar. In: SCHWARCZ, Lilia Moritz (org). **História da vida privada no Brasil 4: contrastes da intimidade contemporânea**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- ALVES, Ana Elizabeth Santos; CUNHA, Tânia Rocha Andrade. “Livro de Costura Singer”: fonte documental para os estudos sobre trabalho de gênero. **Revista HISTEDBR On-line**, Campinas, n. Especial, mai. 2009, pp. 293-304. Disponível em: <http://www.histedbr.fe.unicamp.br/revista/edicoes/33e/doc01_33esp.pdf>. Acesso em: dez. 2016.
- AMON, Denise; MENASCHE, Renata. Comida como narrativa da memória social. **Sociedade e Cultura**. Goiás, v.11, n.1, pp. 13-21, jan./jun. 2008.
- ANGELI, Franco. **La fabbrici dei Fratelli Fabbri: Storia dell’editoria**. Milão: Instituto lombardo di storia contemporanea, 2010.
- ANOS DOURADOS. **Estante de livros**: coleção “Bom Apetite”. 2014. Disponível em: <<http://www.anosdourados.blog.br/2014/04/estante-de-livros-colecao-bom-apetite.html>>. Acesso em: jan. 2017.
- AUGUSTIN, Eliane et al. **A cultura do aspargo**. Brasília: EMBRAPA-SPI, 1993.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Dinheiro no Brasil**. Brasília: BCB, 2004. Disponível em: < https://www.bcb.gov.br/Pre/PEF/PORT/publicacoes_DinheironoBrasil.pdf>. Acesso em: ago. 2016.
- BAUHAUS: a face do século XX. **Documentário**. Direção de Frank Whitford. Reino Unido da Grã Bretanha e Irlanda do Norte, 1994. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=1iGPQpqHf5c>>. Acesso em: jan. 2017.

BERTONHA, João Fábio. **O fascismo e os imigrantes italianos no Brasil**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

BONADIO, Maria Claudia. **Moda e publicidade no Brasil nos anos 1960**. São Paulo: nVersos, 2014.

BRUNELLI, Silvana. **Diálogo entre as Artes Plásticas e a Publicidade no Brasil**. Tese de Doutorado, São Paulo: Escola de Comunicação e Artes da Escola de São Paulo, 2007.

BURKE, Peter. **O Que é História Cultural?** Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: SENAC, 2008.

CARDOSO, Rafael. O início do design de livros no Brasil. In: CARDOSO, Rafael. (Org.). **O design brasileiro antes do design**: aspectos da história gráfica, 1870-1960. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CARVALHO, Vânia Carneiro de. **Gênero e Artefato**: o sistema doméstico na perspectiva da cultura material – São Paulo. 1870 - 1920. São Paulo: Edusp/ Fapesp, 2008.

CASTRO, Maria Luiza A. C. Da ética construtivista à ética sustentável: a trajetória do design. **Cadernos de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo**. São Paulo, v. 8, n. 1, 2008, pp. 1-11.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: Artes de fazer. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1998.

CHARTIER, Roger. **A História Cultural**: entre práticas e representações. Lisboa: DIFEL, 1990.

CHATAIGNIER, Gilda. **Fio a fio**: tecidos, moda e linguagem. São Paulo: Estação das Letras, 2006.

CHEVALIER, Jean. **Diccionario de los símbolos**. Barcelona: Editorial Herder, 1986.

COLCHA DE RETALHOS. **Filme**. Direção de Jocelyn Moorhouse. Estados Unidos, 1995.

COLLAÇO, Janine Helfst Leicht. Das mammas'as aos restaurante cosmopolita: um século de restaurantes italianos na cidade de São Paulo (Brasil). **Anthropology of food**. França, v. 7, 2010, pp. 1-180.

CORREIA, Cláudia de C.; BARBOSA, Rita Cláudia A.; MOTA, Maria Dolores de B. Diálogos transversais entre moda e arquitetura – aproximações funcionais e estilísticas. **Anais**. 5º ENPModa, Novo Hamburgo – RS. 2015. Disponível em: <<http://www.feevale.br/Comum/midias/468882d2-b9b8-44b5-9f6a-f94d48375e53/DI%C3%81LOGOS%20TRANSVERSAIS%20ENTRE%20MODA%20E%20ARQUITETURA%20E%20A%20APROXIMA%C3%87%C3%95ES%20FUNCIONAIS%20E%20ESTIL%C3%8DSTICAS.pdf>>. Acesso em: jan. 2017.

COTT, Nancy. A mulher moderna: o estilo americano dos anos vinte. In: THÉBAUD, Françoise. **História das mulheres 5**: o século XX. Porto: Edições Afrontamento, 1991.

COURBIN, Alain. A relação íntima ou os prazeres da troca. In: PERROT, Michelle (Org.). **História da vida privada 4: da Revolução Francesa à Primeira Guerra**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

CRAICK, J. A política cultural do uniforme. In: **Fashion Theory**, v. 2, n. 2, p. 5-26, jun. 2003.

EBAY ITALIA. **Il Piatto d'Oro 5 Voll. Fabbri Editori 1966**. 2016. Disponível em: <<http://www.ebay.it/itm/IL-PIATTO-DORO-5-voll-FABBRI-EDITORI-1966-/291078924855?hash=item43c5a7ea37:g:p~AAAMXQVERS-7IH>>. Acesso em: fev. 2017.

_____. **Mani D'oro fascicolo 7 Il Lavoro della Settimana**: Uncinetto. 2014. Disponível em: <<http://www.ebay.it/itm/Mani-Doro-fascicolo-7-II-Lavoro-della-Settimana-Uncinetto-/230733689654?hash=item35b8ccb336:g:klAAOSwfcVUCBVD>>. Acesso em: fev. 2017.

EDWARDS, Clive. **Como compreender design têxtil**: Guia rápido para entender estampas e padronagens. São Paulo: Senac, 2012.

ELIAS, Nobert. **O processo civilizador**. Volume 1: Uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.

ESTÚDIO ELIFAS ANDREATO. Elifas Andreato. Disponível em: <<https://www.andreato.com.br/elifas-andreato>>. Acesso em: set. 2016.

FERREIRA, Maria João. Ecos de hábitos e usos nos inventários: os adereços têxteis nos interiores das residências senhoriais lisboetas seiscentistas e setecentistas. MENDONÇA, Isabel; CARITA, Hélder; MALTA, Marize. (Org.). **A casa senhorial em Lisboa e no Rio de Janeiro**: anatomia dos interiores. Lisboa: Instituto de história da arte, Rio de Janeiro: Escola de Belas artes, 2014.

FÍGARO, Roseli. A arte de Elifas Andreato. **Comunicação & Educação**, São Paulo, ano XI, n. 2, maio/ago. 2006. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comeduc/article/viewFile/6961/6287>>. Acesso em: jan. 2016.

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: Editora HUCITEC História Social, USP, 1998.

FISCHLER, Claude. Commensality, society and culture. In: **Social Science Information - 50th anniversary issue**, v. 50, 3-4 Set. 2011 pp. 528-548.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FRASQUETE, Débora Russi; SIMILI, Ivana Guilherme. O método Dener na cultura da moda e das mulheres nos anos 1970. **Anais**. V Colóquio Nacional Cultura e Poder, Campo Mourão – PR, 2015. Disponível em: <<http://www.fecilcam.br/culturaepoder/wp-content/uploads/2015/09/Anais-VColoquio.pdf>>. Acesso em: jan. 2017.

FREITAS, Renata Oliveira Teixeira de. **Design de Superfície**: Ações comunicacionais táteis nos processos de criação. São Paulo: Blucher, 2011.

GIARD, Luce. Cozinhar. In: CERTEAU, Michel de; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. **A invenção do cotidiano 2: Morar, cozinhar**. Petrópolis – RJ: Vozes, 1996.

GOMES, Leonardo Menna Barreto. Ernst Zeuner e a Livraria do Globo. In: CARDOSO, Rafael. **O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870-1960**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil: sua história**. São Paulo: Edusp, 2005.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

HOMEM, Maria Cecília Naclério. **Cozinha e indústria em São Paulo: do rural ao urbano**. São Paulo: Edusp, 2015.

IBGE. Decreto n.º 60 231 de 16-2-1967. Tabela extraída de: **Anuário estatístico do Brasil 1967**. Rio de Janeiro: IBGE, v.28, 1967.

_____. **Índices de Preço ao Consumidor – IPCA e INPC**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/precos/inpc_ipca/ipca-inpc_201606_1.shtm>. Acesso em: jul. 2016.

JACOB, Helena Maria Afonso. Comer com os olhos: estudos das imagens da cozinha brasileira na revista Claudia Cozinha. **Anais. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos – SP, 2007**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R2227-1.pdf>>. Acesso em: jan. 2017.

KARNAL, Leandro; TATSCH, Flavia Galli. A memória evanescente. In: PINSKY, Carla Bassanezi; LUCA, Tania Regina de. (Org.). **O historiador e suas fontes**. São Paulo: Editora Contexto, 2009.

KUJAWSKY, Guilherme. Cultura livre. **GV Executivo**. São Paulo, v. 3, n. 4, 2005, pp. 116-119.

LEVENSTEIN, Harvey A. Dietética contra gastronomia: tradições culinárias, santidade e saúde nos modelos de vida americanos. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher: permanência e revolução do feminino**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

_____. **O Império de efêmero**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LUCA, Tania Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi. **Fontes históricas**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

MAFFESOLI, Michel. Mesa espaço de comunicação. In: DIAS, Cecília Maria de Moraes (Org.). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. São Paulo: Editora Manole, 2002.

MALERONKA, Wanda. **Fazer roupa virou moda**: Um figurino de ocupação da mulher (São Paulo 1920 – 1950). São Paulo: Senac, 2007.

MALTA, Marize. **O olhar decorativo**: ambientes domésticos em fins do século XIX no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Mauad, 2011.

_____. Paninhos, agulhas e pespontos: a arte de bordar o esquecimento na história. **Anais. XXVIII Simpósio Nacional de História**. Florianópolis, 2015. Disponível em: <http://www.snh2015.anpuh.org/resources/anais/39/1433811122_ARQUIVO_AartedebordaroesquecimentonahistoriaREVISADOMARIZEMALTA.pdf>. Acesso em: jan. 2017.

MALUF, Marina; MOTT, Maria Lúcia. Recônditos do mundo feminino. In: NOVAIS, Fernando; SEVCENKO, Nicolau (Org.). **História da vida privada no Brasil 3**: República: da belle époque à era do rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

MARANHÃO, Carlos. **Roberto Civita**: O dono da banca: A vida e as ideias do editor da Veja e da Abril. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em revista**: imprensa e práticas culturais em tempos de República, São Paulo (1980-1922). São Paulo: Fapesp/Edusp, 2008.

MAUAD, Ana Maria. Embrulhado para presente? Fotografia, consumo e cultura visual no Brasil (1930-1960). **Anais. XXIV Simpósio Nacional de História**, São Leopoldo-RS, 2007.

MAY, André et al. **A cultura da couve-flor**. Campinas: Instituto Agronômico, 2007.

MELLO, João M Cardoso de; NOVAIS, Fernando Antonio. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: Novais, Fernando Antonio. (Org.). **História da vida privada no Brasil 4**: contrastes da intimidade contemporânea. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra. O fogão da *Société Anonyme du Gaz*: Sugestões para uma leitura histórica de imagem publicitária. **Projeto História**, São Paulo, n. 21, pp. 105-119, 2000.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de; CARNEIRO, Henrique. A história da alimentação: balizas historiográficas. **Anais. Museu Paulista**. São Paulo, v. 5, pp. 9-91, jan./dez. 1997.

MENEZES, Juliana Maria Batista. A utilização da luz na concepção dos espaços interiores. **Lume Arquitetura**, São Paulo, n.59, pp. 64-70, jan. 2013.

MINTZ, Sidney W. Comida e Antropologia: uma breve revisão. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 16, n. 47, pp. 31-42, 2001.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas**: a segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Olho d'água, FAPESP, 2001.

MOLES, Abraham Antoine. **O Kitsch**: a arte da felicidade. São Paulo: Perspectiva, 2012.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: Senac, 2008.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX**: O espírito do tempo – 2: Necrose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.

MUNHOZ, Dercio Garcia. Inflação brasileira: os ensinamentos desde a crise dos anos 30. **Economia Contemporânea**, Rio de Janeiro, n.1, pp. 59-87, jan./jun. 1997.

NETTO, S. M. Rodrigues; CAMPOS, T. B. de; FARIA, A. M. de. Registro formal da ocorrência de *Cyrtomenus* SP. (hemiptera, cydnidae) em alcachofra (*Cynara scolymus*, Asteraceae) no Brasil. **Arquivo Instituto Biológico**. São Paulo, v.72, n.2, abr./jun., 2005, pp.271-273.

OLIVEIRA, Mariana. Veja evolução do salário mínimo desde sua criação, há 70 anos. **G1: Economia**, São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2011/02/veja-evolucao-do-salario-minimo-desde-sua-criacao-ha-70-anos.html>>. Acesso em: set. 2016.

OLIVEIRA, Sandra Ramalho e. **Moda também é texto**. São Paulo: Edições Rosari, 2007.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**: Cultura brasileira e indústria cultural. São Paulo: Brasiliense, 1991.

_____. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PASSERINI, Luisa. Mulheres, consumo e cultura de massas. In: THÉBAUD, Françoise. **História das mulheres 5**: o século XX. Porto: Edições Afrontamento, 1991.

PINSKY, Carla Bassanezi. Mulheres dos Anos Dourados. In: PRIORE, Mary del (org). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

PEREIRA, Mateus H. F. Abril Cultural (1968-1982) e o desenvolvimento do mercado de fascículos, coleções e enciclopédias durante a Ditadura Militar. **Portcom**. Núcleo de Pesquisa 4 – Produção Editorial, 2010. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/157827215695151500829990738147149600819.pdf>>. Acesso em: jun. 2016.

PERROT, Michele. **Minha história das mulheres**. São Paulo: Editora Contexto, 2015.

_____. Práticas da Memória Feminina. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 09, n. 18, pp. 09-18, ago. 1989.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. Introdução. In: PESAVENTO, Sandra Jatahy; SANTOS, Nádia Maria Weber; ROSSINI, Miriam de Souza (Org.). **Narrativas, imagens e práticas sociais**: percursos em história cultural. Porto Alegre: Editora Asterisco, 2008.

PILLA, Maria Cecília Barreto Amorim. **A arte de receber**: distinção e poder à boa mesa – 1900-1970. Tese de Doutorado. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2004.

_____. Labores, quitutes e panelas: em busca do lar ideal. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 30, jan.-jun. 2008, pp. 329-343.

PINHEIRO, Karina Aragão de Paulo Nobre. História dos hábitos alimentares ocidentais. **Universitas**: Ciências da Saúde, Brasília, v. 3, n. 1, pp. 173-190, 2005.

PINSKY, Carla Bassanezi. A era dos modelos rígidos. In: PINSKY, Carla Bassanezi;

PEDRO, Joana Maria (Org.). **Nova História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2012.

_____. Mulheres dos Anos Dourados. In: PRIORE, Mary del (Org). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

PORTAL BRASIL. **Salário Mínimo**. Disponível em:

<<http://www.portalbrasil.net/salariominimo.htm>>. Acesso em: ago. 2016.

REVEL, Jacques. Os usos da civilidade. In: CHARTIER, Roger (Org.). **História da vida privada 3: da Renascença ao Século das Luzes**. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

ROCHE, Daniel. **História das coisas banais: nascimento do consumo séc. XVII – XIX**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

RODRIGUES, Maria Christina de Faria Tavares. **Mancebos e mocinhas: moda na literatura brasileira do século XIX**. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2010.

ROSSI, Geraldo Abud. **O design gráfico da página na constituição da identidade visual das revistas impressas**. Dissertação de Mestrado. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2008.

SAHLINS, Marshall. **Cultura e razão prática**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

SANT'ANNA, Patrícia. Diálogos entre Arte e Moda: os anos sessenta. **Anais**. 3º Colóquio de Moda, Belo Horizonte, 2007. Disponível em:

<http://coluquiomoda.hospedagemdesites.ws/anais/anais/3-Coloquio-de-Moda_2007/4_05.pdf>. Acesso em: jan. 2017.

SANTOS, Carlos Roberto Antunes dos. A alimentação e seu lugar na História: os tempos da memória gustativa. **Revista História: Questões & Debates**, Curitiba - PR, n. 42, pp. 11-31, 2005. Editora UFPR.

SANTOS, Marinês Ribeiro. **O design pop no Brasil dos anos 1970: domesticidades e relações de gênero na revista Casa & Jardim**. Tese de Doutorado. Florianópolis: USFC, 2010.

SANTOS, Marinês Ribeiro; PEDRO, Joana Maria. Domesticidade moderna e relações de gênero: o discurso funcionalista na revista “Casa & Jardim” durante as décadas de 1950 e 1960. **Anais**. VIII Congresso Iberoamericano de Ciência, Tecnologia e Gênero, Curitiba, 2010. Disponível em:

<http://files.dirppg.ct.utfpr.edu.br/ppgte/eventos/cictg/conteudo_cd/E10_Domesticidade_Moderna.pdf>. Acesso em: set. 2016.

SHIBATA, Cristina Keiko Rebonato; DEMIATE, Ivo Mottin. Cultivo e análise da composição química do cogumelo do sol (*agaricus blazei murriel*). **Publicatio UEPG: ciências biológicas e da saúde**, Ponta Grossa, v. 9, n. 2, jun. 2003, pp. 21-32.

SILVA, Elizabeth Bortolaia. Tecnologia e vida doméstica nos lares. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 10, pp. 21-52, 1998.

- SILVA, Nauber Gavski da. A constituição da nutrição no Brasil: Josué de Castro e o projeto nacional. **Anais**. I Encontro Nacional de Pesquisadores em História das Ciências. Belo Horizonte, 2010. Disponível em: <http://www.academia.edu/6542295/A_constitui%C3%A7%C3%A3o_da_nutri%C3%A7%C3%A3o_no_Brasil_Josu%C3%A9_de_Castro_e_o_projeto_nacional>. Acesso em: jan. 2017.
- SIMILI, Ivana. As cores do Brasil na pele morena de Maria Thereza Goulart. **Anais**. XXVIII Simpósio Nacional de História. Florianópolis, 2015. Disponível em: <http://www.snh2015.anpuh.org/resources/anais/39/1427996335_ARQUIVO_ASCORESDO_BRASILNAPELEMORENADEMARIATHEREZAGOULART.pdf>. Acesso em: jan. 2017.
- SIMIONI, Ana Paula Cavalcanti. Regina Gomide Graz: Modernismo, arte, têxtil e relações de gênero no Brasil. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, São Paulo, v. 45, pp. 87-106, 2007.
- SNODGRASS, Mary Ellen. **Encyclopedia of kitchen history**. Nova York, Londres: Taylor & Francis Group, 2004.
- STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx: roupas, memória e dor**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008.
- STRONG, Roy. **Banquete: uma história ilustrada da culinária, dos costumes e da forma à mesa**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2004.
- TOMSHINSKY, Ida. **Aprons: a tale of tradition**. History of fashion accessories series: kitchen attire. E-book, Nova York: Xlibris, 2014.
- TREVISAN, Jorge Nadir. **Crescimento, desenvolvimento e produção de brócolis de cabeça única**. Dissertação de Mestrado. Santa Maria – RS: UFSM, 2013.
- VILLAS, Alberto. **A alma do negócio: Como eram as propagandas nos anos 50, 60 e 70**. São Paulo: Globo, 2014.
- VINTAGE LEILÕES. **Lote 35**. São Paulo, 2015. Disponível em: <<http://www.vintageleiloes.com.br/peca.asp?ID=1332541&ctd=35&tot=305&tipo=>>>. Acesso em: ago. 2016.
- VOGUE. + da Revista: Túnica reloaded. **Tendências**. 2011. Disponível em: <<http://revista.vogue.globo.com/moda/tendencias-moda/da-revista-tunica-reloaded/>>. Acesso em: jan. 2017.
- ZHU, Christine. Born on This Day in Fashion History: Paco Rabanne. **The Art of Dress**. 2015. Disponível em: <<https://theartofdress.org/2015/02/18/born-on-this-day-in-fashion-history-paco-rabanne/>>. Acesso em: jan. 2017.

Fontes documentais:

BOM APETITE, Enciclopédia, 1968, v. 1, São Paulo: Editora Abril Cultural

BOM APETITE, Enciclopédia, 1968, v. 2, São Paulo: Editora Abril Cultural

BOM APETITE, Enciclopédia, 1968, v. 3, São Paulo: Editora Abril Cultural

BOM APETITE, Enciclopédia, 1969, v. 4, São Paulo: Editora Abril Cultural

BOM APETITE, Enciclopédia, 1969, v. 5, São Paulo: Editora Abril Cultural

BOM APETITE, Enciclopédia, 1970, v. 6, São Paulo: Editora Abril Cultural

BOM APETITE, Enciclopédia, 1970, v. 7, São Paulo: Editora Abril Cultural

BOM APETITE, Enciclopédia, 1970, v. 8, São Paulo: Editora Abril Cultural

BOM APETITE, Enciclopédia, 1971, v. 9, São Paulo: Editora Abril Cultural

BOM APETITE, Enciclopédia, 1971, v. 10, São Paulo: Editora Abril Cultural

BOM APETITE, Enciclopédia, 1971, v. 11, São Paulo: Editora Abril Cultural

BOM APETITE, Enciclopédia, 1972, v. 12, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Enciclopédia, 1968, v. 1, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Enciclopédia, 1968, v. 2, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Enciclopédia, 1968, v. 3, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Enciclopédia, 1968, v. 4, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1967, n. 1, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1967, n. 2, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1967, n. 3, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1967, n. 4, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1967, n. 5, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1967, n. 6, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1967, n. 7, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1967, n. 8, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 9, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 10, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 11, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 12, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 13, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 14, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 15, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 16, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 17, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 18, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 19, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 20, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 21, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 22, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 23, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 24, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 25, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 26, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 27, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 28, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 29, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, 1968, n. 30, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Enciclopédia, Panfleto, 1968, v. 2, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, Panfleto 1, 1967, n. 1, São Paulo: Editora Abril Cultural

MÃOS DE OURO, Fascículo, Panfleto 2, 1967, n. 1, São Paulo: Editora Abril Cultural