



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL  
CAMPUS CHAPECÓ  
CURSO DE LICENCIATURA EM HISTÓRIA**

**JOSIANE ULIANA**

**MODA E COMPORTAMENTO FEMININO EM CHAPECÓ – SC NA DÉCADA DE  
1950**

**CHAPECÓ  
2017**

**JOSIANE ULIANA**

**MODA E COMPORTAMENTO FEMININO EM CHAPECÓ – SC NA DÉCADA DE  
1950**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de História, da Universidade Federal da Fronteira Sul, Campus Chapecó, como requisito parcial para a obtenção do grau de Licenciada em História.

Orientador: Prof. Dr. Délcio Marquetti.  
Professores de Seminário de TCC: Francimar Ilha da Silva Petrolí e Daiane Vaiz Machado.

**CHAPECÓ  
2017**

Uliana, Josiane

Moda e comportamento feminino em Chapecó - SC na década de 1950/ Josiane Uliana. -- 2017.

65 f.:il.

Orientador: Délcio Marquetti.

Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de história, Chapecó, SC, 2017.

1. Moda - História. 2. Vestuário. 3. Comportamento feminino. 4. Chapecó - Década de 1950. I. Marquetti, Délcio, orient. II. Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL  
CURSO DE LICENCIATURA EM HISTÓRIA

### ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO LICENCIATURA EM HISTÓRIA

Aos quatro dias do mês de julho de dois mil e dezessete, às dezenove horas nas dependências do Campus Chapecó da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFES), reuniu-se a banca avaliadora da monografia apresentada como Trabalho de Conclusão de Curso de Licenciatura em História constituída pelos professores: **Dr. Délcio Marquetti (Orientador)**, **Ms. Francimar Petroli (UFRGS)** e **Fabio Daniel Vieira**. O Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em História - Licenciatura – elaborado pela acadêmica **Josiane Uliana** sob o título: *Moda e comportamento feminino em Chapecó -SC na década de 1950* obteve a média final 90 sendo considerado

Aprovada.

Chapecó - SC, 04 de julho de 2017.

**Délcio Marquetti** - Orientador

**Francimar Petroli** - Avaliador 1

**Fabio Daniel Vieira** - Avaliador 2

Aos meus pais, José Luiz e Marilene.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente ao meu orientador professor Delcio Marquetti, que aceitou o desafio da minha temática com a qual nunca havia trabalhado. Pela paciência com que me orientou e incentivou durante esse período. Também aos professores Francimar Petroli e Fabio Vieira, pelas dicas valiosas. À professora Daiane Machado pelos seus apontamentos e dicas que também foram fundamentais para a realização desse trabalho. Ao professor Ricardo Machado, um importante apoiador e incentivador durante a graduação.

Não poderia deixar de agradecer as pessoas que tornaram esse trabalho viável, as senhoras Nair, Nilza, Glorisse, Adelaide, Maria, Marina, Armía, Miraci e Alvina, que doaram um pouco do seu tempo e compartilharam suas memórias comigo. Pela viabilidade e acesso às fontes de pesquisa agradeço ao trabalho das equipes do Centro de Memória do Oeste – CEOM, Biblioteca Pública Neiva Maria Andreatta Costela e Museu de História e Arte de Chapecó.

Agradeço também ao Cledir Giroto, que me incentivou a realizar essa pesquisa ainda quando a ideia era apenas uma semente e ele me encorajou a plantá-la. Aos colegas, amigos e parceiros Antonio Marcos, Alex Jr, Diego, Neiva e Daniela que estiveram próximos me apoiando, ouvindo minhas lamentações e contentamentos. Em especial agradeço a minha família, meus pais José Luiz e Marilene e minha irmã Marília, porque mesmo distantes eles são meu alicerce. Enfim, a todos que de alguma forma me ajudaram a concretizar esse trabalho, muito obrigada!

## RESUMO

O presente trabalho dedica-se ao estudo da moda como fenômeno cultural. O objetivo é analisar as relações estabelecidas com a moda por uma amostra (um grupo) de mulheres que viviam no espaço citadino de Chapecó – SC, na década de 1950. Esse período é considerado o momento da concretização do ideal de modernidade, difundido durante a colonização do município e associa-se à compreensão da moda como fenômeno preponderantemente urbano. Servindo-nos de fontes orais (entrevistas com mulheres que estudaram em colégio católico), fotografias e jornais, analisamos o comércio de artigos de vestuário, as possibilidades de acesso a informações sobre tendências de moda e as formas de confecção da roupa. As modificações no cenário urbano influenciaram diretamente os comportamentos, as práticas de sociabilidade feminina e suas relações com o vestuário e a moda. Um dos aspectos que marcaram essa relação feminina com a moda foi uma moralização representada principalmente pelo ensino de caráter religioso. Desta forma a recepção (ou não) de estilos da moda no período permite-nos refletir a respeito de questões que permeavam as mentalidades da época: o papel atribuído à mulher, refreando suas ações e moldando seus corpos aos padrões vigentes, ao mesmo tempo em que certos estilos (considerava-se) promoviam a liberdade e a androginia. Esse estudo permite uma percepção da moda em uma região interiorana, ou seja, trata-se de um olhar sobre as relações estabelecidas com o fenômeno, longe dos grandes centros do país na época.

Palavras-chave: Moda. Imprensa. Comportamento. Gênero. Modernidade.

## **ABSTRACT**

The present work is dedicated to the study of fashion as a cultural phenomenon. The objective is to analyze the relations established with fashion by a sample (a group) of women who lived in the city space of Chapecó - SC, in the 1950s. This period is considered the moment of the realization of the ideal of modernity, spread during the colonization of the municipality, and is associated with the understanding of fashion as a predominantly urban phenomenon. Using oral sources (interviews with women who studied at a Catholic college), photographs and newspaper clippings, we analyzed the clothing trade, the possibilities of accessing information about fashion trends, and the ways in which clothing was made. Modifications in the urban setting directly influenced the behaviors, practices of female sociability and their relations with clothing and fashion. One of the aspects that marked this female relationship with fashion was a moralization represented mainly by religious teaching. In this way the reception (or not) of fashionable styles in the period allows us to reflect on issues that permeated the mentalities of the time: the role attributed to women, curtailing their actions and shaping their bodies to the current standards, at the same time in That certain styles (it was considered) promoted freedom and androgyny. This study allows a perception of fashion in a interior region, that is, it is a look at the relations established with the phenomenon, away from the great centers of the country at the time.

Keywords: Fashion. Press. Behavior. Gender. Modernity.



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Trecho da Av. Getúlio Vargas em Chapecó, meados da década de 1950.....	23
Figura 2 – Av. Getúlio Vargas, Chapecó, meados da década de 1950.....	23
Figura 3 – Representantes comerciais visitam o interior.....	27
Figura 4 – “A roupa faz o homem” .....	27
Figura 5 – “Um convite especial para a senhora...” .....	29
Figura 6 – “Sensações de inverno”.....	30
Figura 7 – Revista Moda e Bordado .....	31
Figura 8 – Figurinos para 1959 .....	32
Figura 9 – “Passou o tempo da roupa sob medida” .....	34
Figura 10 – Atelier de Alta Costura.....	36
Figura 11 – “Do lar, da moda, da mulher” .....	37
Figura 12 – Mulheres de Chapecó durante passeio no Rio de Janeiro .....	42
Figura 13 – Saia godê para adolescentes .....	42
Figura 14 – Mulheres em Chapecó.....	43
Figura 15 – Evento em Chapecó.....	44
Figura 16 – Convite do Clube Recreativo Chapecoense .....	49
Figura 17 – “Os gostos diferem” .....	53
Figura 18 - Desfile cívico no ano de 1952 .....	55
Figura 19 – "Não espere engordar demais!" .....	58

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2 “INICIATIVAS DE PROGRESSO”: COMÉRCIO, IMPRENSA E PRODUÇÃO DE VESTUÁRIO NA CIDADE DE CHAPECÓ .....</b>	<b>18</b>
2.1 O PROCESSO DE COLONIZAÇÃO E A CIDADE DE CHAPECÓ NA DÉCADA DE 1950 .....	18
2.2 COMÉRCIO E IMPRENSA: “A MODA POSSÍVEL” .....	24
2.3 FORMAS DE CONFECÇÃO DA ROUPA EM CHAPECÓ .....	33
<b>3 MODA, COMPORTAMENTO E IDENTIDADE FEMININA.....</b>	<b>39</b>
3.1 A MODA NAS PRÁTICAS DE VESTIMENTA FEMININA EM CHAPECÓ .....	39
3.2 LAZER E MODOS DE SOCIABILIDADE FEMININA .....	45
3.3 IDENTIDADE ALTERNATIVA: A MODA CONSTRUINDO GÊNERO.....	52
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>60</b>
<b>FONTES E REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>62</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A prática da indumentária acompanha a humanidade há milhares de anos, inicialmente através do uso de plantas e de peles de animais. A utilização da agulha remonta há 40 mil anos e foi considerada por estudiosos como a representação de um grande avanço tecnológico que permitiu a construção de roupas. O aprimoramento de técnicas para a produção de tecidos foi um dos primeiros passos para a confecção do vestuário moderno que marca o surgimento de um fenômeno cultural e social: a Moda. (BRAGA, 2007).

No mundo ocidental, a existência da moda é identificada pela maioria dos estudiosos a partir de meados do século XIV na Europa, isso porque a sociedade da época tinha condições específicas para o surgimento de tal fenômeno. A sociedade que permitiu a existência da moda caracterizou-se por uma suposta tranquilidade nos setores político e econômico, em um momento de ascensão do capitalismo. (LIPOVETSKY, 2009).

A moda e o vestuário, apesar de estarem ligados, não podem ser confundidos. O vestuário proporciona o exercício da moda e esta última atua no campo do imaginário, dos significantes. A roupa, apesar de não ser o único elemento para perceber a moda, se torna privilegiada para tal porque se constitui como parte identitária do sujeito e da sua relação com a sociedade. (SANT'ANNA, 2005). A indumentária se constitui, portanto, como sistema de signos, onde o ser humano define sua relação com o mundo. (CALANCA, 2008). Para conviver socialmente as pessoas se vestem e pensam a sua roupa, ou seja, existem também códigos sociais que delimitam os seus usos.

Considerando esses aspectos, essa pesquisa nasce com objetivo de contribuir, ainda que de forma breve, com os estudos de Moda na historiografia. O objetivo é identificar influências que a moda exerceu sobre as mulheres que viviam no espaço citadino de Chapecó, SC na década de 1950. Considerando a moda como sugestão do novo e do moderno, como define Lipovetsky (2009), buscamos perceber em que medida as novas tendências eram aceitas e incorporadas no cotidiano dessas mulheres. Também analisar possíveis padrões morais e estéticos difundidos pelo vestuário feminino e o ideal de mulher enfatizado pela sociedade da época.

Para tentar compreender o comportamento de moda adotado pelas mulheres entre os anos de 1950, como aqui nos interessa analisar, é necessário buscar entender qual o papel desempenhado por estas mulheres na sociedade da época. Priorizar uma abordagem da História utilizando a mulher como sujeito é ir contra um padrão historiográfico que tinha na ação do homem a representatividade da história humana em geral. (BURKE,1992).

Michelle Perrot é uma das pioneiras na inserção da mulher na construção da história, analisando a sua atuação nos meios públicos e privados. Nesse sentido pensar o papel da mulher é questionar aquilo que os discursos presentes nas fontes buscaram atribuir a elas como papel social. (PERROT, 2005). Também é importante destacar a contribuição dos estudos feministas que evidenciaram questões cotidianas como o vestuário e suas implicações nas relações de gênero.

Porém, os estudos sobre moda geralmente se atêm ao sujeito feminino, apesar de o masculino ter ganhado espaço nas pesquisas nos últimos anos (SILVA, 2014). A partir do século XVIII a mulher recebeu o papel de “instrutora social na sedução dos objetos”, ideia disseminada pela imprensa da época, que também outorgou a moda ao feminino. (ROCHE, 2009, p. 502). Essa associação da mulher à moda e a vaidade ainda persiste na atualidade, fruto de uma construção social que precisa ser analisada.

Elegemos a década de 1950 como período focado por essa pesquisa considerando-a como momento de significativas transformações estruturais urbanas na cidade de Chapecó. Essa década também acabou se tornando um marco de estilos específicos, de estilistas que lançaram não só modelos de roupa, mas padrões de comportamento feminino. As transformações que ocorreram no campo social e da cultura nesse período marcaram profundamente os rumos da moda nos anos que seguiram.

A dimensão dessa pesquisa se insere no âmbito da História Cultural, mais especificamente o que se denominou Nova História Cultural. De acordo com Sandra Pesavento, uma virada na historiografia cultural ocorreu a partir da década de 1970, consequência de fatos anteriores, como a crise de maio de 1968, a guerra do Vietnã e a ascensão do feminismo. Esses acontecimentos contribuíram para romper com os marcos conceituais que dominavam a História.

A Nova história parte das concepções do neomarxismo inglês e da Escola dos Annales (1929), porém contesta certas posturas presentes nessas ideologias como, por exemplo, o entendimento de que a cultura é um breve reflexo da infraestrutura. A cultura é então percebida como um conjunto de significados partilhados e construídos pelos indivíduos. Novos sujeitos e abordagens de pesquisa ganham vez e voz na historiografia, tal como o nosso objeto de pesquisa, a Moda. (PESAVENTO, 2005).

De acordo com Daniela Calanca, os estudos sociológicos e históricos da Moda, são tributários das contribuições de Roland Barthes (1915-1980) e Fernand Braudel (1902-1985). Entre os anos de 1950 e 1960 esses autores realizaram estudos inovadores que romperam com

as tendências anteriores sobre o tema. Barthes na obra *O sistema da moda* (1967) analisou principalmente questões da semiótica, da Moda como signo. A obra de Fernand Braudel, *Civilização material, economia e capitalismo séculos XV-XVIII*, (1979), que não é dedicada exclusivamente ao tema, destaca a relevância da moda para a historiografia considerando que a roupa levanta todos os problemas da sociedade, desde a matéria-prima, a produção e até as modas e hierarquias sociais, o que indica que o principal não é o vestuário e sim a relação que se estabelece com ele. (CALANCA, 2008).

O primeiro estudo específico sobre Moda na historiografia brasileira foi a tese de doutorado de Gilda de Mello e Souza, intitulada *O espírito das roupas: a moda no século XIX*, (1950). Nessa obra a autora analisa a moda principalmente através da perspectiva de divisão de classes e de gênero. Mas a partir desse estudo houve uma pausa das produções sobre o tema sendo retomado nos anos 1970, com significativo aumento a partir dos anos 1980. A moda e suas interfaces com a modernidade, o poder ou com questões de identidade e gênero permeiam as análises atuais. (RAINHO, 1992; NACIF, 2000; SANT'ANNA, 2005; SABALLA, 2010).

Esse trabalho de pesquisa tem um caráter pioneiro em função da inexistência de estudos sobre o tema na região pretendida. Ele privilegia um olhar da mulher de cidades interioranas, buscando uma análise sobre a influência que a moda exerceu nas relações sociais nesse meio. Chapecó se constitui como região interiorana, distante da capital do estado e com diferenças significativas em relação a esses centros urbanos do Brasil da década de 1950. Isso permite uma análise da moda em outra perspectiva, observando que no Brasil os estudos sobre moda dedicam-se, em geral, a vida urbana dos grandes centros.

Sendo a moda um fenômeno cultural e social que permite analisar aspectos diversos nas sociedades, com esta pesquisa pretendemos perceber qual era a relação estabelecida com a moda, especificamente do vestuário, pelas mulheres que viviam no espaço citadino e mesmo a importância atribuída à moda, em seus diferentes espaços e usos em uma região com caráter rural. Nessa relação estabelecida com a moda buscamos observar também quais eram as significações morais atribuídas à roupa e de que forma ela contribuía para disseminar esses valores na sociedade. Também, em um período de transformações no meio urbano, em uma concretização do ideal moderno em Chapecó, nos questionamos: a presença da moda nos usos cotidianos poderia também representar uma influência modernizadora para a cidade?

A metodologia adotada foi baseada em técnicas utilizadas pela história oral. A fonte oral é um tipo de abordagem do campo historiográfico que trabalha diretamente com a

memória dos agentes históricos. Apesar de a fonte oral geralmente apresentar uma intencionalidade e utilizar da memória de apenas alguns, ela possibilita traçar um retrato do cotidiano de uma sociedade no que se refere às representações coletivas e as mentalidades de determinado período. (BARROS, 2010).

Para essa pesquisa foram realizadas entrevistas com seis mulheres com idade entre 75 e 84 anos, residentes no espaço citadino de Chapecó na década de 1950. As entrevistas tiveram por base um roteiro aberto de questões permitindo relembrar o uso da indumentária em um período relativamente distante. Encontrar candidatas para as entrevistas foi uma tarefa difícil. Foram contatadas em média trinta mulheres, a partir da obtenção de informações nas ruas e em estabelecimentos comerciais. O nível de aceitação foi pequeno, o que é compreensível se tratando de contato via telefone por alguém desconhecido. O tema, em alguns momentos, pareceu não agradar às senhoras que diziam não se lembrar desses “detalhes”, que usavam qualquer coisa, ou então que o assunto era reservado à elite da época. Aos poucos os convites foram sendo aceitos, possibilitando a realização de entrevistas que ocorreram durante os meses de outubro e novembro de 2016, em Chapecó.<sup>1</sup>

É sempre importante lembrar que a fonte oral não descreve a realidade, mas a noção pessoal, memórias construídas socialmente e também a partir das idealizações de cada um. Referente a isso devemos ter em mente que as fontes não são a verdade pura, elas apenas nos aproximam de uma realidade, mas nunca por completo. Portanto o historiador tem por finalidade problematizar essas realidades e esse objetivo deve nortear a sua consciência visando questionamentos e outras possibilidades de estudo. (BÉDARIDA, 2006).

Quando lidamos com a memória estamos lidando com uma construção que pode se dar num âmbito individual e/ou de grupo. Individual porque as pessoas podem ter as mesmas vivências, mas irão guardar memórias diferentes daquilo, ou seja, as significações são tidas individualmente, “Guardamos aquilo que, por um motivo ou outro, tem ou teve algum significado em nossas vidas”. Isso faz da memória individual algo único, onde “cada um de nós seleciona e compõe seu próprio conjunto de registros, uma espécie de ‘patrimônio pessoal’.” A memória também é uma construção de grupo porque o que é significativo depende do espaço e do tempo em que vivemos, ou seja, da relação com o coletivo, o que faz com que sejamos “sempre parte de uma teia social”. (PEREIRA e WORCMAN, 2006, p. 201-202).

---

<sup>1</sup> As entrevistas ficarão arquivadas junto à Coordenação do Curso de História da UFFS, Campus Chapecó, juntamente com as cartas de cessão.

O público entrevistado para essa pesquisa possui algumas características que limitam a abrangência do tema. Nesse caso tratamos da moda feminina em Chapecó, mas esse feminino nas entrevistas restringe-se a mulheres com bom nível de escolaridade para a época, que também residiam no centro da cidade, eram brancas e católicas. Três delas foram internas do colégio Bom Pastor. Todas elas na fase adulta exerceram alguma profissão que não a de dona de casa, como secretária, professora ou costureira. Ou seja, características de um feminino específico. O fato de delimitar esse público, ressalvadas algumas limitações, auxilia no desenvolvimento da pesquisa porque permite uma maior compreensão do caminho a ser seguido.

Assim, tentamos analisar a memória dessas mulheres em torno da questão do vestuário e da moda, mas considerando a influência de fatores particulares do público entrevistado. Nesse caso a influência dos valores católicos enfatizados através do ensino no Colégio Bom Pastor. Esse ensino por freiras tem um papel considerável porque se mostra antimoda, contrário a qualquer afronta aos costumes, aos valores tradicionais que norteiam os hábitos cristãos vigentes à época. Ao mesmo tempo temos o desenvolvimento da cidade, o desejo de modernização se efetivando aos poucos na década de 1950 e junto dessa transformação estrutural uma mudança dos hábitos dos sujeitos, a busca pela aproximação com os ideais de beleza divulgados pela imprensa e pelo cinema da cidade.

Para auxiliar na compreensão do tema na região utilizamos algumas fotografias e periódicos dos acervos do CEOM – Centro de memória do Oeste de Santa Catarina, do Museu de História e Arte e da Biblioteca Pública de Chapecó. Consultamos também o acervo pessoal de fotografias de algumas das entrevistadas, que foram gentilmente cedidas para contribuir com a pesquisa.

No caso dos periódicos, longe de uma análise crítica jornalística, buscamos alguns elementos como propagandas, anúncios de lojas que pudessem nos ajudar a perceber um quantitativo desses locais na cidade. Já os jornais das capitais Florianópolis e Porto Alegre, analisamos alguns exemplares a fim de comparar seu conteúdo, mais atrativo, com mais imagens e ilustrações. Segundo Chrislene Carvalho dos Santos (2006, p. 2), “No Brasil, é preciso considerar que, precedendo o rádio e a televisão, a rede publicitária teve uma significativa influência no processo de integração nacional através do mercado” e também se constituiu como produtora de um conjunto de representações da realidade.

A utilização de fotografias também nos ajuda a perceber aspectos sobre a moda, a indumentária e o comportamento, porém, como toda a fonte histórica, requer cuidados para

sua utilização. A análise imagética é de todo subjetiva e deve ser cautelosa evitando sua utilização como mera representação, ilustração ou tentativa de comprovar questões. Situar as fontes imagéticas em seus contextos de produção é outro fator importante (LIMA e CARVALHO, 2009). Assim as imagens tanto de jornais como as fotografias são utilizadas buscando uma possível resposta, mas também propondo novos questionamentos.

Alguns estudos já realizados sobre a temática foram fundamentais para essa pesquisa. A dissertação de mestrado de José Alfredo Beirão Filho, defendida em 2004, serviu de inspiração para a metodologia que foi utilizada nesse estudo. Intitulada *Remodelando corpos: as costureiras e suas reminiscências na Florianópolis de 1950*, a pesquisa faz uso da fonte oral e por meio de entrevistas com costureiras que atuaram na época, analisa os métodos utilizados por elas para adaptar modelos da moda vigente aos corpos de suas clientes. A pesquisa antropológica de Fábio Vergara Cerqueira e Denise Ondina Marroni dos Santos, realizada em 2011 e intitulada *A camisola do dia, patrimônio têxtil da cultura material nupcial*, destaca a importância de uma peça de vestuário aliada à memória de mulheres que viveram no Rio Grande do Sul em meados do século XX.

Também destacamos aqui a tese de doutorado de Mara Rubia Sant'Anna, defendida em 2005. Intitulada *Poder e aparência: novas sociabilidades urbanas em Florianópolis entre 1950-1970*, a pesquisa relaciona a moda ao processo de modernização, ao urbano e aos signos de poder legitimados pela elite e divulgados principalmente pela mídia da época. A tese de mestrado de João Quintino de Medeiros Filho, defendida em 2014 e intitulada *Arremedando Dior: a moda do New Look em São João do Sabugi – RN (anos 1950)* é um estudo recente que utiliza a fotografia como fonte principal e analisa a influência da moda em uma cidade do interior nordestino.

Quanto ao referencial teórico, analisamos o conceito de moda principalmente com base nas concepções de Gilles Lipovetsky, em sua obra *O Império do Efêmero* (1987). Sobre relações de gênero usamos como referência básica a obra organizada por Mary Del Priore, publicada pela primeira vez em 1997, *História das mulheres no Brasil*. Utilizamos principalmente dois estudos publicados nessa obra, *Mulheres dos anos dourados*, de Carla Bassanezi Pinsky, que analisa o perfil da mulher divulgado pela mídia dos anos 1950 e 1960 no Rio de Janeiro e São Paulo e também o estudo de Guacira Lopes Louro, *Mulheres na sala de aula*, que analisa a atuação da mulher no mercado de trabalho em meados dos anos 1950.

A estrutura dessa pesquisa foi organizada em dois capítulos. No primeiro traçamos um panorama geral da formação histórica da região Oeste de Santa Catarina, priorizando a



construção da cidade, o ideal de modernidade difundido durante o Estado Novo e a as modificações do urbano em Chapecó. Também será analisada a possibilidade de consumo de objetos na cidade em especial os artigos de vestuário e itens relacionados, por meio do levantamento das lojas que existiam na época e das propagandas locais em periódicos que aludiam padrões de comportamento do consumidor. No último subtítulo falamos sobre a produção caseira do vestuário relacionando com a difusão de “revistas figurinos” e a atuação das costureiras.

No segundo capítulo tratamos dos itens de moda presentes no cotidiano das mulheres entrevistadas, falamos também sobre os locais de sociabilidade feminina, o cinema, o clube, o mercado de trabalho. Procuramos identificar itens de moda presentes na indumentária utilizada pelas entrevistadas relacionando a aceitação desses elementos com uma possível representação do ideal de modernidade que se efetivava na cidade, identificando também a negação da moda diretamente ligada a padrões morais. Falamos também sobre o papel que o ensino de cunho religioso desempenhou nessas escolhas e na construção do ideal feminino.

## **2 “INICIATIVAS DE PROGRESSO”: COMÉRCIO, IMPRENSA E PRODUÇÃO DE VESTUÁRIO NA CIDADE DE CHAPECÓ**

Ao compreender a moda como fenômeno preponderantemente urbano, ao menos se tomarmos a cidade como centro irradiador, percebemos a necessidade de uma análise sobre a cidade de Chapecó desde o início do seu processo de colonização. Enfocamos, em seguida, o estudo do espaço urbano e o ideal de modernidade, o comércio de vestuário existente e as formas de confecção da roupa na cidade na década de 1950. Essa análise busca responder algumas questões: Havia lojas especializadas na venda de artigos de vestuário? A população era incentivada a adquirir esses produtos? Que influência a imprensa da época exercia nesse processo? Como se dava a relação com a confecção da roupa?

### **2.1 O PROCESSO DE COLONIZAÇÃO E A CIDADE DE CHAPECÓ NA DÉCADA DE 1950**

A região Oeste de Santa Catarina, onde esta localizado o município de Chapecó, foi palco de diversos conflitos pela posse do território, inicialmente por Portugal e Espanha, em seguida entre Brasil e Argentina, no século XIX e por fim entre os estados de Santa Catarina e Paraná no início do século XX, conflito que ficou conhecido como Guerra do Contestado (1912-1916). Após o término dessa guerra o estado catarinense ficou significativamente maior e no novo território, no ano de 1917, foram criados quatro municípios: Mafra, Porto União, Cruzeiro e Chapecó.

Foi principalmente após essa definição territorial entre os estados que grupos populacionais descendentes de europeus passaram a ocupar essa região com o incentivo governamental. Diferente do que ocorreu na região litorânea de Santa Catarina, colonizada principalmente por açorianos ainda no século XVIII, a colonização do Oeste catarinense ocorreu através da expansão da colonização estabelecida no Rio Grande do Sul em fins do século XIX. Esse processo de colonização se efetivou em 1920 e trouxe para Chapecó, descendentes de italianos, alemães e em menor número, poloneses. (VICENZI, 2008).

O deslocamento populacional para a região Oeste, porém, já ocorria antes desse processo colonizador efetivo. As revoluções Farroupilha (1835) e Federalista (1893) incentivaram o deslocamento de população para o local que era ponto estratégico e ligava o Rio Grande do Sul ao Paraná. Em 1882 foi instalada a Colônia Militar de Xaçepó (criada oficialmente em 1859), uma forma de defender a região de fronteira com a Argentina, que no

momento disputava pelo domínio do território do Oeste na chamada Questão de Palmas. A Colônia Militar também tinha o objetivo de “afastar” os indígenas do local e instituir aldeamentos para estes povos. (BELLANI, 1989).

Em um período em que o povoamento de regiões significou o poder de posse do Estado sobre esses locais, através do incentivo governamental a colonização se tornou prioridade. Mas, a colonização do Oeste não foi apenas um objetivo do Estado, ela teve uma forte motivação econômica por parte de empresários, principalmente do Rio Grande do Sul, que investiram grandes quantias e vislumbraram a possibilidade de se projetar na política e construir fortuna em um território considerado como “terra de ninguém”. (VOJNIAK, 2004).

O processo de colonização de Chapecó foi marcado pelo domínio de coronéis que se efetivou através da venda de terras e da relação de paternalismo entre vendedor e comprador. Esses coronéis, detentores do poder econômico, disputavam a hegemonia política da região. Fruto desses conflitos, a sede municipal foi alterada várias vezes, tendo transitado entre as principais vilas do município, as de Passo Bormann e Xanxerê, até se estabelecer definitivamente, em 1931, na Vila Passo dos Índios, atual centro urbano de Chapecó. (HASS, 2007, p. 35).

A partir do momento em que a vila virou sede do município, passou a centralizar órgãos municipais e estaduais, aumentando a circulação de profissionais do setor público pelo local. Esse foi um grande passo para a construção da cidade que já vinha sendo projetada. Como destacam Braga e Prado (2011), nas primeiras décadas do século XX passaram a prevalecer novos conceitos de urbanismo no Brasil, que remodelaram as cidades de acordo com propósitos e políticas higienistas. Passaram a ser criados locais de passeio público e praças por onde era possível às famílias exporem sua condição social expressa principalmente através das roupas. As ruas ficaram mais largas com centros comerciais que facilitavam o deslocamento e o acesso visual aos bens de consumo.

O projeto urbano de Chapecó foi executado em 1931 e seguiu esse novo conceito de urbano que já vinha sendo implantado em outras cidades brasileiras. O projeto possuía “traçado xadrez, avenidas largas e quadras bem definidas”. (HASS, 2007, p. 62). Quase uma década depois, em 1939, a Vila Passo dos Índios passou a categoria de cidade e recebeu a denominação Xapecó. (HASS, 2007).

Entre os anos de 1943 e 1946, Chapecó fez parte do Território Federal do Iguaçu, que abrangia parte dos territórios de Santa Catarina e Paraná e que foi um dos cinco territórios federais criados no Brasil na época do movimento Marcha para o Oeste, campanha

nacionalista empreendida durante o Estado Novo. O principal objetivo dessa campanha era promover uma suposta integração nacional das regiões de fronteira e também intensificar o povoamento dessas áreas consideradas “vazias”. (PRIORI et al., 2012).

Também, aliado aos ideais do Estado Novo, na década de 1940 a instalação da Legião Brasileira de Assistência em Chapecó remodelou hábitos e costumes na cidade, inserindo “valores ligados à estrutura familiar, pautados nas práticas de higienização”. Esse tipo de política social ia de encontro aos ideais de integração do Oeste catarinense ao restante do estado e do país, pautando-se no desenvolvimento de áreas como saúde e educação. (TUMELERO, 2010, p. 52).

De acordo com Francimar Petrolí, é a partir do Estado Novo que o desejo de construção de uma cidade moderna emerge com mais intensidade em Chapecó. Verifica-se o desejo de modernidade no local, porém não há modernização de fato, considerando o termo como a transformação do que já é moderno. Ainda segundo o autor o ideal de modernidade do colonizador em Chapecó seria construído no presente, através da “educação da mocidade (educação moral das crianças, dos jovens); infraestrutura urbana (investimentos em transportes, comunicação, rede de energia elétrica, abertura de ruas na cidade); e instauração da ordem”. (PETROLI, 2008, p. 123). Esse ideal começou a se efetivar principalmente na década de 1950, quando essas transformações do urbano alcançam maior visibilidade.

Em âmbito nacional a primeira metade da década de 1950 foi palco de uma intensa crise política durante o governo de Getúlio Vargas, que também acabou afetando a economia. Já a partir de 1956, sob o governo de Juscelino Kubitschek, o país conheceu uma nova forma de desenvolvimento baseado na indústria e no mercado interno. Buscou-se promover a integração nacional estabelecendo uma comunicação rodoviária entre as regiões industrializadas. Essa industrialização, porém, era de tipo capitalista e usava de falsas ideologias, um suposto progresso que beneficiaria toda a população. (FERREIRA e DELGADO, 2003).

Mesmo assim, esse período ficou conhecido como “Anos Dourados” porque promoveu uma urbanização acelerada, a implantação da indústria automobilística e um suposto otimismo na população de classe média. A comunicação de massa também disseminava o consumo de novos produtos eletrônicos e de vestuário além de novas maneiras de comportamento. (BRAGA e PRADO, 2011).

A década de 1950 em Chapecó iniciou com um crime de proporção até internacional, um linchamento de quatro presos pela população da localidade. A ocorrência do fato foi

fundamental para reafirmar a ideia de sertão sem lei, que era divulgada na mídia, mas também destacou a importância de realizar um projeto civilizador na cidade. O ocorrido teria contribuído para o investimento no desenvolvimento da cidade, em busca do ideal modernizador que amenizaria as práticas de violência. (HASS, 2007).

Na década de 1950 também iniciaram os primeiros desmembramentos do grande município que modificaram completamente a sua delimitação territorial e seu quantitativo populacional. No início da década a população de Chapecó era de 96.624 habitantes, portanto, o município catarinense mais populoso. Até o final da desse período a população passou a ser de 32.288 habitantes e o território, que, quando na sua fundação em 1917 era de 14.793 km<sup>2</sup>, ficou reduzido a 3.772 km<sup>2</sup>. (IBGE, 1957-1964).

De 1940 a 1950 a expansão do meio urbano foi de 228,71% e de 95,41% no rural. (HASS, 2007). Mesmo com esse crescimento, a população urbana era reduzida. Os núcleos urbanos do município eram quatro, contando com a sede, Chapecó. Os demais eram vilas que juntos não atingiam 500 habitantes. Já a sede, que enfocamos nesse estudo, era composta por 2.633 habitantes no final da década de 1950, uma cidade pequena, de caráter rural, mas se constituía no principal polo urbano do município o que lhe agregou importância comercial. (IBGE, 1958-1964).

O investimento no setor econômico foi significativo na década de 1950. Iniciava a abertura de agroindústrias (S.A Indústria e Comércio Chapecó em 1952 e outras na região), que marcaram posteriormente uma nova fase na economia do município. Antes disso, porém a exploração econômica esteve voltada para a produção de erva-mate e o corte da madeira proveniente das vastas florestas de araucária. Essas práticas permitiram uma acumulação de capital e um consequente desenvolvimento ainda na década de 1940. (ALBA, 2013; HASS, 2007).

Em 1958, haviam 20 estabelecimentos industriais no município, 4 deles dedicavam-se a extração e beneficiamento de madeira, ou seja, apesar do ramo agroindustrial estar em desenvolvimento, o extrativismo ainda tinha um peso significativo na economia. (IBGE, 1958-1964).

Como salienta Hass (2007, p. 64), “Chapecó prosperava a olhos vistos no início dos anos 1950”, mas, ainda sofria com as estradas precárias que impediam o escoamento da produção e também a chegada de produtos até o comércio local. Em 1951, a instalação de uma sede do Departamento de Estradas e Rodagem – DER na localidade, visava ampliar esses

acessos e também foi resultado de uma intensificação dos investimentos governamentais na região. (ALBA, 2013).

A estrutura urbana da cidade de Chapecó começou a se modificar a partir da década de 1940, quando as construções de madeira foram aos poucos sendo substituídas pelas de alvenaria, mas esse processo naturalmente se intensificou na década seguinte. A construção do prédio da prefeitura municipal e do próprio DER pode ser considerada um marco nesse processo, pois as edificações se constituíram como símbolos de modernidade ao mesmo tempo em que evidenciavam, com a instância político-administrativa, a noção de ordem. (CECCHIN e FURLANETTO, 2012).

Segundo Pesavento (1995), apesar da existência da cidade remontar a períodos distantes, é com o capitalismo que ela vai se constituir de forma efetiva. A partir da industrialização das cidades ocorre o aumento populacional e a necessidade de reconfiguração do espaço urbano. Michel de Certeau considera que a organização da cidade combina gestão e eliminação. O progresso gera “detritos”, aquilo que não é tratável, que de certa forma é rejeitado pela gestão. “Certamente o progresso permite reintroduzir uma proporção sempre maior de detritos nos circuitos da gestão e transforma os próprios déficits (na saúde, na seguridade social etc.) em meios de densificar as redes da ordem”. (CERTEAU, 1998, p. 173). Ou seja, visualmente a cidade se modernizava e se expandia, mas isso gerava exclusão social.

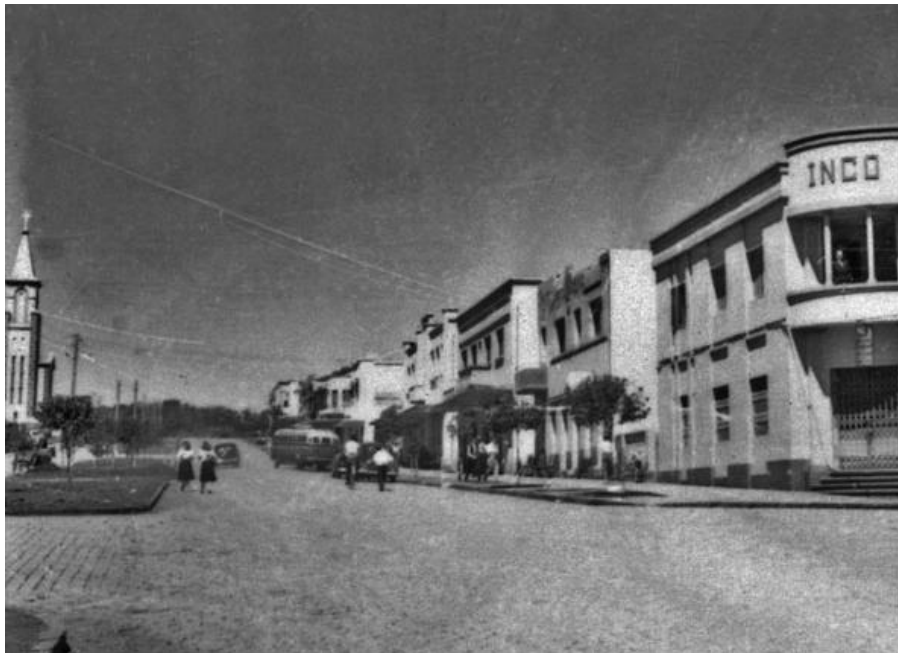
Algumas características permitem pensar a cidade de Chapecó como um local em desenvolvimento na época. No final da década de 1950 o município contava com luz elétrica (533 ligações domiciliares) uma agência postal telegráfica (correio), uma estação de rádio, uma estação telegráfica, uma agência telefônica de uso público, quatro agências bancárias, sete hotéis, um aeroporto com atuação de duas empresas aéreas, a rodoviária que era atendida por 14 empresas de ônibus, além é claro, dos estabelecimentos de saúde e educação. (IBGE, 1958-1964). Grande parte desses estabelecimentos estava localizada na Avenida Getúlio Vargas, a única que possuía pavimentação com paralelepípedos em quase toda a sua extensão. A rua era arborizada e ampla, permitindo tráfego e estacionamento de muitos veículos.

Figura 1 – Trecho da Av. Getúlio Vargas em Chapecó, meados da década de 1950



Fonte: Acervo Museu de História e Arte de Chapecó.

Figura 2 – Av. Getúlio Vargas, Chapecó, meados da década de 1950



Fonte: Biblioteca IBGE, meados da década de 1950.

Podemos observar nas imagens da cidade nos anos de 1950 a presença de homens e mulheres nas ruas, um prédio de pelo menos três andares sendo construído, a fiação elétrica dos postes de iluminação pública e as construções comerciais em alvenaria. As transformações no espaço urbano, abertura de novos locais de sociabilidade, ruas iluminadas e

pavimentadas, interferiram também nos hábitos dos moradores da cidade. Como destaca Sant’Anna (2005, p. 63) “Nada como a modernização das cidades forçou a modernização da alma dos seus cidadãos”, na medida em que esses novos locais de lazer e também o aumento do poder aquisitivo de algumas famílias, através da expansão econômica, traduziu-se em possibilidade de consumo e de aparência.

Pesavento (2007) afirma que a cidade é um fenômeno cultural que atribui significados ao mundo e que se constitui não apenas como estrutura de concreto, mas também como sensibilidade. O viver urbano, expressa sentimentos diversos tanto individuais quanto coletivos. A autora também considera que através da materialidade a cidade se dá a ver tal como é no presente, mas, além disso, possibilita enxergar o passado de outras cidades contidas nela.

Durante as entrevistas realizadas para essa pesquisa, as memórias traziam a tona estabelecimentos comerciais que não existem mais e verificava-se a lembrança de uma cidade que esta, mas não esta. Com relação a isso, Michel de Certeau (1998, p. 189) comenta que o que mais impressiona nas memórias sobre os lugares vividos é o fato de eles serem como presenças de ausências, onde o que se mostra institui aquilo que já não é mais.

## 2.2 COMÉRCIO E IMPRENSA: “A MODA POSSÍVEL”

Um dos questionamentos iniciais, antes mesmo da delimitação do período de enfoque desse estudo, era de que maneira se dava a aquisição de artigos de vestuário na região antes da efetivação do comércio no local. Dados encontrados na pesquisa de Rosa e Silva (2010), denominada *Antes do Oeste*, contribuem para entender um pouco este cenário. Apesar de contemplar outra temática, o estudo é útil a esse trabalho em virtude da discussão que ele realiza em torno de inventários, onde constam itens de vestuário. A análise compreende o final do século XIX até 1930, na região Oeste de Santa Catarina, utilizando inventários do Fórum de Chapecó - SC e descreve os bens considerados de valor que os indivíduos possuíam.

Um desses registros inventariais, do ano de 1921, relata que um homem adquiriu de um vendedor de Abelardo Luz, que era distrito do município de Chapecó, “1 calça de algodão, 1 calça de brim, 2 calças de feitiço, ceroulas, 4 camisas, 1 terno de brim, roupas de criança e 1 poncho”. Os autores ainda destacam que “outras pessoas relataram em seus bens os tecidos de algodão, morim, riscado, pelúcia, malha, percal, chita, metim, cassineta e seda”.



(ROSA e SILVA, 2010, p. 156). Portanto, pode-se concluir que havia aquisição de roupa pronta a partir de viajantes e a tipificação de tecidos oferecida por esse comércio era variada.

Como pudemos perceber, nesses registros há relatos sobre aquisição de vestuário diretamente de comerciantes de outras regiões, o que demonstra que as pessoas se deslocavam até comércios próximos ou caixeiros viajantes, como eram chamados representantes comerciais ou vendedores ambulantes, passavam pelo local. Vicenzi (2008, p. 53), destaca que os caixeiros viajantes tiveram importante papel na relação entre as casas de comércio e o consumidor. Em virtude de algumas regiões ainda não possuírem um comércio mais desenvolvido, eles transportavam as mercadorias em lombo de “mulas bruaqueiras” (cargueiro), até as regiões mais afastadas do interior, com estradas precárias. Assim, também os primeiros estabelecimentos comerciais tinham características bastante rurais, marcadas pela troca de produtos agrícolas por manufaturas.

Aos poucos o comércio local foi se desenvolvendo e alterando as relações de aquisição de produtos. De acordo com dados da Enciclopédia dos Municípios (IBGE, 1958-1964), no final da década de 1950, Chapecó contava com mais de 300 estabelecimentos comerciais, 22 atacadistas e 321 varejistas. O número exato de lojas da cidade na época não foi listado nessa pesquisa, tentamos chegar a uma definição aproximada desse quantitativo, observando anúncios em periódicos da cidade e perguntando às senhoras entrevistadas. Entre os estabelecimentos de comércio de vestuário (e itens relacionados) citados nas entrevistas ou presentes nos anúncios de jornais entre 1950 e 1959 estão: Casa Progresso, Casa de Calçados de Davi e Cia, Comércio Chapecoense Iguassú Ltda, Casa Bartolamei, Casa Vitória, Casa Guindani, Casa Tabajara, Mercado Chapecoense, Casa Bordignon, Casas Pernambucanas e Lojas Renner.

As Casas Pernambucanas e Lojas Renner, estão entre as mais tradicionais redes varejistas no ramo do vestuário no Brasil. A primeira ganhou impulso a partir da primeira grande guerra, espalhando milhares de filiais por todo país. A Lojas Renner foi uma das primeiras a investir na produção de ternos masculinos, que até então eram feitos apenas sob medida e a partir da década de 1930 ampliou ainda mais sua produção atuando em outras regiões. (BRAGA e PRADO, 2011). A presença delas na cidade pode indicar um potencial mercado em desenvolvimento.

Apesar disso, porém, durante a década de 1950 ainda predominavam em Chapecó os estabelecimentos do tipo “secos e molhados”, conforme definição de entrevistada: “Um lado da loja vendia sedas, panos, adornos, botões, fitas e rendas e do outro lado então era “de

tudo”, material de limpeza, alimentação... toda essa parte”. (Entrevistada Nilza)<sup>2</sup>. Os periódicos também faziam propaganda de lojas de cidades próximas, como Xanxerê, Ijuí, Erechim e Passo Fundo. Era comum adquirir produtos em centros urbanos próximos, mas parte das mercadorias vinha de São Paulo e até da Argentina. Os pedidos muitas vezes eram feitos aos motoristas de ônibus e eles transportavam essas mercadorias, conforme mencionaram as entrevistadas.

No decorrer da década foram surgindo lojas mais específicas do ramo de vestuário na cidade. Destacamos aqui um anúncio de 1951 sobre a abertura de um estabelecimento desse tipo:

Foi instalada nesta cidade, a primeira casa especializada em artigos para senhoras e crianças [...] A nossa reportagem constatou que antes de abrir oficialmente o seu estabelecimento [...] já por insistência de um grande número de senhoras, teve de efetuar vendas de artigos no valor de dezenas de milhares de cruzeiros. Casas de comércio nossa cidade possui muitas, mas um estabelecimento como a Casa Tabajara pode-se dizer que é a primeira no gênero, porque ali as Exmas. famílias encontrarão exclusivamente artigos para senhoras e crianças. Assim, podemos felicitar Chapecó por mais essa iniciativa de progresso em nossa cidade. (Jornal do Povo. Chapecó, 26 de abril de 1951).

O anúncio enfatiza um ideal de modernidade se concretizando com a instalação de uma loja especializada em artigos para mulheres e crianças, algo que a cidade não tinha e felicita Chapecó pelo que considera “mais uma iniciativa de progresso”. Decidimos preservar o nome dos proprietários, que eram enfatizados. Essa característica de destacar os empresários da cidade se mostrou em vários anúncios de jornais da época, como uma forma de dar visibilidade a determinadas famílias que de forma “heroica”, “traziam o progresso” para o município.

O jornal era um informante também para a chegada de representantes comerciais na cidade. Esses vendedores passavam pelo interior comercializando seus produtos, algo característico do período, como já mencionado anteriormente, essa era uma prática comum em uma região de caráter rural como Chapecó.

---

<sup>2</sup> Entrevista concedida à autora, em 07 de novembro de 2016.

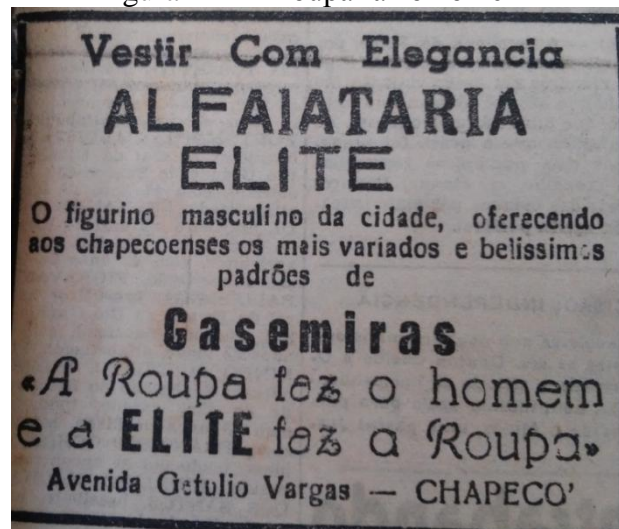
Figura 3 – Representantes comerciais visitam o interior



Fonte: Jornal do Povo. Chapecó, 5 de abril de 1952.

Encontramos nos jornais locais da época grande quantidade de anúncios sobre serviços de alfaiates. Destacamos a Alfaiataria Elite que possuía um *slogan* bastante específico no direcionamento ao público ao mencionar “figurino masculino da cidade”, o que pode ser entendido como uma distinção entre os habitantes citadinos e do meio rural. Também no mesmo anúncio o *slogan* “A roupa faz o homem e a Elite faz a roupa”, que relaciona o uso da roupa ao caráter identitário e de distinção social.

Figura 4 – “A roupa faz o homem”



Fonte: Jornal do Povo. Chapecó, 25 de janeiro de 1951.

De acordo com Heloísa Cruz (2013), as propagandas no jornal podem informar o público que se quer atingir. Verificamos através da análise da fonte jornalística em Chapecó, um apelo maior ao vestuário masculino. Acreditamos que, na época, esse meio de

comunicação tinha como público alvo os homens e para as mulheres haveriam revistas “específicas”, ou seja, que se relacionam com o papel atribuído a elas na época.

Era comum, alguns jornais trazerem páginas como “caderno feminino”, com dicas de beleza, roupa, comportamento e culinária, algo que não encontramos nos jornais locais. Mas, circulavam pela cidade de Chapecó, periódicos das capitais como Porto Alegre e Florianópolis, que traziam esses conteúdos específicos para distinguir os públicos. Analisamos alguns exemplares de O Estado (Florianópolis – SC), Folha da tarde, A Hora e Correio do Povo, (Porto Alegre – RS). Esses jornais atuavam como divulgadores dos modos de vida das mulheres de centros urbanos maiores, através das colunas sociais e tinham uma atratividade maior no quesito propaganda de vestuário.

O periódico foi um importante meio para divulgação de moda. Inicialmente, logo após o seu surgimento em meados do século XIV, a moda utilizou bonecas de cera para divulgar modelos de roupa, mas logo em seguida, valendo-se da imprensa, pode se disseminar através de ilustrações e a partir do século XIX dos modelos fotográficos. A partir de 1840 o número de periódicos voltados para o público feminino começou a aumentar no Brasil. Jornais como Correio das Modas (1839), Espelho Fluminense (1843) e Recreio do Bello Sexo (1856), eram dirigidos às mulheres e traziam receitas, figurinos, moldes para trabalhos manuais, associando a moda ao feminino. (DEL PRIORE, 2000, p. 45).

Na década de 1950 as publicações sobre moda ainda eram voltadas para que as costureiras e donas de casa pudessem reproduzir os modelos de roupa. A renovação do jornalismo de moda ocorreu no Brasil justamente no final dessa década a partir das revistas *Jóia* e *Manequim* que passaram a divulgar moda pronta para o consumo e um conteúdo mais voltado para a moda como expressão artística. (BRAGA e PRADO, 2011, p. 354).

Com relação aos anúncios nos jornais das capitais, que também circulavam em Chapecó, podemos destacar alguns aspectos, como a exaltação do novo na expressão “tecidos moderníssimos” apresentado a seguir:

Figura 5 – “Um convite especial para a senhora...”



Fonte: Folha da tarde. Porto Alegre, 24 de agosto de 1954. Texto acima: “Estamos inaugurando uma sessão especial com tecidos exclusivamente para senhoras. Vale a pena conhecer as novidades que apresentamos para a estação”.

O *slogan* “Um convite para a senhora...” já deixa claro a quem a promoção de tecidos deve agradar. Quando direcionado ao público masculino os jornais traziam sempre um indicativo de roupa pronta, ou da confecção por parte de alfaiates, mas para as mulheres os anúncios geralmente estavam associados ao objetivo de produção caseira da roupa.

No anúncio seguinte, o *slogan* “Sensações do inverno” supervaloriza a ideia de estilo ao se referir a roupa como uma sensação, aquilo que está “em alta”, ou “na moda”. Aproximando-se da década de 1960, as modelos ilustradas possuem um estilo mais andrógino, as camisas já não marcam tanto a cintura.

Figura 6 – “Sensações de inverno”



Fonte: Folha da Tarde. Porto Alegre, 20 de junho de 1958.

Importante ressaltar que apesar de termos destacado ilustrações dos jornais das capitais, neles também haviam fotografias, isto é, modelos fotográficos e não apenas ilustrados. Esse é um elemento importante para a imprensa da época porque na Europa a fotografia de moda ganhava cada vez mais espaço.

Também o padrão das modelos ilustradas, magras, com pescoço parecendo mais longo (tal qual o da figura anterior), é muito semelhante ao biótipo das ilustrações da coluna “As garotas” de Alceu Penna para a revista “O Cruzeiro”. As ilustrações de Alceu Penna para essa coluna iniciaram em 1938 e seguiram até meados dos anos 1960. Aludindo ao padrão das *pin-ups girls*<sup>3</sup> suas ilustrações femininas eram consideradas pela revista como “a expressão da vida moderna”, divulgavam moda e comportamento, além de um padrão de corpo e beleza. “Elas eram mulheres idealizadas com cinturas finas, quadris reduzidos, pescoços longos, narizes afilados e lábios finos”. (BRAGA e PRADO, 2011, p. 175).

Com relação aos padrões corporais divulgados pela imprensa, Chrislene dos Santos (2006, p. 3), destaca que “Corpos propagandeados como saudáveis, belos ou feios, não que efetivamente eles circulassem tal e qual pela cidade, mas indicavam um pensamento sobre o que deveriam vir a ser.” Ou seja, o uso de imagens publicitárias pelos jornais revela um padrão de corpo feminino, moda e comportamento que atua na construção de estereótipos.

<sup>3</sup> “A expressão pin-up era usada para definir uma mulher em pose sensual, do tipo que os homens desejavam ter pinned up (pendurada) na parede; ou seja, ‘garota do calendário’ ou do ‘pôster de borracharia’ como se popularizou dizer no Brasil.” (BRAGA e PRADO, 2011, p. 172).

Lipovetsky (2009) ressalta que a publicidade é uma forma típica do processo de dominação burocrática moderna, sua lógica de poder esta na capacidade de persuasão da sua mensagem, mais no sentido de sensibilizar do que de doutrinar, porque o indivíduo tem poder de escolha. Desta forma, consideramos necessário compreender como se dava o acesso às revistas pelo público feminino em Chapecó, entendendo que esses meios acabavam divulgando moda e comportamento.

Nos jornais locais encontramos anúncios de estabelecimentos de venda de revistas em Chapecó, como a “Livraria Cometa” e a “Agencia de Jornaes e Revistas de Noel de Oliveira Ramos”. Nesses locais eram vendidos periódicos nacionais e estrangeiros e também os chamados figurinos, que eram revistas dedicadas à roupa e moda, sempre direcionadas as mulheres. O anúncio a seguir apresenta a revista Moda e Bordado, “revista figurino”. Seu conteúdo é dedicado as “modistas e costureiras” e é voltado para a produção de roupa feminina, *lingeries* e roupas para criança, tudo isso “inspirando-se nas criações dos costureiros de Paris”.

Figura 7 – Revista Moda e Bordado

**Moda e Bordado**

A revista figurino das modistas e costureiras de todo o Brasil. As mais modernas criações de vestidos fascinantes e elegantes. Vestidos para todas as horas. Um modelo para cada gosto.

Ultimas criações dos costureiros de Paris. Casacos, costumes, blusas e saias. Encantadores vestidos para noivas.

“L i n g e i r e”

Bordados finos. Graciosas roupinhas para crianças. Conselhos de beleza. Decoração da casa e adorno para o Lar. Receitas culinarias. Páginas das Mães. Além de inúmeras se-

ções úteis. “Moda e Bordado”, a revista, que é um figurino e o figurino que é uma revista, é indispensavel no Lar.

Uma edição da Sociedade Anônima “O Malho” rua Senador Dantas, 15, 5º. - RIO, Df.

IMPUREZAS DO SANGUE?  
ELIXIR DE NOGUEIRA  
AUX. TRAT. SÍFILIS

**DISCOS**

Recebeu grande sortimento a  
RADIO FREQUEN-  
CIA LTDA

Fonte: O Imparcial. Chapecó, 25 de julho de 1954.

Em um anúncio de outubro de 1958 o jornal avisa com antecedência às “costureiras e modistas” que já dispõe de “revistas figurinos” com as tendências de moda para 1959. Apesar de identificarmos com isso a necessidade de propagandear seu produto, também podemos

perceber um interesse pelas modificações de estilos e a importância de essas profissionais estarem informadas sobre tais novidades da moda.

Figura 8 – Figurinos para 1959



Fonte: O Imparcial. Chapecó, outubro de 1958.

Em 1958 o jornal *O Imparcial* anunciou 17 títulos de revistas à venda em sua redação, dentre elas destacamos a revista *O Cruzeiro*, devido a sua importância de divulgação no período e também por ter sido citada durante as entrevistas. *O Cruzeiro* era um semanário com assuntos diversos, porém mais voltada para o entretenimento, tinha colunas de cinema e moda. Sua publicação iniciou no Brasil em 1928 e durante a década de 1940 se tornou a revista com maior popularidade na América do Sul. Mas foi nos anos 1950 que ela atingiu seu maior índice de popularidade. Acredita-se que no Brasil, 4 milhões de pessoas por semana tinham acesso ao periódico. (LIMA, 2009).

Em Chapecó, pelo que constatamos, as mulheres do espaço citadino tinham acesso a revista *O Cruzeiro* e também a outras como *Manequin*, *Burda* e *Jornal das Moças*. O contato com cidades maiores do Brasil e do mundo, através do periódico, comunicou a modernidade dos comportamentos e da roupa nesses locais, como destacou a entrevistada:

Na época, a revista que tinha maior circulação aqui, era a revista *O Cruzeiro*. Ela tinha tudo. Política, moda, cinema, porque televisão ainda não chegava aqui, naquela época era lá no Rio e muito rústico também. E aí sim, das revistas copiava-se bastante modelos. Então a gente olhava, via bailes lá no



Copacabana Palace do Rio, então a gente olhava e mandava fazer. (Entrevistada Marina<sup>4</sup>).

Ao referir-se ao conteúdo da revista como “tinha tudo” a entrevistada revela a importância que aquele tipo de mídia desempenhava. A revista divulgava comportamentos do Rio de Janeiro, que era referência em todos os quesitos inclusive na moda que iria ser usada no restante do país, sendo copiada pelas mulheres. As cidades brasileiras inspiravam-se nos comportamentos que viam no Rio de Janeiro, então capital do Brasil, e esta por sua vez, trazia a influência dos hábitos franceses, que até os anos 1950 era referência até na língua falada nesses locais. Na primeira década do século XX a cidade tinha a Rua do Ouvidor, uma espécie de “pequena Paris”, onde se concentravam lojas de roupas e acessórios imitando a moda francesa. (BRAGA E PRADO, 2011).

No Copacabana *Palace* dos anos de 1950, realizavam-se muitos desfiles para eleição de misses e para divulgação de vestuário. Na época era dada ênfase para a produção de vestuário de algodão, porque o pós-Segunda Guerra Mundial deu ao Brasil o posto de segundo maior produtor da matéria-prima, mas teve que sofisticar o tecido para atingir o mercado tanto interno quanto externo. Também os primeiros estilistas nacionais exibiam suas produções no local. (BRAGA E PRADO, 2011).

Como pudemos perceber, o desenvolvimento do comércio na cidade de Chapecó e o acesso a revistas possibilitou o contato com informações de moda pelas mulheres que viviam no espaço citadino. A revista constituiu-se como divulgadora de moda dos grandes centros que seria, na medida do possível, reproduzida e copiada pelas leitoras.

### 2.3 FORMAS DE CONFECÇÃO DA ROUPA EM CHAPECÓ

O modo de produção da roupa esteve durante muito tempo atrelado a técnicas artesanais que encareciam o processo e tornavam a moda apanágio da elite. Foram necessárias transformações tecnológicas como a industrialização dos tecidos e a disseminação da máquina de costura para que outros modos de produção se tornassem viáveis e a moda atingisse grupos para além das elites. Apesar disso, o processo que permitiu a diminuição do custo da roupa foi lento.

Apenas a partir da década de 1940, a roupa passou a ser produzida em série e isso ocorreu por iniciativa dos Estados Unidos. Na Segunda Guerra o país desenvolveu técnicas de fabricação de roupas para os soldados de maneira rápida e com baixo custo. Após a guerra o

---

<sup>4</sup> Entrevista concedida à autora no dia 10 de outubro de 2016.

mesmo maquinário foi utilizado para fabricar roupas com caráter de moda o que ficou conhecido como *ready-to-wear* (pronto para vestir). A França copiou a ideia traduzindo a expressão para o francês *prêt-à-porter*. (BRAGA e PRADO, 2011, p. 189,190).

A ideia de adquirir roupa pronta no comércio foi se disseminando aos poucos. Em Chapecó no ano de 1955 uma loja anuncia a venda de roupas prontas da marca “Wolens” (Fig. 9). Apesar de ser destinado ao público masculino o anúncio contém elementos que chamam atenção para uma nova forma de comércio de vestuário. Primeiro a utilização de imagens, pouco comuns nos anúncios de lojas na cidade, e também os diferentes tamanhos de roupa para atender um público de biótipo diversificado.

Figura 9 – “Passou o tempo da roupa sob medida”



Fonte: O Imparcial. Chapecó, 11 de dezembro de 1955. Texto acima: “Apresentadas em 4 tamanhos diferentes para cada número. WOLENS oferece tudo que se pode exigir de uma confecção: Belos Padrões – fino acabamento e corte moderno.”

Mesmo assim nos anos de 1950 a produção da roupa sob medida ainda era muito comum, além disso, elas eram feitas em casa até mesmo pelas classes mais abastadas e entre os famosos. (BRAGA e PRADO, 2011, p. 187). Na França, durante esse período, 60% das mulheres vestiam-se em costureiras, ou faziam elas mesmas as suas roupas, demonstrando

que a roupa pronta ainda não era uma aquisição comum nem nos grandes centros urbanos durante a década de 1950. (LIPOVETSKY, 2009, p. 80).

O público entrevistado em Chapecó revelou que as roupas prontas foram aparecendo nas lojas mais no final da década, apesar de, como vimos anteriormente, já haverem algumas lojas que vendiam esses itens, por exemplo, a Casa Tabajara em 1951, especializada em roupas femininas e para crianças, e também a Loja Renner que vendia casacos de lã. As roupas prontas na época foram consideradas nas entrevistas como muito caras, portanto, prevalecia o hábito de costurar e produzir sua roupa em casa e para eventos como festas e bailes, buscava-se os serviços de costureiras profissionais.

Em Chapecó a costureira mais lembrada nas entrevistas foi a “Dona Eva”. Também foram citadas Idina Tomazzini e Adélia Morandini. A referida “Dona Eva”, segundo relatos, fazia roupas luxuosas, vestidos para festas e também era bordadeira. Trazia tecidos de fora “sempre tinha alguma novidade para mostrar”, se destacava por ser impecável e “tinha fama” de muito boa costureira, conforme comentaram as entrevistadas.

Também haviam costureiras que tinham muita habilidade e confeccionavam roupas mais simples, mas com bastante qualidade. “Essa ficava com a gente ali e fazia, a gente ia pra casa ela só ia complementar depois os arremates, mas a roupa saía feita.” (Entrevistada Nair)<sup>5</sup>. Como nesse caso, a habilidade da costureira era tanta que a roupa ficava praticamente pronta, instantes após o cliente ter solicitado o serviço.

Outra entrevistada comentou a distinção entre costureira e modista na época. Segundo ela, a modista era quem criava modelos, ao que ela considerou como verdadeira artista. Já a costureira era responsável por executar, confeccionar as peças com base em um modelo pronto:

As costureiras na época eram verdadeiras artistas. Tanto é que a costureira que fazia qualquer tipo de coisa, você podia encomendar um vestido de baile, um vestido de casamento, de primeira comunhão ou de testemunha de casamento. Ela era a modista e a outra que costurava era costureira, havia essa discriminação também né, modista era uma... seria hoje de atelier, alta costura. Na época não tinha essas designações, mas elas se esmeravam. (Entrevistada Marina).

Os estabelecimentos de costura apareceram pouco nos anúncios dos jornais locais analisados. Mas essas denominações que a entrevistada disse não existir (atelier e alta costura), provavelmente porque não frequentava o local, aparecem em um anúncio da época. O Atelier Ilusion (Fig. 10) nos permite indagar sobre o uso da denominação Atelier, relacionado aos estabelecimentos franceses e o indicativo Alta Costura, traduzido de *Haute*

<sup>5</sup> Entrevista concedida à autora em 24 de outubro de 2016.

*Couture*, denominação francesa desde 1910 quando foi criado em Paris o Sindicato da Costura Parisiense, responsável pelo setor que produziria peças únicas com *status* de artesanato criativo de luxo. (BRAGA e PRADO, 2011, p. 189). Portanto, esses termos no anúncio contribuíam para a definição do público que se queria atingir, pois traziam conotações de distinção e *status* social, aludindo ao padrão francês, maior referência de moda na época.

Figura 10 – Atelier de Alta Costura



Fonte: O Imparcial. Chapecó, 30 de setembro de 1956.

Como mencionamos no subtítulo anterior, em Chapecó atuavam vários alfaiates, mas havia uma distinção dos públicos masculino e feminino para a produção de vestuário. As alfaiatarias eram estabelecimentos voltados para a produção de roupa masculina enquanto as costureiras geralmente atendiam o público feminino. Até o século XVII, na Europa, o trabalho de confecção da roupa era exclusivo dos alfaiates que vestiam tanto homens quanto mulheres. Foi necessária uma ordem régia para que as costureiras pudessem também entrar nesse mercado. (LIPOVETSKY, 2009, p. 58).

Para a produção de vestuário encontramos um maior apelo ao público feminino. Os cursos de corte e costura eram oferecidos até mesmo por instituições escolares. Muitas mulheres aprendiam em casa observando parentes. Uma das entrevistadas sentiu necessidade de, na época, se aperfeiçoar e fez o curso de corte e costura para poder fazer as roupas da maneira como preferia. Outra das mulheres entrevistadas disse que apesar de ter feito curso de corte e costura apenas a partir da década de 1960 para se profissionalizar, adquiriu noção antes disso porque sua mãe confeccionava as coisas em casa, geralmente tirando o molde de roupas prontas, então ela e a irmã, depois de casadas, faziam algumas roupas em casa, ajudando-se.

O jornal de Porto Alegre traz uma sessão dedicada às mulheres (Fig. 11), com o título “do lar, da moda, da mulher”, onde apresenta um molde para vestido com toda a explicação e

orientação de como deve ser feito, inclusive o tipo de tecido a ser usado e as sugestões de cores. Destaque para a figura feminina que mantém o padrão esguio dos anúncios anteriores. Há também uma indicação de numeração “para manequim 44” que pode aludir um padrão de corpo para a época, mas não obtivemos maiores informações.

Figura 11 – “Do lar, da moda, da mulher”



Fonte: A Hora. Porto Alegre, 25 de novembro de 1956. Texto acima: “Esse belo vestido para ser executado em lã fina ou seda de boa queda é de forma princesa: abotoado ao longo do lado, pode ser usado com um cinto e o decote e a orla da manga deve ser ornada de um tira de mesmo tecido ou de tecido branco. Para manequim 44 são necessários 2,50 m para 1,40 m.”

Esse tipo de sessão dedicada às mulheres, como mencionamos no subtítulo anterior, foi encontrada em todos os jornais das capitais do Sul do Brasil que analisamos. O fato de os moldes estarem até mesmo em tamanho reduzido nas páginas de um jornal, demonstra que a confecção caseira da roupa era uma prática comum, entendida até como necessidade. Reflexo desse hábito de produção caseira da roupa pode ser percebido através da grande quantidade de máquinas de costura anunciadas pelo comércio local e representantes comerciais.

A invenção da máquina de costura em 1860 foi um marco na produção do vestuário porque permitiu maior agilidade na confecção e o barateamento do custo das roupas,

possibilitando assim, uma reelaboração do vestuário já na década seguinte, período também conhecido como idade de ouro dos costureiros. (SOUZA, 2005, p. 64).

Lipovetsky (2009, p. 27) considera que a invenção e disseminação da máquina de costura tenha sido fundamental para o processo de democratização da moda. Assim, ele divide o fenômeno (a moda) em duas fases: A primeira delas, que durou do século XIV até a metade do século XIX, foi marcada pela elitização, ou seja, o monopólio da moda pelas elites. E a segunda fase, a partir de meados do século XIX com a máquina de costura, que irá resultar na democratização da moda principalmente no decorrer da década de 1960, quando a produção da roupa se industrializa e barateia o custo do produto final.

Associando a máquina de costura diretamente ao papel feminino, nas primeiras décadas do século XX era comum encontrar nas revistas dedicadas à mulher os conselhos para produzir tudo o que fosse possível em casa, afim de ajudar o marido com as finanças. Desta forma, “trabalhos manuais em geral e a costura em particular” era uma forma importante de a dona de casa aproveitar o tempo “ocioso”. A mulher que não soubesse costurar era “considerada digna de lástima”. (MALUF e MOTT, 2009, p. 417- 418).

Nos anos de 1950, era comum entre as famílias de Chapecó e região presentear as filhas com a máquina de costura logo que se casavam, ou incluí-la no próprio enxoval. (Entrevistada Miraci)<sup>6</sup>. Aos poucos, porém, os hábitos foram se modificando, sendo afetados pelo próprio barateamento do custo da roupa pronta; a mulher também foi alcançando espaço no mercado de trabalho, livrando-se dessa responsabilidade sobre a produção da roupa.

Como pudemos perceber no decorrer desse capítulo, Chapecó tinha um comércio de moda que se desenvolvia e também uma imprensa que circulava informações de moda. É difícil saber até que ponto essas fontes de obtenção e informação de moda afetaram as práticas de vestuário das mulheres, mas é possível ter uma noção dessa influência se considerarmos os estilos de vestimenta reproduzidos por elas na época, o que será apresentado no capítulo seguinte.

---

<sup>6</sup> Entrevista concedida à autora em 11 de novembro de 2016.

### **3 MODA, COMPORTAMENTO E IDENTIDADE FEMININA**

Conforme apresentado no capítulo anterior, a imprensa se constituiu na cidade de Chapecó como divulgadora de moda e hábitos modernos. Através das entrevistas buscamos então perceber em que medida essas informações foram assimiladas e colocadas em prática pelas mulheres no seu cotidiano, considerando também os meios de sociabilidade. Buscamos identificar elementos de moda presentes na indumentária utilizada na década de 1950, relacionando a aceitação desses elementos aos padrões morais e identitários que permeavam a construção do ideal feminino no período.

#### **3.1 A MODA NAS PRÁTICAS DE VESTIMENTA FEMININA EM CHAPECÓ**

A história da moda foi disposta de maneira tal que, a partir do século XX passa a ser retratada por décadas utilizando isso como meio de facilitar o entendimento das modificações no vestuário, ou mesmo da sua localização no tempo. (BRAGA, 2007, p. 69). Algumas características e estilos marcaram certas fases na história e podem ser relacionadas aos acontecimentos sociais de determinados períodos, mas isso não quer dizer que as modificações estejam na prática restritas à separação em décadas. Como ressalta Calanca (2008, p. 23) “O momento do início e do fim de uma moda vestimentária não é sempre bem definido no tempo”, pois é recebido de forma diferente, readaptado às condições do grupo e pode durar mais tempo.

Apesar de o novo ser considerado um marco na concepção de moda, não é possível defini-la apenas como uma mudança permanente. Para Lars Svendsen (2010) a moda move-se em ciclos, resgatando formas antigas e repetindo-as com um novo detalhe ou denominação. Segundo o autor, ela também pode estar naquilo que não se usa mais, por exemplo, quando o chapéu entrou em desuso. A moda, portanto, não precisa necessariamente introduzir um objeto novo e as renovações nem sempre são estruturais.

As transformações na moda da década de 1950 dependeram de acontecimentos anteriores, desde modificações iniciadas com Paul Poiret, até as transformações cruciais impelidas pela Primeira Guerra Mundial. A partir daí nasce uma moda mais funcional para as mulheres. A Segunda Guerra Mundial também obrigou a França a fazer modificações no traje feminino. O luxo e o requinte deram lugar ao conforto e a praticidade que precisavam ter nas roupas, permitindo que exercessem suas novas funções. A alta costura aderiu a certos estilos

porque precisava se adaptar para vender e no momento prezava pela discrição e o conforto elegante. (VEILLON, 2004).

Com a Segunda Guerra Mundial, muitas *maisons* (atelier de alta costura) acabaram fechando em Paris, mas outras ocuparam seus lugares e deram vez a novos estilistas. É nesse momento que o principal expoente da moda de 1950 consegue se lançar no mercado: Christian Dior. O estilista francês Christian Dior lançou suas linhas *Corolla* e 8 em 1947, e seu estilo ficou conhecido como “*New Look*”, no sentido de que era um estilo novo. Mas, Dior retomou um padrão da *Belle Époque*, em que o corpo da mulher tomava o formato ampulheta, incentivando o uso de corpetes estruturados com barbatanas para definir a cintura e saias bem amplas para fazer o contraste. O luxo estava de volta com exagero de tecidos nas saias amplas indicando fartura e não mais a escassez do tempo de guerra. (VEILLON, 2004; O’ HARA, 1992; BRAGA e PRADO, 2011).

As entrevistadas para essa pesquisa reconhecem uma modificação no modo de vestir na década de 1950 em Chapecó. O uso de saias com armação não era comum na década anterior. Começaram a ser usadas na cidade depois do lançamento da coleção de Christian Dior e do godê americano, um padrão adolescente para o estilo do estilista francês e que se tornou símbolo do *rock and roll*. As entrevistadas citaram tanto o estilo godê americano quanto o godê ponche, ambos com aspecto “bem rodado”, que utilizavam maior quantidade de tecido do que o comum para os anos anteriores: “Então você ter um vestido com 5,5 metros de diâmetro em baixo a saia, ou 7,5 metros, tranquilo, tranquilo.” (Entrevistada Marina). A entrevistada comenta sobre a dimensão das saias que usavam bastante tecido.

Nas armações dos vestidos franceses usava-se o tule, mas em Chapecó, devido ausência do material ou por outros motivos que desconhecemos, utilizou-se a prática de uma armação chamada de anágua<sup>7</sup>, engomada a partir de uma mistura feita com amido, água fervente e vinagre, conforme as descrições abaixo:

A gente queimava o polvilho, porque fazer cru não prestava. Coloca-se três, quatro colheres de maisena - polvilho ou maisena tanto faz - mas o melhor era polvilho. E quando ele estava bem dissolvido já tinha uma chaleira de água quente pra botar, daí era só bater pra ele não encaroçar. E depois, pegava-se a anágua, colocava dentro e estendia, depois passava a ferro. Se o polvilho é cru, quando passa a ferro ele volta, e se o polvilho é cozido quando passa a ferro ele fica. (Entrevistada Miraci).

Tinha as armações que eram uma anágua feita de cretone e algodão e daí fazia-se uma goma bem forte com polvilho, com maisena e água fervente -

---

<sup>7</sup> Anágua era uma peça do vestuário feminino, usada para impedir a transparência de saias e vestidos ou também poderia ser confeccionada em camadas de tecido para dar volume às saias. (O’HARA, 1992).



sofri muito para aprender a fazer - aí a gente fazia aquela goma bem consistente, colocava a armação ali dentro... que normalmente ela era feita, tinha o primeiro pano o segundo era mais largo e o terceiro era mais largo. Então as mais caprichosas colocavam o bordado inglês embaixo e aí a gente engomava e punha pra secar. Quando você vestia então, ficava bem rodado. (Entrevistada Marina).

A prática de engomar as anáguas das saias e vestidos foi relatada como comum por todas as entrevistadas. E também foi encontrada em outra pesquisa sobre o mesmo período em uma cidade do nordeste do Brasil, porém utilizando procedimentos diferentes. O autor da pesquisa, João Quintino Medeiros Filho (2014) comenta que essa prática já era realizada no Brasil durante o século XIX, também com o objetivo de tornar mais rígidas as anáguas e assim deixar os vestidos com aspecto armado.

Um dos objetivos da moda de saias amplas era destacar cinturas finas, tornar o corpo em formato “ampulheta”. A marcação da cintura era um padrão estético atingido pelas entrevistadas através da utilização de cintos e onde as anáguas também desempenhavam importante papel: “quando a gente usava aquela saia com anáguas embaixo, colocávamos o cós na anágua bem apertadinho para a cintura ficar bem marcada.” (Entrevistada Miraci). Como a entrevistada destaca, não era todo modelo de saia que necessitava de anágua, mas quando usada poderia servir como artifício para modelar a cintura fazendo o cós menor do que a cintura da mulher realmente media.

A imagem a seguir apresenta um grupo de mulheres chapecoenses durante um passeio na cidade do Rio de Janeiro. Os vestidos aparentam uso de armações, pois são bastante amplos e com volume, são estampados e os decotes são fechados. Observa-se também a cinturas marcadas e destaca-se o fato de todas estarem muito semelhantes em sua indumentária (Fig. 12).

Figura 12 – Mulheres de Chapecó durante passeio no Rio de Janeiro



Fonte: Acervo pessoal da entrevistada Glorisse. 1958.

A imagem a seguir (Fig.13) mostra o modelo de saia godê americano, difundido como estilo adolescente, para as meninas de 10 a 16 anos. Nesse caso, o uso de saias estampadas, cintos e blusas com decote fechado foi adotado pelas moças em Chapecó com algumas modificações.

Figura 13 – Saia godê para adolescentes



Fonte: O'HARA, 1992, p. 240. "Saia godê para adolescentes, 1953".

Como apresentado na figura a seguir, os estilos de roupa usados pelas entrevistadas eram semelhantes ao estilo acima, usado pelas adolescentes, com uma diferença significativa representada pelos ombros não estarem à mostra (Fig. 14).

O padrão de decotes utilizado na época permite tecer informações a respeito da influência da moda no cotidiano dessas mulheres. Havia uma moralização em torno dos decotes e dos ombros. Busto muito a mostra e ombros de fora eram considerados um escândalo, principalmente na igreja, portanto se fosse usar uma blusa ou vestido sem mangas a mulher deveria ter um casaco ou bolero para colocar por cima, como relatado nas entrevistas.

Figura 14 – Mulheres em Chapecó



Fonte: Acervo Pessoal Entrevistada Glorisse. Ano: 1956.

Os anos de 1950 lançaram a moda do tomara-que-caia, que além da região do busto mostrava também os ombros (BRAGA e PRADO, 2011). Uma das entrevistadas informou que esse estilo foi usado na cidade, mas não com frequência e sempre usando por cima um casaco, ou algo do tipo, que ajudasse a amenizar a exposição do corpo. A foto a seguir (Fig. 15) mostra um casal e outras três mulheres onde uma delas se destaca usando tomara-que-caia. Podemos perceber também o uso de batom escuro, algo que se tornou moda na década de 1950 e que aparece nesse evento em Chapecó.

Figura 15 – Evento em Chapecó



Fonte: Acervo Museu de História e Arte de Chapecó. Década de 1950.

Outra exigência da época, para além dos decotes que ficavam mais “ousados” para quem quisesse usar, era o comprimento dos vestidos e saias. O ideal é que tivessem “quatro dedos” abaixo do joelho, mas foi citada nas entrevistas a existência de uma “outra moda” de comprimento mais longo que também foi usado por elas na época. Os comprimentos das saias variavam, poderiam ser mais longos e mais curtos, mas sempre cobrindo os joelhos. Essa moda de vestidos mais compridos foi um lançamento do estilista Dior (BRAGA e PRADO, 2011).

O fato de as fotos da época serem em preto e branco torna o universo das roupas um tanto obscuro, dando a impressão de que vivia-se em um mundo sem cores. Há séculos atrás a cor era um dos elementos de interpretação no teatro social, designando função, situação e posição. (ROCHE, 2007). Os usos da cor passaram por modificações ao longo do tempo. O preto que era símbolo do luto foi aos poucos perdendo essa função de uso, passando a representar o luxo. Em Chapecó, ainda prevalecia o uso do preto associado ao luto, mas uma das entrevistadas disse ter usado nos bailes da época um tubinho preto tomara-que-caia, o que indica mais um elemento de moda assimilado durante o período. (Entrevistada Nair).

As cores das roupas também apareceram nas lembranças das entrevistadas quando citaram vestidos específicos usados por elas na época: o azul de frivolité, o bordô de renda, o branco de organza estampado de florzinhas, o tubinho vermelho, o cor de rosa decote canoa, entre outros. Apesar disso, elas disseram que prevaleciam as cores mais sóbrias, tons claros e tons pastéis. Percebemos em uma das entrevistas o elemento da cor associado à jovialidade e a necessidade de distinção:

Quando eu me casei, foi em 1953 [...] eu comecei a ver minhas tias. Minhas tias vestiam-se de cor de cinza, (mas elas tinham 40 anos, todas casadas com filhos) azul marinho. [...] Meu pavor era chegar aos 40, 45 anos e ficar igual às minhas tias, só usavam aquelas cores feias. [...] você precisava sentir o pavor que eu estava sentindo de envelhecer e de me sentir que nem as minhas tias. (Entrevistada Miraci).

Nesse relato a entrevistada comenta o “pavor” de se ver vestida como as tias mais velhas que nunca usavam roupas coloridas, o que ela relacionou com a perda da juventude. Ser jovem, portanto, era uma condição que estava intimamente ligada à maneira de vestir na concepção dessa senhora, que não tinha nenhum desejo de se parecer com as suas tias. Podemos perceber aqui uma das características que definem o fenômeno da moda, segundo Lipovetsky (2009), a negação das tradições ou o desejo de diferenciação entre uma geração e outra.

A moda que se refletia na forma de arrumar os cabelos também ficou explícita nas fotos e entrevistas. O comprimento do cabelo era padrão, no máximo até o ombro. Quem tinha o cabelo liso buscava fazer ondulações com técnicas caseiras ou no salão, que algumas disseram existir em Chapecó e outras disseram que não havia. As técnicas de penteados foram descritas pelas entrevistadas: “A gente usava muito na época aquela ondulação permanente, que enrolavam os ‘bicudins’ e colocavam num líquido, daí aquilo esquentava, tirava e ficava permanente. [...] Ou então a gente usava também fazer os ‘papelotes’”. (Entrevistada Nilza). “Pegava-se papel enrolava-se assim [na mecha de cabelo], dormia e no outro dia soltava. E ele permanecia, porque eu já tinha permanente, aí mais esse ‘socorro’ do papelzinho enrolado, ele permanecia mais tempo. Ficava bonito, ficava assim bem fofo.” (Entrevistada Miraci).

Ou seja, o ideal era que o cabelo não fosse comprido e nem liso, seguindo exatamente o padrão divulgado pelas revistas de moda e os anúncios da década. Porém, verificamos também a existência do cabelo curto, estilo masculino adotado pelas mulheres e que não foi relatado pelas entrevistadas. Ele fazia parte do estilo considerado rebelde e que também marcou a década, mas não é muito mencionado pelo senso comum. Assim, a ideia de que a década de 1950 foi um período de luxo e “feminilidade” se perpetuou. Aderir aos estilos “rebeldes”, andróginos que aos poucos iam se disseminando pelos grandes centros urbanos, dependia de uma série de implicações que determinavam as escolhas dos indivíduos em suas relações de grupo, isto é, quando se expõem nas ruas de cidades pequenas onde “todo mundo se conhece”.

### 3.2 LAZER E MODOS DE SOCIABILIDADE FEMININA

Aqui retomamos o conceito de cidade com o sentido de habitar, como defende Pesavento (2007). A autora compreende que a cidade é também sociabilidade porque é indissociável do humano em suas diversas relações. A cidade comporta grupos, práticas de interação e de oposição, festividades e hábitos que a tornam impensável no individual. Essa noção contribui para pensarmos a prática de sociabilidade, permitida pela vida nas cidades, como forma de divulgar comportamento e moda.

Jacques Revel (2009) ressalta que apesar das normas coletivas dependerem de uma interiorização individual, os signos do comportamento existem para que os outros possam captá-los, ou seja, são destinados ao social. Como destaca Calanca (2008), a moda além de utilizar de sistemas como fotografia, publicidade e cinema, também se reproduz a sua maneira pelas ruas através do uso cotidiano que inspira uns e outros. Partindo disso, consideramos necessário explorar os meios de sociabilidade com os quais as mulheres em Chapecó se expunham, tinham contato com outros sujeitos e podiam dar visibilidade às suas roupas.

A década de 1950 em Chapecó, como já mencionamos, passou por transformações estruturais urbanas notáveis. Uma das entrevistadas comenta:

Em 50 já tinha mais lojas, tinha mais hotéis. O clube já era outro, a igreja que tinha queimado já tinha sido reconstruída, o Frei João que tomava conta. Muito diferente nessa época. Aí já tinha lojas que se dedicavam a modas. Era muito diferente, a evolução foi bem grande. (Entrevistada Nair).

Essas transformações estruturais resultavam em modificações de comportamento, de hábitos de lazer. Uma prática marcante que fazia parte do cotidiano da população de Chapecó, município majoritariamente católico, era frequentar a missa. Em virtude da queima da igreja em 1950, as missas eram realizadas em um barracão provisório até a conclusão da nova igreja em 1956. Para uma das entrevistadas a missa era um momento de distinção dos habitantes da cidade. Segundo ela no domingo haviam três horários de realização da cerimônia religiosa: às 6, 8 e 10 horas da manhã. No horário primeiro iam os moradores do interior, no segundo os moradores do centro em geral e o último horário era mais frequentado pela elite. Ela ressaltou que os “bem nascidos” ou a elite, iam a missa muito bem vestidos, com a melhores roupas. (Entrevistada Armía)<sup>8</sup>.

A construção da nova igreja também pode ser pensada como um incentivo a melhoria dos trajes usados na missa. De qualquer forma, a roupa da missa era considerada de suma importância, por costume usava-se a melhor roupa. Na igreja também imperavam as

---

<sup>8</sup> Entrevista concedida à autora em 08 de outubro de 2016.

simbologias tradicionais do uso do véu, por exemplo. Para as mulheres da época era impreterível o uso do véu com suas distinções de cores: véu branco, cinza e preto. “As meninas solteiras usavam o véu branco e as casadas e viúvas usavam o véu preto. Mais tarde houve um grande avanço, surgiu o véu cinza. Mas a gente usou muito tempo o véu”. (Entrevistada Marina).

As atividades de lazer para as moças no centro da cidade se resumiam ao clube, ao cinema e aos bares. Os depoimentos das entrevistadas revelam que parte da população frequentava muito o cinema aos finais de semana e também durante a semana porque esse era o único divertimento, era o que se fazia aos domingos. As crianças, sempre acompanhadas de um adulto, frequentavam no horário da tarde a chamada “*matinée*” e no horário da noite geralmente iam os adultos, casais e também as moças acompanhadas pelo pai, ou parente adulto.

No final da década de 1950 o “Cine Ideal”, cinema de Chapecó, possuía 608 lugares, o que denota a possibilidade de um público grande ocupando o local (IBGE, 1958-1964). Em um período em que a televisão não havia chegado o cinema se constituía como parte fundamental da informação de moda que os indivíduos recebiam. Uma das entrevistadas lembrou que antes da exibição do filme era reproduzido um informativo chamado “Jornal na tela”. “Então eles davam uma visão do mundo, se tinha guerra, a moda, construções, as evoluções, descobertas científicas, sempre passava no Jornal na tela.” (Entrevistada Armía).

As adolescentes também frequentavam os bares da cidade durante a tarde e faziam passeios pela avenida como revela o trecho a seguir:

Aqui, depois já nos fins da década de 1950, tinha as ‘bomboniere’. Então, eram os bares onde você ia comer uma salada de frutas. Não precisava se preocupar se ia tomar cerveja porque não se oferecia, se você quisesse comprar não te vendiam. Era só refrigerante. Então, mais tarde vieram os bolos, bolo caseiro. Dar uma volta na avenida era muito chique. Muito chique aquele grupo de meninas sair, a gente nunca saía só uma, sempre saía em grupos e dava aquela volta. (Entrevistada Marina).

No início do trecho o termo francês *bomboniere* permite observar que tal influencia estrangeira estava presente na moda que se vestia, mas também nos termos que permeavam o cotidiano. Destacamos também que em fins da década de 1950 o centro de Chapecó permitiu novas possibilidades de lazer. Considerar “chique” o grupo de meninas passar pela avenida exalta a importância do visual onde a individualidade se concretizava através da relação de com o grupo. Sant’Anna (2005) considera que a aparência é sustentada por gestos que constroem uma estética social. Assim, a aparência também se constitui em relação de poder

permeada por uma discursividade visual que é responsável por integrar o sujeito nos meios de sociabilidade.

Consideramos importante mencionar que nesse grupo entrevistado havia outra realidade: a das internas do Colégio Bom Pastor. Essas meninas faziam parte de um grupo em que os pais moravam longe, geralmente em localidades vizinhas, mas devido às más condições das estradas e a dificuldade do transporte, o retorno para casa era muito demorado e elas acabavam tendo que morar no colégio onde estudavam. Como relembra a entrevistada, havia restrição quanto aos passeios e a frequência ao cinema. Era permitido, mas com muitas ressalvas: “Durante quatro anos a gente só ia na igreja e saía para fazer alguma compra que era preciso. Mas nada de passeio.” (Entrevistada Glorisse)<sup>9</sup>.

Como local de sociabilidade da época, podemos destacar também os clubes na cidade de Chapecó. Existiram três clubes em Chapecó na década de 1950, mas o mais frequentado era o Clube Recreativo Chapecoense. Além de bailes e jantares no clube eram realizadas atividades para crianças e jovens como aulas de piano, acesso a biblioteca e “reuniões dançantes”. Segundo a entrevistada Armía, para as pessoas de elite era importante ter biblioteca em casa. Podemos considerar essa prática como forma de status, quando “ser culto” ainda era visto como privilégio de letrados. É possível supor, portanto, que o Clube também via na biblioteca um símbolo de distinção social.

O acesso ao clube era restrito, permitido apenas para sócios, tornando-o um local “seleto”, frequentado por quem tinha boas condições financeiras. Como revela a entrevistada Marina: “Porque o chapecoense sempre foi o bam-bam-bam. Ser sócio do chapecoense era um luxo! E também se você não era sócio, você não entrava”. Aos sócios era permitido levar a família e convidados em geral, sempre se responsabilizando pelas ações dos “estranhos ao quadro social” como alertavam os anúncios nos jornais da cidade. “Você tinha que se responsabilizar por aquela pessoa em todos os aspectos. Se exceder em bebida, estar calçado e vestido corretamente, (sapato, terno, gravata). E comportamento. A maneira de dançar...” (Entrevistada Marina).

Podemos perceber através do trecho acima, que havia um controle do comportamento dos indivíduos que frequentavam o local. Até mesmo a maneira de dançar poderia ser um impedimento para frequentar bailes, porque era necessário saber dançar e, inclusive, dançar bem. Os estilos de música eram diferentes dos estilos regionais, queremos dizer aqui, das músicas gauchescas. Uma das entrevistadas revela essas diferenças quando comenta:

---

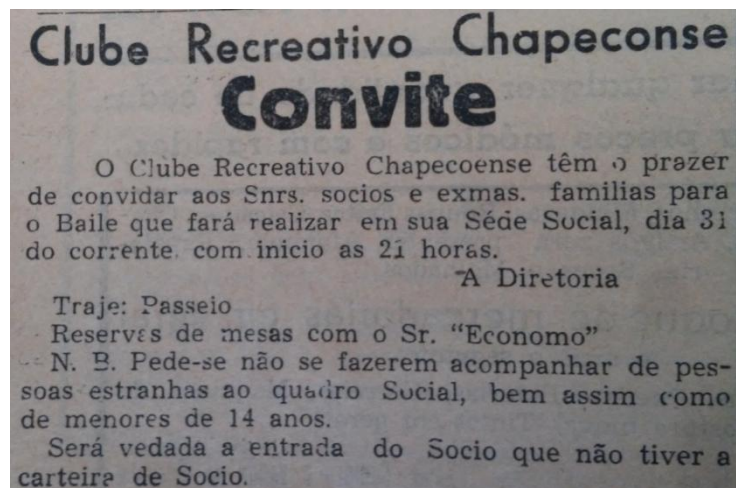
<sup>9</sup> Entrevista concedida à autora em 10 de novembro de 2016.



O baile de antigamente era uma coisa maravilhosa, era lindo, era uma dança [...] Era valsa, era fox, era... olha, o mais agitado pras moças, as vezes por brincadeira as bandas tocavam uma rumba, vamos dizer. Então a gente sabia dançar tudo... valsa, fox, bolero, muito bolero, o bolero foi o que mais se dançou. Valsa e dançava-se bastante tango, também. (Entrevistada Nair).

Como pudemos perceber, nos bailes do Clube Chapecoense, dançava-se os estilos predominantes em grandes centros urbanos. As entrevistadas comentaram também que vinham orquestras argentinas, ou de outras regiões, mas “orquestras famosas” se apresentavam no local. Estar trajado a rigor era fundamental, e inclusive especificado no convite do evento (Fig. 16). Nesse caso para um baile, a especificação “a passeio” remete ao estilo intermediário entre o casual e o traje de gala:

Figura 16 – Convite do Clube Recreativo Chapecoense



Fonte: O Imparcial. Chapecó, 25 de julho de 1954.

Segundo informações repassadas durante as entrevistas, as roupas de baile eram luxuosas na década de 1950. O período marcou o início de novas práticas de socialização na cidade. Os bailes passaram a ser eventos grandiosos e requintados. Uma das entrevistadas comenta: “Aí já tinha luxo mesmo [...] eu já tinha costureira própria, que era a dona Eva, mandava buscar coisas fora, tecidos fora. Era outra vida, não tinha nada a ver [com o período anterior], foi um impulso muito grande.” (Entrevistada Nair). Outra entrevistada comenta que além dos belos trajes as senhoras usavam joias de valor, colares, pulseiras e anéis: “Elas se enfeitavam bastante naquela época.” (Entrevistada Nilza). Esse também foi um item de moda na década de 1950, que a distingue da década anterior. (BRAGA e PRADO, 2011).

Interessante perceber que em um ambiente de aspectos rurais se fizesse tanta questão em realizar bailes estilo alta sociedade. A entrevistada Miraci comentou que algumas festividades deixavam de ser comemoradas no espaço citadino, por serem consideradas muito interioranas. Os bailes como o da primavera e do inverno para os quais confeccionava-se vestidos de fustão estampado<sup>10</sup>, segundo ela, deixaram de ser feitos. Podemos perceber nesse depoimento uma tentativa de distinção entre o que era do interior ou do campo e os hábitos da cidade.

Outra forma de sociabilidade que podemos considerar importante para a mulher na década de 1950, é o trabalho. Nesse período e já a partir das primeiras décadas do século XX a mulher vinha alcançando espaços cada vez maiores no mercado de trabalho, ampliando-se nas décadas subsequentes, resultado também das transformações provocadas pela Segunda Guerra Mundial. Ainda que indispensável para a sobrevivência, o trabalho poderia ameaçar o papel da mulher na época e por isso deveria ser exercido de modo a não se afastar da vida familiar, dos deveres domésticos e da maternidade. (LOURO, 1997, p. 453).

O público entrevistado para essa pesquisa ocupava funções mais comuns para as mulheres no período. Uma dessas ocupações foi o serviço de auxiliar administrativo do setor público exercido por uma delas, 4 eram professoras e uma era dona de casa, mas no início da década de 1960 passou a atuar como costureira, prática que, como vimos no capítulo anterior, estava integrada à vida das mulheres de Chapecó, incentivadas pela oferta de cursos de corte e costura.

A questão do ofício de professora merece aqui destaque, sendo exercido pela maioria do público entrevistado. Essas mulheres, portanto, fizeram parte de uma nova fase do setor educacional de Chapecó, a partir da implantação do Grupo Escolar Bom Pastor, em 1947. A instituição foi implantada a partir de uma parceria entre governo e Igreja católica e contemplou Chapecó num período tardio em relação a outros locais do país que já recebiam esse tipo de escola desde fins do século XIX. A instituição, que era particular, passou a ser mantida pelo Estado em 1955. Manteve além do ensino ginasial um curso normal para formação de professoras que atuariam no ensino primário. O curso era destinado ao público feminino que podia se matricular a partir dos 12 anos, concluindo a formação em cinco anos. (PARISOTO, 2013).

O Brasil dos anos 1950 vivia um processo de incentivo educacional ainda que moderado, foi o momento em que o nível de escolaridade começou a subir gradativamente,

---

<sup>10</sup> “Tecido pesado, caracterizado por estrias, em que o direito em relevo e o avesso liso, produzido a partir de algodão, lã, linho ou seda”. (MEDEIROS FILHO, 2014, p. 225).

mas de forma bastante lenta. (BARRETO e MITRULIS, 2001). Em Chapecó na década de 1950, 48% da população acima dos 5 anos sabia ler e escrever, do total a maioria composta pelo público masculino. Na sede municipal, espaço citadino de Chapecó, cerca de 75% da população era considerada alfabetizada, com maioria feminina. Esses dados mostram um diferencial com relação ao rural e urbano no que diz respeito a alfabetização. E também o fato de as mulheres constituírem maioria alfabetizada na sede é um dado instigante. (IBGE, 1958-1964, p. 76).

A relação com a necessidade de estudar foi vivida de forma diferente pelo público entrevistado. Para algumas, o incentivo dos pais para que estudassem foi algo preponderante. O ensino já era praticado em casa, onde as meninas deveriam ler revistas e comentar o que entenderam ao pai, que também tinha um grau de instrução escolar. Mesmo assim elas seguiram o ofício de professoras, a profissão mais comum para a mulher da época e uma delas comenta: “Eu não queria ser professora, eu queria ser enfermeira, mas na época as profissões eram cheias de tabus. Meu pai disse que não gostava que as mulheres trabalhassem fora, então fui ser professora.” (Entrevistada Marina). Observa-se assim, que apesar da família incentivar os estudos, isso era visto mais como uma necessidade para a vida da mulher adulta, mesmo mantendo-se dona de casa, porque o trabalho fora era ainda considerado atividade para homem.

Aquelas que não puderam avançar nos estudos comentam a dificuldade de viver os padrões da época. A falta de incentivo para aqueles que queriam fazer um curso superior, por exemplo, porque as universidades ficavam muito longe dali. Outro fator era o papel da mulher construído e disseminado. Como relatou uma das entrevistadas “Uma mulher casada não estuda. Mulher casada tinha que ficar bonitinha em casa para o marido. A gente pegou anos difíceis [...] Naquele tempo, a gente saía ou com o marido, ou então ficava na casa da mãe.” (Entrevistada Miraci). Percebe-se então, que o fato de as universidades serem longe limitava o acesso aos estudos e os incentivos para a mulher eram poucos, ou nenhum, a ela prevalecia o dever de casar, ser mãe e esposa. Outra entrevistada revela que aos poucos algumas transformações iam ocorrendo com relação a esse padrão:

Eu já nos anos 60 que eu parei de estudar, que eu já era adulta [...] eu trabalhava muito também. E as moças da minha época também começaram a trabalhar. Veio pra Chapecó o banco INCO<sup>11</sup> então muitas [mulheres] ou foram trabalhar no comércio como balconistas ou no escritório das lojas, outras foram pro banco e outras pro magistério. Aí começou uma etapa

---

<sup>11</sup> Banco Indústria e Comércio de Santa Catarina S.A.

diferente pra mulher, porque antes disso a mulher ficava só em casa. (Entrevistada Nilza).

O trecho acima dá indícios de que a década de 1950 em Chapecó permitiu um avanço em relação ao papel da mulher. As transformações estruturais como implantação de agências bancárias, ampliação do comércio e a própria instalação do curso Normal Regional no Colégio Bom Pastor, permitiram uma maior inserção da mulher no mercado de trabalho, o que se efetivou na década de 1960.

### 3.3 IDENTIDADE ALTERNATIVA: A MODA CONSTRUINDO GÊNERO

A moda ao mesmo tempo em que segrega, também liberta. No mesmo período dois estilos distintos podem estar se disseminando e comunicando coisas diversas. É o que ocorre na década de 1950, quando um dos ideais do pós-guerra era que a mulher retomasse o posto de dona de casa, mãe e esposa. Ao mesmo tempo uma cultura jovem se rebelava contra os valores tradicionais. Suas reivindicações ficaram marcadas principalmente através das roupas que vestiam. Nessa época dois polos de comportamento comunicavam moda: De um lado a França, elegante e requintada e do outro os Estados Unidos, rebelde.

Essa cultura jovem “rebelde” que utilizava elementos como rasgado, descosturado e desbotado em suas roupas saiu das ruas e foi legitimada pela moda apenas na década de 1960. Antes disso prevaleciam valores de elegância que não permitiria jamais um remendo ou algo do tipo. Características como essa eram totalmente reprovadas. Uma das entrevistadas recordou: “No meu tempo, usar uma roupa rasgada ou mesmo com um remendo, era sinal de desleixo. A gente remendava a roupa? Remendava, mas era pra usar em casa, não para sair”. (Entrevistada Nilza).

Para Lipovetsky (2009) o início dos anos 1950 foi marcado por uma evolução na publicidade, porém essa evolução da imagem ainda reproduzia fielmente os estilos de alta costura. A partir de 1959 é que inovações mais marcantes começaram a dominar esse setor. Ocorre também que a rua é que passa a definir os estilos da Alta Costura, como no caso da calça feminina e do jeans.

Philippe Ariès nos informa que “a modernidade é marcada pela transformação nos modos de sentir e pensar que antes se baseavam em concepções de um passado longínquo”. Ou seja, a modernidade só pode ocorrer porque uma modificação nas mentalidades, ou nos modos de sentir e pensar da população. Ele ressalta também que “sem a consciência da

modernidade não haveria mais diferenças, nem mesmo história, tampouco não diferenças, isto é, as permanências não seriam mais percebidas.” (NOVAIS e SILVA, 2011, p. 286, 291).

Nesse sentido Lipovetsky considera que a moda contribui para a criação de “mentalidades desentrevadas [...] prontas, em princípio, para a aventura deliberada do Novo.” Ele questiona: “Como nossas sociedades poderiam colocar-se em dia com as mudanças incessantes e operar as adaptações sociais necessárias se os indivíduos estivessem cimentados em princípios intocáveis?” (LIPOVETSKY, 2009, p. 206). Ou seja, percebemos que para haver a aceitação de novos estilos de vestimenta difundidos pela moda é necessária uma transformação na consciência dos indivíduos, uma modificação nos modos de sentir e pensar.

De acordo com Pinsky (1997, p. 631), na década de 1950 ainda prevalecia o ideal de feminilidade através da distinção dos padrões atribuídos ao masculino. Desta forma, usar calças era tido como afronta e uso de saias disseminava valores de submissão e de adequação aos padrões da moral religiosa, o que estivesse fora disso causava espanto e expunha a mulher ao ridículo.

A imagem a seguir, recortada de um anúncio de cigarros (Fig. 17), sintetiza muito bem a emancipação de estilos femininos na época. “Os gostos diferem” era o *slogan* utilizado e mostra de um lado o que ficou marcado como a rebeldia das calças e de outro a mulher tradicional. De qualquer forma, em relação aos padrões morais fumar não era uma prática considerada feminina. A propaganda, portanto, transgride os valores da época colocando mulheres no seu anúncio.

Figura 17 – “Os gostos diferem”



Fonte: A Hora. Porto Alegre, 25 de novembro de 1956.

Apesar de uma possível divulgação dos dois perfis femininos na mídia, todas as entrevistadas recordaram que a calça feminina chegou mais tarde em Chapecó, na década de 1960 e ainda para viajar, por exemplo, não para o uso cotidiano. Mulher usar calça era tido como uma afronta na época, “visto com maus olhos”. A manutenção da distinção de gênero representada através da maneira de vestir era o reflexo da divisão social entre o mundo masculino e feminino.

Como revelou uma das entrevistadas, na igreja, por exemplo, “os homens ficavam de um lado e as mulheres e crianças de outro, tudo bem dividido” (Entrevistada Armía). Segundo Souza (2005, p. 58) havia uma distinção do lugar do homem e da mulher no espaço público que refletia sua relação no espaço privado, subjugando a mulher a condição de mãe, dona de casa e esposa. Atribuía-se à mulher o papel coadjuvante para zelar pela moral, contribuindo para a manutenção de hábitos que refreavam atitudes femininas, enquanto concediam mais poder a ação do homem. (PINSKY, 1997).

Esses valores eram disseminados e mantidos com veemência pelas instituições religiosas. Como nos informa Calanca (2008, p. 61) “A importância para a sociedade da formação do indivíduo civil e virtuoso [...] torna determinante o aprendizado dos bons costumes por meio da educação religiosa”. No caso de Chapecó, religiosidade representada majoritariamente pelo catolicismo. Desempenhou importante papel na formação da consciência moral dos jovens a educação religiosa representada pela instalação do Colégio Bom Pastor em Chapecó que era regido por freiras.

O ensino no Colégio Bom Pastor, ministrado por freiras era destinado ao público feminino, mas manteve turmas masculinas provisoriamente durante na mesma década. Essa divisão entre meninos e meninas relaciona-se diretamente com a ideia de separação dos mundos masculino e feminino. Todas as entrevistadas passaram pelo colégio e afirmaram que ali receberam além da formação educacional a instrução religiosa. De acordo com Parisoto (2013), fazia parte do trabalho educacional das irmãs franciscanas, aplicar as prerrogativas escolares determinadas pelo Governo, mas também os valores estabelecidos pela Igreja Católica.

Na escola as alunas aprendiam valores comportamentais que incluíam o modo como se vestiam. O próprio uniforme era um indicativo da disciplina, composto por saia azul marinho e camisa branca como descreveu uma das entrevistadas: “O uniforme era preguado, de dia de semana e pra domingo o uniforme de gala era plissê. [...] Tinha a boina azul marinho, o sapato era preto, as meias brancas. [...] era sapato colegial, tipo sapato de homem, com cadarço,

muito bem lustrado.” (Entrevistada Marina). Segundo ela o uso do uniforme era impreterível. A figura a seguir apresenta um desfile cívico em 1952 realizado pelo Colégio Bom Pastor. As estudantes caminham pela Avenida Getúlio Vargas, usando provavelmente o uniforme de gala, conforme mencionado pela entrevistada.

Figura 18 - Desfile cívico no ano de 1952



Fonte: Acervo CEOM – Centro de Memória do Oeste de Santa Catarina.

Dicas de como as moças deveriam se vestir fora do colégio eram dadas sempre que possível. Eram aconselhadas a não usar decotes muito profundos, (três dedos abaixo do pescoço) e as saias também não podiam mostrar os joelhos. As roupas também não deveriam ser chamativas e o uso de maquiagem deveria ser evitado.

Tal relação, para além de garantir hábitos moralmente aceitos pela igreja, permitia uma distinção social por parte desse grupo restrito de meninas, conferindo-lhes hábitos de elite, mesmo para as que não pertencessem a ela. Esses hábitos da formação educacional refletem-se diretamente nas assimilações de moda reveladas por estas mesmas mulheres, comentadas no primeiro subtítulo desse capítulo, que eram marcadas pelo conservadorismo.

Também na instituição de ensino controlava-se o acesso às revistas que divulgassem moda ou hábitos modernos de comportamento. Segundo Roche (2007, p. 21), a partir do século XVII principalmente após as reformas católica e protestante “a roupa passou a ser o centro dos debates sobre riqueza e pobreza, o excessivo e o necessário” na visão moral cristã,

tanto católica como protestante, a roupa serviu como meio para avaliar a adaptação aos costumes às exigências éticas. O excesso de luxo na vestimenta poderia aludir ao pecado.

Como ressalta Daniela Calanca, “Os conservadores de todas as épocas sempre consideraram a moda a expressão máxima da decadência dos costumes”. Os novos estilos abrem caminho não apenas a novas roupas, mas a novas formas de conceber a vida, a religião e a ética. A religião considerava a moda como algo alienante “testemunha da loucura do nosso espírito”. A inconstância de tal fenômeno, ao romper com os costumes, coloca em perigo a moral religiosa que, por isso, sente o dever de bani-la. (CALANCA, 2008, p. 45, 63).

Apesar de não conseguir controlar completamente o acesso a essas novidades que permeavam os comportamentos das jovens, o controle da moral religiosa se atinha a exposição do corpo. “Quem usava roupa curta não era uma menina direita, então não era amizade pra... ‘Simplesmente você não anda com ela porque ela é muito liberal!’ Então ela ficava assim meio que... [excluída?] mas, eram pessoas boas”. (Entrevistada Marina). Com relação a isso, nos informa Louro (1997, p. 447) que a moral religiosa predominante nas instituições de ensino “apontava para as mulheres a dicotomia entre Eva e Maria”, ou seja, enfatizava a distinção entre dois perfis femininos considerados: a que tem valor ou virtude perante a sociedade e aquela que não tem porque não segue as regras estabelecidas pela ordem divina.

Mostrar o corpo, portanto era desvalorizar-se como mulher. Nesse sentido a moda esteve ligada às transformações das mentalidades, formas de pensar sobre os corpos, em especial o feminino. No final do século XIX, Paul Poiret, famoso costureiro francês lançou um estilo que “libertava” as mulheres dos corseletes. Era também preocupação da Medicina que, desde o início do século XIX, relacionava doenças à falta de exercícios físicos e condenava os confinamentos femininos tanto em casa como dentro das apertadas roupas. No início do século XX, Coco Chanel inovou ao libertar os movimentos femininos e aproximar sua vestimenta da que era usada pelos homens. Também é no começo do século XX, que inicia a moda da mulher magra. A imagem das senhoras corpulentas e sedentárias foi substituída pela de mulheres jovens e esguias nas ruas. (BRAGA e PRADO, 2011; DEL PRIORE, 2000).

Daniela Calanca considera que a moda pode ser definida como uma linguagem do corpo, no momento em que a roupa torna-se corpo revestido. O ato de vestir “transforma” o corpo não apenas por seu significado biológico, mas também, o estético, psicológico e



religioso, por exemplo. As partes que se evidencia e as que se quer esconder podem representar valores morais de uma sociedade. (CALANCA, 2008, p. 17,19).

A respeito de padrões corporais na época as entrevistadas disseram não se preocupar com questões de emagrecimento e de, em geral, não se recordarem de discursos que falassem sobre isso. Também relataram que o número de mulheres consideradas gordas era reduzido. Uma das entrevistadas comenta: “Naquela época algumas mulheres se cuidavam pra não engordar. Eu nem pensava nisso, mas tinham algumas que cuidavam muito do corpo para não engordar”. (Entrevistada Armía). Todas as entrevistadas se consideravam magras na época. Algumas até com espanto, se diziam muito magras, mas devemos ter em mente que a noção de magreza que elas mencionam pode ser completamente diferente da que temos hoje, não conseguimos compreender esse aspecto.

O trecho a seguir, como já mencionado no primeiro subtítulo desse capítulo, revela uma preocupação com partes específicas do corpo. O corpo deveria ser magro, isso era a regra da elegância. Mas a moda da época também pedia cintura fina e belas pernas:

A gente gostava de ser bem “acinturada”. Eu pelo menos. Eu era muito magra, nunca fui gorda, então no meu tempo era a cintura que a gente queria ter “bem feita” e as pernas se não tivesse nada de errado. [...] claro ninguém queria ser gorda, isso sim. Todo mundo queria ser magra. A gordura tira tudo o que pessoa pode ter de elegância, eu acho. (Entrevistada Nair).

O artifício utilizado para modelar o corpo e aparentar uma cintura mais fina era a “cinturita”, um tipo de cinto com aproximadamente 20 centímetros de largura, com espécies de barbatanas. Do público entrevistado apenas uma das mulheres disse fazer uso dela. Para as mais magras os próprios cintos utilizados sobre saias ou vestidos já cumpriam bem a função de marcar a cintura.

O anúncio a seguir é de 1957 e apresenta a possibilidade de realização de procedimentos para o emagrecimento em um instituto de beleza em Chapecó (Fig. 18). Ele relaciona a ideia de magreza com a de elegância feminina ao dizer que “as linhas do corpo feminino devem ser firmes e elegantes”.

Figura 19 – "Não espere engordar demais!"



Fonte: O Imparcial. Chapecó, 24 de novembro de 1957.

Conforme destaca Del Priore (2000, p. 75), a partir do início do século XX “a obesidade começa a tornar-se um critério determinante de feiura, representando o universo do vulgar em oposição ao elegante, fino, raro”. As grandes difusoras de um padrão de corpo feminino na época foram as misses e as atrizes de cinema. As atrizes foram lembradas durante as entrevistas como inspiração das meninas e mulheres da época. A entrevistada Glorisse conta que teve uma coleção de atrizes em cartões que vinham nas caixas do sabonete “Eucalol”. Ela recordou das atrizes de Hollywood, Ingrid Bergman e Gina Lollobrigida, que fizeram sucesso na década de 1950.

Mas sob esses ícones de moda e beleza pairavam os julgamentos de valor, as aceitações e não aceitações. Um moralismo permeava as opiniões a respeito do padrão de comportamento feminino divulgado por algumas dessas mulheres. Uma das entrevistadas lembra: “Ali naquela época era Brigitte Bardo, que era um escândalo, e a Marilyn Monroe, que a gente não sabia nem metade do que ela foi. Mas eram mais aquelas artistas certinhas, comportadinhas: Romy Schneider, Celli Campello...”. (Entrevistada Marina). As atrizes, portanto, contribuíram para a divulgação de um padrão de beleza e corpo, mas também de comportamento. A sua imagem não estava dissociada de suas ações.

Como destaca Mary Del Priore “O poder de sedução de estrelas do cinema marcou toda uma geração de mulheres servindo de modelo para a imagem que queriam delas mesmas”. (DEL PRIORE, 2000, p. 75). Nesse sentido, podemos considerar a importância do cinema como meio de divulgação dessas imagens que geravam construções idealizadas sobre a mulher, sobre seus corpos, roupas e ações.

Seguir a moda, portanto, era um ato de escolha a partir de valores construídos socialmente. A mulher do espaço urbano de Chapecó aos poucos ia modificando seus hábitos sociais, sofrendo a influência de agentes como a imprensa e o cinema, mas também se vê ainda muito ligada a uma educação de caráter religioso que buscou de muitas formas refrear a modernização dos costumes.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados analisados a respeito de Chapecó permitiram perceber que a cidade vivenciava uma reestruturação do urbano, algo que impactou as relações de sociabilidade no local. O próprio cinema, o aeroporto, as ruas amplas com iluminação, nos permitem pensar o ideal de modernidade que estava se concretizando e a fusão de características modernas em uma cidade interiorana.

Percebemos uma distinção entre o formato dos jornais das capitais e os de Chapecó. No primeiro vimos um padrão estético mais atrativo na maneira de dispor as informações, utilizando maior número de imagens e já nos jornais de Chapecó, a partir de meados da década de 1950, encontramos lojas chapecoenses modificando o padrão de propaganda. Com isso concluímos que o comércio poderia estar passando por uma modificação, modernizando-se, aderindo padrões de centros urbanos maiores.

Através dos hábitos de confecção da roupa, observamos que a mulher era incentivada seja através da imprensa ou das instituições de ensino a confeccionar a roupa em casa. Grande parte dos periódicos trazia “figurinos” destinados às donas de casa e costureiras. A própria ação de fazer a roupa distinguia os mundos masculino e feminino.

Também percebermos que elementos da moda foram assimilados pelas mulheres na época, que aderiram principalmente aos estilos conservadores. Nesse sentido a moda torna-se espelho inevitável das relações socioculturais, onde sua informação pode intimidar e afrontar padrões considerados fundamentais. Mesmo a adoção de estilos conservadores não impede de considerar a influência modernizadora da moda na cidade. Aderir a estilos da moda num determinado período, sejam eles conservadores ou não, por si só representa um rompimento aos costumes do local e, portanto, uma aproximação com a forma de vestir própria de centros maiores, ainda que com algumas modificações.

Assim, podemos concluir que seguir a moda é sentir-se parte de um grupo, assim também como se distinguir de outros. É abandonar um estilo anterior porque ele já não dá conta de expressar o tempo em que se vive. São detalhes da moda, um penteado, uma silhueta, por exemplo, que demonstram que suas significações atingiam locais interioranos e que a moda, apesar de ser um fenômeno urbano, não se refletia apenas na vida dos grandes centros.

Longe de nos dar um “panorama” da relação feminina com a moda em Chapecó, essa pesquisa abriu portas para buscar mais informações sobre o tema. Utilizamos um grupo bastante específico de mulheres para as entrevistas, o que não permite tecer conclusões a respeito de um uso da moda por todo o feminino na cidade, ou mesmo considerar a moda no

local como conservadora. O assunto ainda está praticamente todo por ser explorado na região e certamente é uma temática que despertará o interesse para novas problemáticas de pesquisa.

## FONTES E REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Fontes

#### 1. Memórias orais (Entrevistas).

ARMÍA. Chapecó, 08 de outubro de 2016. Entrevista concedida a Josiane Uliana.

NILZA. Chapecó, 07 de novembro de 2016. Entrevista concedida a Josiane Uliana.

MARINA. Chapecó, 10 de outubro de 2016. Entrevista concedida a Josiane Uliana.

GLORISSE. Chapecó, 10 de novembro de 2016. Entrevista concedida a Josiane Uliana.

NAIR. Chapecó, 24 de outubro de 2016. Entrevista concedida a Josiane Uliana.

MIRACI. Chapecó, 11 de novembro de 2016. Entrevista concedida a Josiane Uliana.

#### 2. Jornais

A VOZ DE CHAPECÓ. Chapecó, 1950.

JORNAL DO POVO. Chapecó, 1951-1953.

O IMPARCIAL. Chapecó, 1954-1959.

A HORA. Porto Alegre, 1956-1957.

FOLHA DA TARDE. Porto Alegre, 1954, 1958.

CORREIO DO POVO. Porto Alegre, 1951.

O ESTADO. Florianópolis, 1956.

#### 3. Livro

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Enciclopédia dos municípios brasileiros. Chapecó.** Rio de Janeiro: IBGE, 1957-1964, p. 73-77. [Disponível on-line].

### Referências bibliográficas

ALBA, Rosa Salete. **Espaço Urbano: os agentes da produção em Chapecó.** 2. ed. Chapecó: Argos, 2013, p. 201.

BARRETTO, Elba Siqueira de Sá; MITRULIS, Eleny. Trajetória e desafios dos ciclos escolares no país. **Estudos Avançados**, São Paulo, v.15, n.42, mai/ago. 2001.

BARROS, José D'Assunção. **O campo da história: especialidades e abordagens.** 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

- BÉDARIDA, François. Tempo presente e presença da História. In: Ferreira, Marieta de Moraes; Amado, Janaína [Coord]. **Usos e abusos da história oral**. 8. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, p. 219- 229.
- BRAGA, João. **História da moda**: uma narrativa. 7. ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.
- BRAGA, João; PRADO, Luiz André do. **História da Moda no Brasil**: Das influências às autorreferências. 2 ed. São Paulo: Disal, 2011.
- BRAUDEL, Fernand. **Civilização material, economia e capitalismo séculos XV-XVIII**: As estruturas do cotidiano. São Paulo: Martins Fontes, 2005. 1 v.
- BURKE, Peter (org.) **A escrita da História**: novas perspectivas. São Paulo: Unesp, 1992.
- CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Senac, 2008.
- CECCHIN, Cristiane; FURLANETTO, Clarissa. **Breve histórico do edifício sede da 8ª residência do DER**. Prefeitura Municipal de Chapecó. Fundação Cultural de Chapecó. Gerência de Patrimônio Histórico e Memória. Museu de História e Arte de Chapecó. Chapecó, Julho de 2012.
- CRUZ, Heloisa de Faria. **São Paulo em Papel e Tinta: Periodismo e vida urbana (1890-1915)**. São Paulo: Arquivo Público do Estado de São Paulo, 2013.
- DEL PRIORE, Mary. **Corpo a corpo com a mulher**. São Paulo: Senac, 2000.
- FERREIRA, Jorge; DELGADO Lucília de A. N. (Orgs.). **O Brasil republicano**: O tempo da experiência democrática. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- HASS, Mônica. **O linchamento que muitos querem esquecer**. 2. ed. Chapecó: Argos, 2007.
- LIMA, Laura Ferraza. **Vestida de frivolidades**: a moda feminina em suas visões estrangeira e nacional na revista O Cruzeiro de 1929 a 1948. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2009.
- LIMA, Solange Ferraz de; CARVALHO, Vânia Carneiro de. Fotografias: usos sociais e historiográficos. In: PINSKY, Carla Bassanezi. LUCA, Tania Regina de. (orgs). **O historiador e suas fontes**. São Paulo: Contexto, p. 29-60 2009.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e o seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- LOURO, Guacira Lopes. Mulheres na sala de aula. In: DEL PRIORE, Mary (Org.). **História das Mulheres no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1997, p. 443-481.
- MALUF, Marina; MOTT, Maria Lúcia. Recônditos do mundo feminino. In: SEVCENKO, Nicolau. (Org). **História da vida privada no Brasil República**: da Belle Époque à Era do Rádio. São Paulo: Companhia das letras, 2009, p. 367-422.
- MEDEIROS FILHO, João Quintino de. **Arremedando Dior**: a moda do *New Look* em São João do Sabugi – RN (anos 1950). Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Campina Grande, Centro de Humanidades. Campina Grande, RN, 2014.

- MEIHY, José Carlos; HOLANDA, Fabíola. **História oral como fazer, como pensar**. São Paulo: Contexto, 2011.
- NACIF, Maria Cristina Volpi. **Estilo urbano; um estudo das formas vestimentares das camadas médias urbanas, no Rio de Janeiro, na primeira metade do século XX**. UFF. Doutorado em História, 2000.
- NOVAIS, Fernando A.; SILVA, Rogerio Forastieri da (orgs.). **Nova História em perspectiva**. Vol. 1. São Paulo: Cosac Naify, 2011. P. 268-295.
- O'HARA, Georgina. **Enciclopédia da moda: de 1840 à década de 1980**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
- PARISOTO, Clarissa Vinhas Furlanetto. A atuação das Irmãs Franciscanas Missionárias de Maria Auxiliadora em Chapecó. **Cadernos do CEOM**, Chapecó, ano 27, n. 40, 2013.
- PEREIRA, Jesus Vasquez; WORCMAN, Karen (Coord). **História falada: memória, rede e mudança social**. São Paulo: SESC SP: Museu da Pessoa: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006, p. 280.
- PERROT, Michelle. **As mulheres ou os silêncios da história**. Bauru, SP: EDUSC, 2005.
- PESAVENTO, Sandra J. Cidades visíveis, cidades sensíveis, cidades imaginárias. **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 27, n. 53, p.11- 23, 2007.
- PESAVENTO, Sandra J. Muito além do espaço: Por uma História Cultural do urbano. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 16, p. 279-290, 1995.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História & história cultural**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2005 p. 132.
- PETROLI, Francimar Ilha da Silva. **Um desejo de cidade, um desejo de modernidade (Chapecó, 1931-1945)**. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em História. Florianópolis, 2008.
- PINSKY, Carla Bassanezi. Mulheres dos Anos Dourados. In: DEL PRIORE, Mary (Org.). **História das Mulheres no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1997, p. 607-639.
- PRIORI, A., et al. **História do Paraná: séculos XIX e XX**. Maringá: Eduem, 2012. p. 59-74.
- RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **Representações da Roupas e da moda no Rio de Janeiro do Século XIX**. Dissertação de Mestrado. Departamento de História. PUC – RJ. Rio de Janeiro, 1992.
- ROSA, Adenilson da; SILVA, Augusto. Antes do Oeste Catarinense: aspectos da vida econômica e social de uma região. **Fronteiras: Revista Catarinense de História** [on-line], Florianópolis, n.18, p.139-160, 2010.
- SABALLA, Viviane Adriana. **Indumentária, representação e narrativas visuais: a mulher como idealizadora de sua identidade na Porto Alegre de 1900-1920**. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2010.



SANT'ANNA, Mara Rubia. **Poder e aparência: novas sociabilidades urbanas em Florianópolis entre 1950 – 1970.** Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2005.

SANTOS, Chrislene Carvalho dos. História e Propaganda: análise de corpos femininos em imagens publicitárias na década de 20. **Revista História Hoje**, v.3, n. 9. 2006.

SETTON, Maria da Graça. A moda como prática cultural em Pierre Bourdieu. **IARA. Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v.1, n. 1, abr./ago. 2008.

SILVA, Guilherme Telles da. Roupas e homens: Os espaços de sociabilidades masculinas em Maringá-PR na década de 1950, bares, clubes e agremiações. In: IV CONGRESSO SERGIPANO DE HISTÓRIA & IV ENCONTRO ESTADUAL DE HISTÓRIA DA ANPUH/SE. 2014. Aracaju, SE. **Anais...** Sergipe: IHGS, 2014.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas: a moda no século XIX.** São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

SVENDSEN, Lars. **Moda uma filosofia.** Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

TUMELERO, Michele Rodrigues. **A legião brasileira de assistência e os investimentos feitos sobre as mulheres e as crianças na construção de uma “nova” Chapecó – SC (1940-1960).** Tese (Mestrado em História) - Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2010.

VEILLON, Dominique. **Moda e Guerra: um retrato da França ocupada.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

VOJNIAK, Fernando. **Iluminar a inteligência e educar a afetividade: uma história do gênero masculino no oeste catarinense (1950-1970).** Dissertação (Mestrado em História) - Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2004.