

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

ROBERTA PAULA GOMES SILVA

*Elegância nos trópicos: as crônicas sociais de
Gilberto Trompowsky nas revistas ilustradas nos
anos de 1931 a 1957.*

UBERLÂNDIA, MG

2018

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

ROBERTA PAULA GOMES SILVA

*Elegância nos trópicos: as crônicas sociais de
Gilberto Trompowsky nas revistas ilustradas
nos anos de 1931 a 1957.*

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Uberlândia para obtenção do título de Doutora em História.

Área de concentração: História e Cultura.

Orientadora: Profa. Dra. Ana Paula Spini

UBERLÂNDIA, MG

2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da UFU, MG, Brasil.

S586e Silva, Roberta Paula Gomes, 1981-
2018 Elegância nos trópicos [recurso eletrônico] : as crônicas sociais de
Gilberto Trompowsky nas revistas ilustradas nos anos de 1931 a 1957 /
Roberta Paula Gomes Silva. - 2018.

Orientadora: Ana Paula Spini.

Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Uberlândia, Programa
de Pós-Graduação em História.

Modo de acesso: Internet.

Disponível em: <http://dx.doi.org/10.14393/ufu.te.2018.634>

Inclui bibliografia.

Inclui ilustrações.

1. História. 2. Periódicos ilustrados - História. 3. Literatura e
sociedade. 4. Trompowsky, Gilberto. I. Spini, Ana Paula (Orient.) II.
Universidade Federal de Uberlândia. Programa de Pós-Graduação em
História. III. Título.

CDU: 930

Gerlaine Araújo Silva - CRB-6/1408

ROBERTA PAULA GOMES SILVA

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal de Uberlândia, como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutora em História.

Aprovada em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Profa. Dra. Ana Paula Spini (UFU)

Profa. Dra. Mara Rubia Sant'Anna (UDESC)

Profa. Dra. Luciene Lehmkuhl (UFPB)

Profa. Dra. Vera Lucia Puga (UFU)

Prof. Dr. Florisvaldo Paulo Ribeiro Júnior (UFU)

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a Helena.

AGRADECIMENTOS

À professora Dra. Ana Paula Spini, pela dedicação e carinho com que conduziu a sua orientação nesse último ano da minha pesquisa.

À professora Dra. Luciene Lehmkuhl, pela orientação inicial desse projeto e pelas parcerias que estabelecemos ao longo da nossa amizade.

À professora Dra. Vera Pugga, pela atenção e disponibilidade com que conduziu o meu exame de qualificação e, agora, por compor a banca.

À professora Dra. Mara Rubia Sant'Anna, por ter aceitado o convite para participar da banca.

Ao professor Dr. Florisvaldo Paulo Ribeiro Júnior, por ter participado do meu exame de qualificação e pelos momentos de descontração.

Aos colegas de trabalho da Área de História do Colégio de Aplicação Eseba – UFU, André Duarte, Christian Martins, Getúlio Ribeiro e Leila Floresta, pelas palavras de otimismo e toda a ajuda oferecida em prol da realização deste trabalho.

A Mariana Batista, pelas dicas atentas dadas a minha pesquisa. E aos demais colegas de CAp Eseba – UFU, Mariana Martins, Larissa, Klenio, Fernanda, Walleska, Izabel, pela amizade e favores prestados.

À professora Ms. Sandra Alves Fiuza, pelos esclarecimentos teóricos, reflexões e sugestões dadas a esta pesquisa. Também sou grata pela nossa amizade.

Ao Eduardo Warpechowski, pelos diálogos que estabelecemos sobre a pesquisa e pela revisão e diagramação do texto.

Ao Diogo Brito, pelas dicas oferecidas à pesquisa e à Carol, pela amizade e palavras de incentivo sempre.

Aos amigos de longa data, Tadeu, Floriana Silva, Luciana Lemes, Josiane, Maria Helena, Arthur e Anderson.

À minha mãe, irmãs, cunhados e sobrinhos, pelos momentos em família.

Ao Guilherme, pelo companheirismo e auxílio.

À minha pequena Helena, pela docura e carinho com que sempre compreendeu as minhas ausências durante a realização deste trabalho.

Nos salões senhoriais da Sra. Baronêsa de Bonfim grupos elegantíssimos se encantam, com o ambiente arranjado com infinito bom gosto, e, principalmente, com o ar de bondade que irradia da Sra. Baronêsa de Bonfim, figura ilustre de uma ilustre família que habitou todo o “grand monde” carioca ás suas recepções, notáveis pela sua elegância e grande distinção.

G. de A.. *Ilustração Brasileira*, dez 1937.

RESUMO

Nesse trabalho analisamos a atuação de Gilberto Trompowsky em três revistas ilustradas: *Bazar*, *Ilustração Brasileira* e *O Cruzeiro*. Nossa objetivo foi compreender os temas retratados em suas crônicas, as representações elaboradas sobre o gosto burguês e as mudanças e permanências ao longo do tempo em que foram publicadas, considerando as revistas nas quais foram veiculadas. Na *Bazar* (1931-1932), em que desempenhou a função de diretor artístico, Trompowsky colaborou com diversas ilustrações de anúncios publicitário e das capas de revista. Trabalhamos com a hipótese de que nesse periódico é que foi despertado seu interesse pelas crônicas sociais, projeto que retomaria em 1937, na *Ilustração Brasileira*. Nessa segunda revista, assinava com o pseudônimo G. de A. e colaborou mensalmente com a seção “Mundanismo” até 1941. Por fim, em *O Cruzeiro*, durante as décadas de 1940 e 1950, colaborou também com a seção “Mundanismo”, além de outras duas, “Esporte e Elegância” e “O Nome da Semana”. Nessas crônicas sociais, discorria sobre eventos festivos como jantares, casamentos, festas de aniversário, realizações artístico-culturais e comemorações políticas realizadas pelas elites cariocas. Por meio desses textos, verbais e imagéticos, foi possível construir uma versão histórica de Trompowsky e do grupo ao qual pertencia, considerando seus modos de ser, fazer, agir, posição econômica, social e política.

PALAVRAS-CHAVE: História; crônicas sociais; revistas ilustradas.

ABSTRACT

In this study, we analyze Gilberto Trompowsky's work that was published in three illustrated magazines – *Bazar*, *Ilustração Brasileira* and *O Cruzeiro*. We aimed to understand the themes Trompowsky depicted in his chronicles, the elaborate representation of the bourgeois taste and what changed or remained by the time they were published, bearing in mind the magazines. From 1931 to 1932, Trompowsky was the artistic director at *Bazar* and drew several pictures for advertising and the magazine's cover. Our hypothesis is that it was this magazine that aroused Trompowsky interest in social chronicles, which continued in *Ilustração Brasileira*, in 1937, by means of his monthly collaboration with the “Mundanismo” section under the pseudonym G. de A. until 1941. Finally, in *O Cruzeiro* during the 1940's and 1950's, he collaborated with the “Mundanismo” section, as well as with “Esporte e Elegância” and “O Nome da Semana” sections. In those social chronicles, he wrote about parties, such as dinner parties, weddings, birthday parties, artistic and cultural events and political celebrations held by Rio de Janeiro elites. The chronicles, with their words and images, made it possible to create a historical version of Trompowsky and his group, taking account of their ways of being, doing and behaving, as well as their economic, social and political position.

KEYWORDS: History; social chronicles; illustrated magazines.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Fotografia publicada na <i>Bazar</i>	11
Figura 2	Página da seção “De S. Paulo”, publicada nos quatro primeiros exemplares de <i>Bazar</i>	17
Figura 3	Páginas da reportagem “A casa de um artista”.....	18
Figura 4	Páginas apresentando o projeto e construção de Gregori Warchavchik.....	19
Figura 5	Esboços de quartos.....	21
Figura 6	Página da seção “Esporte”. As imagens são de atletas alemãs realizando saltos, uma modalidade esportiva moderna, segundo a <i>Bazar</i>	22
Figura 7	Senhora Roberto Brandão vestindo uma criação de Chanel.	23
Figura 8	Senhora Flavio da Silveira.....	24
Figura 9	Chamada de anúncio da <i>Bazar</i>	25
Figura 10	Antecapa de uma edição da <i>Bazar</i>	26
Figura 11	Quatro anúncios.....	28
Figura 12	Publicidade da modista Julieta.....	28
Figura 13	Ilustração de Gilberto Trompowsky para anúncio da antecapa da contracapa.	29
Figura 14	Ilustração de Gilberto Trompowsky para anúncio do cigarro Ascot.	31
Figura 15	Ilustração de Gilberto Trompowsky para anúncio da Clínica de Beleza do Dr. Pires Rebello.	32
Figura 16	Anúncio publicitário da clínica do Dr. Pires.	32
Figura 17	Ilustração de Gilberto Trompowsky para anúncio do cigarro Tabú.	34
Figura 18	Ilustração de Gilberto Trompowsky para a capa da primeira edição da <i>Bazar</i>	36

Figura 19	Ilustração de Gilberto Trompowsky para a capa da segunda edição da <i>Bazar</i>	37
Figura 20	Ilustração de Gilberto Trompowsky para a capa da quinta edição da <i>Bazar</i>	38
Figura 21	Ilustração de Gilberto Trompowsky para a capa da sétima edição da <i>Bazar</i>	39
Figura 22	Croquis de Gilberto Trompowsky.....	40
Figura 23	Projeto de decoração elaborado por Gilberto Tompowsky para o Baile Montmartrois no Palace Hotel	41
Figura 24	Projeto de decoração elaborado por Gilberto Tompowsky para o Baile Montmartrois no Palace Hotel	41
Figura 25	Croquis para o carnaval.....	42
Figura 26	Informações sobre os croquis das fantasias carnavalescas.....	43
Figura 27	Capa da primeira edição de <i>Bazar</i> , assinada por Gilberto Trompowsky	45
Figura 28	Baile Veneziano.	46
Figura 29	Fotografia dos convidados Sra. Mabel Shaw e Gilberto Trompowsky	47
Figura 30	Fotografias do Baile Veneziano.....	49
Figura 31	Ilustração elaborada por Gilberto Trompowsky para a crônica de Marcos André.	50
Figura 32	Fotografia do baile Veneziano.	51
Figura 33	Detalhe da ilustração de Gilberto Trompowsky.....	52
Figura 34	Detalhe da fotografia do Baile Veneziano.....	52
Figura 35	Detalhe da página 19 da <i>Bazar</i>	54
Figura 36	Página dupla (18 e 19) noticiando os eventos realizados no Teatro Municipal do Rio de Janeiro.	55
Figura 37	Texto e imagens da reportagem “Cock-tail-party”, assinada por Marcos André.	57
Figura 38	Detalhe do texto sobre o evento realizado na residência da pintora Bellá Betim Paes Leme.	58
Figura 39	Crônica social da <i>Bazar</i>	59

Figura 40	Crônica social sobre a exposição de Gilberto Trompowsky, no Palace Hotel.....	60
Figura 41	A seção “Mundanismo”.....	63
Figura 42	Fotografia de Darci Vargas publicada na seção “Mundanismo” (detalhe).....	64
Figura 43	Fotografia da apresentação musical realizada na embaixada americana publicada na seção “Mundanismo” (detalhe).....	65
Figura 44	Seção “De mez a mez”, quando ainda registrava fatos nacionais e internacionais.....	70
Figura 45	Seção “Instantâneos de todo mundo”, com diversas fotografias de fatos internacionais.....	71
Figura 46	Seção “O Rio de hoje e de ha 30 annos”, mostra quatro fotografias da Praça Quinze de Novembro e as transformações ocorridas com o processo de modernização da cidade.....	72
Figura 47	Páginas da seção “Artes e Artistas”.....	73
Figura 48	<i>Maracatu</i> , do artista Gilberto Trompowsky, publicada na <i>Ilustração Brasileira</i>	74
Figura 49	Imagen da seção “Mundanismo”, assinada por Gilberto Tromposwky na revista <i>Ilustração Brasileira</i>	77
Figura 50	Detalhe da ilustração de Tromposwky na seção “Mundanismo”.....	78
Figura 51	Imagen da seção “Mundanismo” dividindo espaço com a matéria <i>Arte Decorativa</i> na revista <i>Ilustração Brasileira</i>	79
Figura 52	Croquis da seção “Mundanismo” publicados na revista <i>Ilustração Brasileira</i>	81
Figura 53	Detalhe da ilustração de Trompowsky representando a artista Olga Mary.....	81
Figura 54	Uma das poucas ocasiões em que Gilberto Trompowsky representou as mulheres em momentos de sociabilidade.....	82
Figura 55	Fotografia da inauguração da décima-segunda exposição de Gilberto Trompowsky.....	83
Figura 56	Imagen da seção “Mundanismo” na revista <i>Ilustração Brasileira</i>	86
Figura 57	Primeira fotografia publicada na seção “Mundanismo”.....	87

Figura 58	Croqui da primeira dama Darcy Vargas.	91
Figura 59	Croqui de Tetrá de Teffé.	92
Figura 60	Croqui de Darcy Vargas.	92
Figura 61	Croqui de Darcy Vargas.	93
Figura 62	Croqui de Darcy Vargas.	94
Figura 63	Darcy Vargas nos croquis de Gilberto Trompowsky.	96
Figura 64	Croqui de Darcy Vargas.	97
Figura 65	Croqui de Darcy Vargas.	97
Figura 66	Fotografia e ilustração dividem espaço na seção “Mundanismo”.	98
Figura 67	Fotografia publicada na seção “Mundanismo”.	98
Figura 68	Reportagem fotográfica mostrando a comemoração do aniversário de Darcy Vargas.	101
Figura 69	Fotografia de Darcy Vargas na ocasião do batizado de seu neto Getulio.	102
Figura 70	Novamente as fotografias foram publicadas na seção “Mundanismo”.	103
Figura 71	Fotografia de Darcy Vargas conversando com convidados no evento de lançamento do espetáculo teatral <i>Joujoux e Balangandans</i>	104
Figura 72	Página da reportagem especial sobre a peça <i>Joujoux e Balangandans</i> , com várias fotografias.	115
Figura 73	Fotografias do quadro “O Baile da Ilha Fiscal” publicadas na <i>Ilustração Brasileira</i>	116
Figura 74	Fotografias do quadro “O baile da Ilha Fiscal” publicadas n’ <i>O Cruzeiro</i>	116
Figura 75	Fotografia publicada na revista <i>Ilustração Brasileira</i>	117
Figura 76	Fotografia publicada na revista <i>O Cruzeiro</i>	117
Figura 77	Ilustração do croqui e fotografia do figurino para a peça <i>Joujoux e Balangandans</i>	118

Figura 78	Ilustração do croqui e fotografia do figurino para a peça <i>Joujoux e Balangandans</i>	118
Figura 79	Seção “Esporte e Elegância” da revista <i>O Cruzeiro</i>	122
Figura 80	Publicação da seção “Esporte e Elegância no Jockey Club”....	125
Figura 81	Anúncio publicitário da loja MC Modas.	128
Figura 82	Anúncio publicitário da loja de calçados Casa do Bastos.	129
Figura 83	Senhoras “Raul e Egberto” no Jockey Club.....	131
Figura 84	Comemoração do dia 15 de novembro na seção “Esporte e Elegância no Jockey Club”.....	133
Figura 85	Seção “Mundanismo” publicada na revista <i>Ilustração Brasileira</i>	137
Figura 86	Seção “Mundanismo” publicada na revista <i>O Cruzeiro</i>	137
Figura 87	Seção “Mundanismo”.....	138
Figura 88	Seção “Mundanismo”.....	142
Figura 89	Publicação da seção “O Nome da Semana”.....	146
Figura 90	Publicação das seções “O Nome da Semana” e “Mundanismo” conjuntamente na revista <i>O Cruzeiro</i>	147
Figura 91	Seção “Mundanismo”, reduzida a um quarto da página.	149

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Quantidade de publicações, por ano, da Seção “Mundanismo” na <i>Ilustração Brasileira</i> entre março de 1937 e julho de 1941. ...	75
Tabela 2	Quantidade de publicações da seção “Esporte e Elegância” na revista <i>O Cruzeiro</i> no período de 1943 a 1950.....	120
Tabela 3	Número de publicações da seção “Mundanismo” na revista <i>O Cruzeiro</i>	145
Tabela 4	Número de publicações das seções “O Nome da Semana” e “Mundanismo” nos anos de 1955 e 1956 na revista <i>O Cruzeiro</i>	150

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I: Gilberto Trompowsky nas páginas da <i>Bazar</i> : de diretor artístico a ilustrador	
1.1 O projeto editorial da revista <i>Bazar</i>	8
1.2 As seções da <i>Bazar</i>	16
1.3 A atuação do artista/ilustrador Gilberto Trompowsky na publicidade da <i>Bazar</i> ..	25
1.4 A atuação artística de Gilberto Trompowsky na <i>Bazar</i> : o ilustrador	35
1.5 “Baile Veneziano”, “Cock-tail-party” e “Mundanismo” – crônicas sociais nas páginas da <i>Bazar</i>	44
CAPÍTULO II: “Mundanismo”: crônicas sociais na revista <i>Ilustração Brasileira</i>	
2.1 A revista <i>Ilustração Brasileira</i>	67
2.2 “Mundanismo” nas páginas da <i>Ilustração Brasileira</i>	75
2.3 Os espaços de circulação das elites cariocas na seção “Mundanismo”	85
2.4 A presença de Darcy Vargas na seção “Mundanismo”	89
CAPÍTULO III: Gilberto Trompowsky: nas páginas da revista <i>O Cruzeiro</i>	
3.1 A revista <i>O Cruzeiro</i>	108
3.2 As primeiras colaborações de Gilberto Trompowsky na <i>O Cruzeiro</i>	112
3.3 “Esporte e Elegância”: a primeira seção de Gilberto Trompowsky n’ <i>O Cruzeiro</i> ..	119
3.4 “Mundanismo”: o retorno de Gilberto Trompowsky às páginas d’ <i>O Cruzeiro</i> ..	136
3.5 Os colunáveis nas notas sociais de Gilberto Trompowsky	143

3.6 “O Nome da Semana”: a última participação de Gilberto Trompowsky em <i>O Cruzeiro</i>	145
CONSIDERAÇÕES FINAIS	153
REFERÊNCIAS	156

INTRODUÇÃO

Filho de Júlia Elizabeth e do Capitão-Tenente da Marinha Affonso de Albuquerque Cavalcanti Livramento, Gilberto Cavalcanti e Livramento Trompowsky, tema desta tese, nasceu em 1908, em Florianópolis, Santa Catarina e faleceu em 1982 no Rio de Janeiro. Conforme informações sobre a trajetória de Júlia Elizabeth¹, tais como viagens realizadas à Europa e sua formação em música clássica, acreditamos que Gilberto Trompowsky descendia de uma família de posses de Santa Catarina. Sobre a sua formação pouco se sabe. Alguns indícios, como os cursos ministrados por ele no “Instituto de Artes” da Universidade do Distrito Federal, juntamente com Fernando Valentim e Georgina de Albuquerque, indicam que circulou e atuou em espaços de educação formal².

Sabemos que passou grande parte de sua vida na cidade do Rio de Janeiro, onde construiu uma trajetória sólida e multifacetada, o que lhe permitiu atuar em diversos campos artísticos. Sendo assim, assumiu, ao longo da sua carreira, várias funções, tais como figurinista, cenógrafo, ilustrador, pintor, decorador e cronista social. Figurinista e cenógrafo elaborou cenários e figurinos para os bailes carnavalescos do Teatro Municipal do Rio de Janeiro e para diversas peças teatrais também aí encenadas. Ilustrador criou vários anúncios publicitários para diversos marcas e produtos. Pintor retratou inúmeras mulheres da elite carioca, pintou painéis decorativos e temas como a fauna e a flora brasileiras. Decorador elaborou o painel decorativo para representar o Brasil na Exposição Universal de Paris em 1937³ e, como cronista social assinou as

¹ Julia Elizabeth foi destaque na seção “O Nome da Semana”, de autoria de Gilberto Trompowsky, publicada na revista *O Cruzeiro*, edição de 29 de dezembro de 1956, páginas 54 e 55. Nessa seção, Trompowsky conferiu destaque a trajetória de sua mãe, comentando sobre suas viagens realizadas para a Europa, a sua formação artística e a sua dedicação religiosa.

² Conforme publicado na revista *Ilustração Brasileira*, edição de maio de 1937, Gilberto Trompowsky, Fernando Valentim e Georgina Albuquerque ministraram as “secções” “Instructores Technicos” e “Formação dos professores secundários de desenho”.

³ A participação de Gilberto Trompowsky na exposição Universal de Paris foi notícia na revista *O Malho*, em 5 de agosto de 1937. A reportagem, intitulada *O Brasil na exposição internacional de Paris*, teceu um pequeno comentário sobre os painéis decorativos elaborados para essa exposição. Juntamente com o texto foram apresentadas três fotografias em que os artistas Gilberto Trompowsky, Fernando Valentim, Júlio Senna e Rubem Cossa estão apresentando os painéis que representariam o Brasil.

seções “Mundanismo”, “Esporte e Elegância” e “O Nome da Semana” em revistas ilustradas, e “Página Mundana” em *O Jornal*.⁴

Embora Gilberto Trompowsky apresente uma trajetória muito eclética, a nossa proposta foi pensar a sua atuação enquanto cronista social na Imprensa Ilustrada carioca. Assim, o tema deste trabalho é analisar as crônicas sociais produzidas por ele, com o interesse de analisar a natureza dessas narrativas, ao longo das décadas de 1930, 1940 e 1950. Do ponto de vista teórico, as nossas reflexões buscaram problematizar a noção de “crônicas floridas”, expressão utilizada para se referir ao trabalho de Gilberto Trompowsky enquanto cronista social por seus críticos e posteriormente aceita pela academia. Por isso, trabalhamos com a compreensão de que, muito mais do que classificar essas crônicas, era preciso compreendê-las ao longo do período em que foram publicadas, reiterando a importância dos lugares de atuação, ou seja, dos grupos editoriais aos quais se vinculou ao longo do período estudado. Dessa forma, visamos compreender os grupos econômicos e sociais privilegiados pelo artista em cada periódico em que atuou e as estratégias de que lançou mão para negociar e legitimar seu trabalho a ponto de ser reconhecido como um artista de projeção nacional.

No âmbito da história do colunismo social no Brasil, há vários trabalhos realizados em diferentes campos dos conhecimentos como a História, o Jornalismo e Comunicação, em comum esses estudos apresentam o mesmo recorte cronológico a partir da década de 1950. Na área do jornalismo, a tese de doutorado de Rogério Martins Souza, *Dos canapés à política: a reinvenção permanente do colunismo como gênero jornalístico*⁵, apresenta Jacinto de Thormes, pseudônimo de Manoel Müller, como um dos pioneiros na produção das crônicas sociais. De acordo com o autor, Jacinto de Thormes inaugurou no Brasil as crônicas com maior inserção de temas políticos e econômicos, abandonando as “descrições de jantares luxuosos”⁶ recorrentes nas crônicas sociais. Nesse estudo, são tomadas para análise as publicações de Jacinto de Thormes no *Diário Carioca*, onde, segundo o autor, ele teria inovado incrementando seriedade, ironia e esnobismo. Vale destacar que durante a pesquisa, realizada em *O*

⁴ Além das revistas ilustradas, Gilberto Trompowsky colaborou também com uma seção chamada de “Página Mundana”, publicada aos domingos no suplemento feminino no periódico *O Jornal*.

⁵ SOUZA, Rogério Martins de. *Dos Canapés à política: a reinvenção permanente do colunismo como gênero jornalístico*. (Tese de Doutorado). Universidade Federal do Rio de Janeiro. UFRJ. Escola de Comunicação – ECO. Rio de Janeiro, 2009.

⁶ SOUZA, *ibidem*, p. 5.

Cruzeiro, revela-se que Jacinto de Thormes não se distanciou muito das crônicas sociais de Gilberto Trompowsky publicadas até então. Nessa revista, de Thormes iniciou seu trabalho em 1956, quando lançou a seção “As mais elegantes do Mundo”. Os temas e as adjetivações utilizadas para se referir a alguma mulher elegante do Rio de Janeiro eram semelhantes aos da seção “Mundanismo”, de Trompowsky. Um dos aspectos que diferenciou o trabalho dos dois cronistas na revista foi o espaço reservado para a publicação, sendo maior o cedido a Jacinto de Thormes.

Os estudos a respeito do colunismo social no Brasil realizados até o momento tomam os trabalhos dos colunistas sociais Jacinto de Thormes e Ibarim Sued como os precursores desse gênero jornalístico. Essa noção pauta-se, entre outros aspectos, por se distanciar das crônicas sociais produzidas durante os anos de 1930 e 1940, período em que Gilberto Trompowsky aparece como o principal representante dessas produções. Foi justamente buscando compreender a construção da adjetivação “cronistas das flores” que o acompanhou. A partir desse fato, o nosso olhar voltou-se para as produções de Trompowsky, cujas crônicas sociais apresentaram algumas características que configuraram o diálogo com questões do seu tempo.

Compreendemos em nosso estudo que as crônicas sociais foram apresentando algumas alterações ao longo de sua trajetória a partir do espaço ocupado em cada revista, dos grupos editoriais a que passou a pertencer, bem como, as relações estabelecidas com os sujeitos privilegiados em cada um deles. Percebemos ainda, que a publicação dessas crônicas sociais contribuiu para construção de uma imagem modelar para as elites brasileiras, divulgando os seus gostos, suas diversões, seu modo de vestir e se portar em um momento de grande circulação e acesso dessas revistas.

Acerca da temática moda, consumo, comportamento e imprensa ilustrada⁷, há uma considerável produção historiográfica, sendo um dos estudos precursores nesse assunto a pesquisa realizada por Ana Maria Maud em 1990, intitulada *Sob o signo da imagem: a produção da fotografia e o controle dos códigos de representação social da classe dominante no Rio de Janeiro, na primeira metade do século XX*. Nesse estudo, a documentação para a pesquisa foi constituída por três revistas: *FonFon*, *O Cruzeiro* e

⁷ São muitos os trabalhos realizados que se dedicam a compreender questões pertinentes às relações entre imprensa, moda, comportamento e consumo no Brasil durante o século XX. Ver: PINSKY, Carla Bassanezi. *Mulheres dos anos dourados*. São Paulo: Contexto, 2014; SANT'ANNA, Mara Rúbia. *Elegância, beleza e poder na sociedade de moda dos anos de 1950 e 1960*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

Careta, nas quais a autora buscou compreender as características das crônicas fotográficas, onde ancorada nas contribuições da semiótica, analisa as fotografias publicadas nessas revistas, interessada em compreender o comportamento da classe burguesa carioca na primeira metade do século XX. Esse trabalho nos ajuda a compreender o quanto tais fotografias além de criar uma representação da classe burguesa, também assumiram a importância na divulgação de novas posturas e comportamentos.

Sobre a relação entre moda e imprensa destacamos a obra *Moda e Modernidade na belle époque carioca*, de Rosane Feijão⁸, na qual a autora discute a importância das revistas ilustradas enquanto espaço de divulgação da moda daquele período e o papel desempenhado por elas na consolidação de um projeto de modernidade, na então capital federal, que passava entre outras coisas pela incorporação de um modo novo de se vestir e uma nova forma de circular nas ruas do Rio de Janeiro. Tais trabalhos contribuem para a compreensão da importância da imprensa ilustrada na divulgação de ideias e instituição de novos costumes sociais.

As relações entre o Estado Novo (1937-1945) e a imprensa foram objeto de vários estudos que buscaram compreender os aspectos de poder e autoritarismo por parte do governo. No caso da *Ilustração Brasileira*, a historiadora Geanne Silva apresentou em sua dissertação de mestrado, *A revista e a propaganda político-cultural do Estado Novo nas páginas da Ilustração Brasileira*, uma análise de como o projeto político cultural do Estado Novo foi impresso nas páginas da revista. De forma minuciosa, a autora apresentou a presença da propaganda política estado novista em diferentes seções da revista, focando sua análise na relação de Getúlio Vargas com a juventude brasileira.

Na busca de ampliar as discussões em torno da relação entre o Estado Novo e a *Ilustração Brasileira*, constatamos que nas suas crônicas sociais nesse periódico, Gilberto Trompowsky também estabeleceu constante relação com as questões políticas do seu tempo vinculadas à ditadura estado novista. Dessa forma, a figura da então primeira dama do Brasil, Darcy Vargas, passou a ganhar maior destaque em suas crônicas, justamente a partir da criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), em 1939.

⁸ FEIJÃO, Rosane. *Moda e modernidade na belle époque carioca*. São Paulo: Estação das Letras, 2011.

Para desenvolver essas questões, focalizamos a atenção em um *corpus* documental formado por fotografias, ilustrações, croquis e crônicas sociais produzidas por Gilberto Trompowsky em três revistas ilustradas, a saber: *Bazar*, *Ilustração Brasileira* e *O Cruzeiro*, cujo critério considerado para a escolha dessas revistas se justifica pelo fato de Trompowsky ter atuado nelas. Parte dessa documentação, como a da revista *Bazar*, compõe o acervo da Casa de Rui Barbosa, no Rio de Janeiro, constante de um conjunto de oito exemplares (setembro de 1931 a janeiro de 1932) que fazem parte da coleção Plínio Doyle e encontra-se em bom estado de conservação⁹. As edições da revista *Ilustração Brasileira* utilizadas nesta pesquisa compõem o acervo físico e digital do Centro de Documentação e Pesquisa em História – CDHIS da Universidade Federal de Uberlândia¹⁰. Esse acervo foi disponibilizado em meio digital em 2013 após o desenvolvimento de vários outros projetos de conservação e preservação da revista. Já as edições da revista *O Cruzeiro* estão disponíveis no acervo da Hemeroteca digital da Biblioteca Nacional. Também foram utilizados alguns jornais, como *O Jornal* e *Diário de Notícias*, pertencentes ao mesmo acervo.

A metodologia desse trabalho tomou a imprensa sob a perspectiva do binômio fonte/objeto¹¹. Considerando esse princípio, as crônicas sociais foram analisadas a partir da sua inserção nas revistas. Nesse sentido, buscamos compreender o grupo editorial que elas pertenciam, quais as principais seções e colaboradores mais frequentes e a que público eram destinadas. Atentamos também o nosso olhar para questões relacionadas à materialidade desses periódicos, a dimensão dessas revistas e a qualidade

⁹ Vale ressaltar que na Biblioteca Nacional constam também cinco exemplares da *Bazar*. Essa revista compõe o acervo de periódicos da BN e foi colocada em relevo por meio do projeto Institucional *Periódicos & Literatura: publicação efêmeras e memórias permanente*, que visa organizar e dar visibilidade a publicações que tiveram uma trajetória curta.

¹⁰ Vários projetos foram realizados desde 2006 com o objetivo de organizar, catalogar e preservar os exemplares da revista *Ilustração Brasileira* que compõem o acervo do Centro de Documentação e Pesquisa em História – CDHIS. Em 2006 foi realizado o projeto de pesquisa de iniciação científica coordenado pela professora Dra. Luciene Lehmkuhl e pela aluna Geanne Silva. De 2009 a 2011, *Documentos para ler e ver: a coleção da revista Ilustração Brasileira no acervo do CDHIS* foi coordenado também pela Dra. Luciene Lehmkuhl. No período de 2001 a 2013, um novo projeto, *Cultura histórica em revista: vendo o passado na Ilustração Brasileira (1935-1945)*, foi coordenado pelo professor Dr. Marcelo Abreu. E por último, de 2014 a 2016, Luciene Lehmkuhl e Florisvaldo Paulo Ribeiro Júnior coordenou outro projeto sob o título *Imagens de arte e ilustrações publicadas na revista Ilustração Brasileira*. Todos os projetos contaram com a participação de alunos da graduação e pós-graduação em História e Artes.

¹¹ A noção do binômio fonte/objeto usado para a imprensa foi pensado pela historiadora Tânia Regina De Luca. Nos estudos dessa autora, a imprensa é pensada enquanto fonte que informa sobre um determinado tema e assunto, mas também ela deverá ser objeto, pois os seus aspectos materiais, como dimensão, papel e diagramação, são elementos que interferem na relação com o público leitor.

gráfica compreendendo que todos esses elementos interferem nos sentidos em que o leitor percebe a publicação.¹²

No diálogo com esses textos tomamos ciência dos principais assuntos abordados, os eventos que ganhavam destaque nas crônicas e quais os nomes mais recorrentes nesses espaços. As fotografias publicadas nessas seções foram pensadas na perspectiva de imagens construídas a partir dos interesses de um determinado grupo editorial. Os croquis e ilustrações foram examinados na relação que estabeleceram com os textos, bem como nas representações forjadas pelo artista a partir dos seus textos e traços. O levantamento dessas informações nos permitiu compreender como as crônicas de Gilberto Trompowsky apresentaram permanências e rupturas ao longo da sua produção, pois, com cada um dos periódicos por onde passou, estabeleceu uma relação diferente.

A narrativa deste trabalho foi organizada em três capítulos. No primeiro, é analisada a atuação de Gilberto Trompowsky na revista *Bazar* (1931 -1932), seguindo a hipótese de que, nesse espaço onde desempenhou a função de diretor artístico, ele teria estabelecido contatos com outros cronistas sociais, o que teria despertado nele o interesse por esse gênero jornalístico. Nessa mesma revista, o cargo de diretor artístico lhe conferiu maior poder de decisão e ele soube fazer bom uso dessa autonomia, contribuindo com as ilustrações das capas da revista e dos anúncios publicitários. Na *Bazar*, também divulgou seus trabalhos como figurinista e cenógrafo, além de ter visibilidade nas crônicas sociais.

No segundo capítulo, a proposta foi compreender a atuação de Gilberto Trompowsky na revista *Ilustração Brasileira*, na qual colaborou com a seção “Mundanismo” entre os anos de 1937 a 1941. Nessa seção, informava por quais espaços circulavam as elites política e econômica daquele período, o que nos permitiu compreender a relação entre as crônicas sociais e o Estado Novo. Percebe-se, a partir da figura de Darcy Vargas, então primeira dama do Brasil, como a seção “Mundanismo” estabeleceu um diálogo com as questões políticas do Estado Novo.

¹² Sobre a relação entre materialidade das obras e produção de sentidos, nos apoiamos nas considerações de Roger Chartier: “Contra uma definição puramente semântica do texto, é preciso considerar que as formas produzem sentido, e que um texto estável na sua literalidade investe-se de uma significação e de um estatuto inéditos quando mudam os dispositivos do objeto tipográfico que o propõem à leitura”. CHARTIER, Roger. O mundo como representação. *Revista Estudos Avançados*, v. 5, n. 11, abr. 1991, p. 178.

Darcy Vargas, nessa seção, ao longo do período em que foi representada, foi ganhando mais destaque, tanto pessoalmente quanto – e isso coincide com a criação do DIP – em relação a suas ações sociais filantrópicas.

No terceiro capítulo, a análise focou a atuação de Gilberto Trompowsky na revista *O Cruzeiro*, do Grupo dos *Diários Associados*. Nesse periódico, ele colaborou ao longo das décadas de 1940 e 1950 com três seções: “Esporte e Elegância no Jockey”, “Mundanismo” e “O Nome da Semana”. Foram objetos de estudo as seções “Esporte e Elegância” e “Mundanismo”, por atender melhor os nossos objetivos em compreender as crônicas sociais por ele produzidas. Dessa maneira, destacamos a sua trajetória dentro da revista, os principais eventos que eram notícias em suas crônicas e os sujeitos que nela ganhavam notoriedade. Percebemos ainda, que a vinculação de Gilberto Trompowsky em *O Cruzeiro* contribuiu para algumas alterações e permanências na seção “Mundanismo”, se comparada com a mesma seção publicada na revista *Ilustração Brasileira*.

* * *

CAPÍTULO I

Gilberto Trompowsky nas páginas da *Bazar*: de diretor artístico a ilustrador

1.1 O projeto editorial da revista *Bazar*

Neste capítulo é analisada a inserção de Gilberto Trompowsky na revista *Bazar*, na qual atuou como diretor artístico. Serão abordadas tanto sua participação na revista como as relações estabelecidas com outros jornalistas que provavelmente colaboraram para os caminhos que ele percorreu na imprensa ilustrada enquanto cronista social.

A revista ilustrada *Bazar* circulou na cidade do Rio de Janeiro nos anos de 1930 e hoje compõe o acervo da Biblioteca Nacional. Organizada e arquivada no setor de periódicos, essa revista foi colocada em relevo por meio de um projeto institucional intitulado “Periódicos & literatura: publicações efêmeras, memória permanente”¹. Esse projeto, desenvolvido por servidores da Biblioteca Nacional (BN), tem por objetivo organizar e dar visibilidade a publicações efêmeras. Os periódicos foram selecionados, catalogados e disponibilizados para pesquisa. Nesse acervo encontram-se cinco volumes da revista *Bazar*, disponibilizados para consultas e leituras na Biblioteca Nacional.

Oito volumes da revista, incluindo os cinco que estão disponíveis na BN, compõem também o acervo da Fundação Casa de Rui Barbosa, coleção composta de exemplares que datam de setembro de 1931 a janeiro de 1932, parte da coleção Plínio Doyle, e encontram-se em bom estado de conservação.

O primeiro exemplar de *Bazar* foi publicado em 17 de setembro de 1931. Sobre o seu lançamento, o jornal *Correio da Manhã*² do dia 29 de agosto de 1931 publicou uma reportagem intitulada “O próximo apparecimento de ‘Bazar’”. A matéria informava o que seria essa nova publicação, a partir de uma “palestra” proferida por um dos seus diretores, Edmundo Lys, ao correspondente do jornal. De acordo com o jornal, o magazine, conforme o grupo denominava essa publicação, era aguardado por todos com muito interesse, pois

¹ Este projeto foi desenvolvido por servidores da Biblioteca Nacional e tem o objetivo de organizar e selecionar periódicos que fazem parte do acervo da Biblioteca Nacional que ainda não tinham sido disponibilizados para pesquisa.

² *Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, 29 ago. 1931, p. 7.

... há muitos dias já, desde que na fachada do edifício de “O Jornal” as velas entumecidas do gaz-neon marcaram em verde a palavra “Bazar”, toda a cidade vive da curiosidade por essa revista também anunciada por alguns cartazes de Gilberto Trompowsky [...] e prometida como um acontecimento artístico, intelectual e mundano.³

Tudo indica que houve um investimento em publicidade em torno do lançamento da revista, com cartazes e faixas espalhados pela cidade, o que teria, segundo o jornal, despertado curiosidade e expectativa na sociedade carioca pela publicação. Foram recorrentes também em alguns jornais do período anúncios publicitários informando sobre o lançamento da *Bazar*.

Ainda na mesma matéria, Edmundo Lys salienta que o projeto de criação de “Bazar nasceu num cook-tail” no Palace Hotel. Ele, juntamente com um grupo de amigos, em conversa, consideraram a possibilidade de criar uma revista que pudesse transitar entre o *Jornal das Moças*⁴ e *A Ordem*. Dessa forma, a *Bazar* foi idealizada por uma elite intelectual e voltada para uma elite intelectual e financeira, e buscou distanciar-se das revistas de grande circulação e de caráter mais popular como as duas mencionadas.

As revistas são compreendidas como veículo de ideias e de intervenção no espaço público e trazem em seu bojo disputas em torno de interpretações de um determinado tempo, sejam elas políticas, estéticas ou artístico-culturais. Dessa forma, *Bazar* é entendida como um produto artístico-cultural que se insere num debate com as demais publicações do período, disputando um lugar e uma identidade de destaque na imprensa brasileira.

Sobre esse lugar em que a *Bazar* deseja se firmar no circuito da imprensa ilustrada, foi publicada uma reportagem em *O Cruzeiro*, que afirmava:

Bazar é a primeira tentativa em grande escala que se faz entre nós para dotar a imprensa nacional de uma revista que risque do seu programa o cinema, a caricatura política e a colaboração primacial do repórter fotográfico, que se destine, enfim, altivamente, a não ser popular.⁵

³ *Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, 29 ago. 1931, p 3.

⁴ Pertencente ao gênero das revistas ilustradas, o *Jornal das Moças* era publicada semanalmente na cidade do Rio de Janeiro pela Editora Jornal das Moças Ltda. Ficou em circulação entre maio de 1914 a dezembro de 1961 e era voltada, obviamente, para o público feminino.

⁵ *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, ano III, n. 45, set. 1931, p. 44.

Nesses dizeres, fica explícito o interesse do grupo editorial da *Bazar* de se constituir enquanto um periódico voltado para o gosto burguês. Para tanto, buscava distanciar-se de temas comuns em periódicos da época, como o cinema. Provavelmente, para os editores da *Bazar*, o cinema não era considerado arte, mas, sim, um “produto” industrial, portanto não ganharia as páginas da *Bazar*, visto que ela era uma publicação de arte e literatura, como os seus editores a definiam.

Bazar também se opunha ao espaço que os “repórteres fotográficos” vinham conquistando nas revistas ilustradas, como ocorreu no caso da revista *O Cruzeiro*. Nesse periódico, um dos pioneiros a lançar mão do fotojornalismo, as fotografias em grande dimensão e instantâneas ganharam espaço privilegiado nas publicações.

Na tentativa de se opor a essa tendência do “repórter fotográfico”, *Bazar* utilizou um número reduzido de fotografias, que eram, na sua maioria, fotos posadas e, em alguns casos, feitas em estúdio. Provavelmente a fotografia posada e em estúdio era compreendida pelos editores da *Bazar* como obra de arte, pois nesse processo o fotógrafo intervinha mais no processo de registro das imagens.

Muitas das fotografias publicadas na revista apresentam semelhanças com os retratos artísticos da virada do século XIX para o XX (Figura 1), período em que os fotógrafos-artistas buscavam representar uma pessoa de importância na sociedade colocando em evidência suas qualidades, funções e prestígio.⁶

Ainda sobre o projeto da *Bazar*, Edmundo Lys, em entrevista publicada na revista *O Cruzeiro*, diz:

uma revista literária que fosse o celebre..... da vida carioca, sem caricaturas de Angelo Agostini e de seus discípulos há meio século tomando espaço por ali. Uma publicação para as expressões urbanas mais elegantes, mais frívolas, mais bem vestidas⁷

De acordo com Edmundo Lys, *Bazar* buscava distanciar-se dos traços do italiano, naturalizado brasileiro, Ângelo Agostini. Fundador da *Revista Ilustrada* (1876-1889)⁸, Agostini materializava o seu tom crítico e sarcástico nas páginas da revista, defendendo

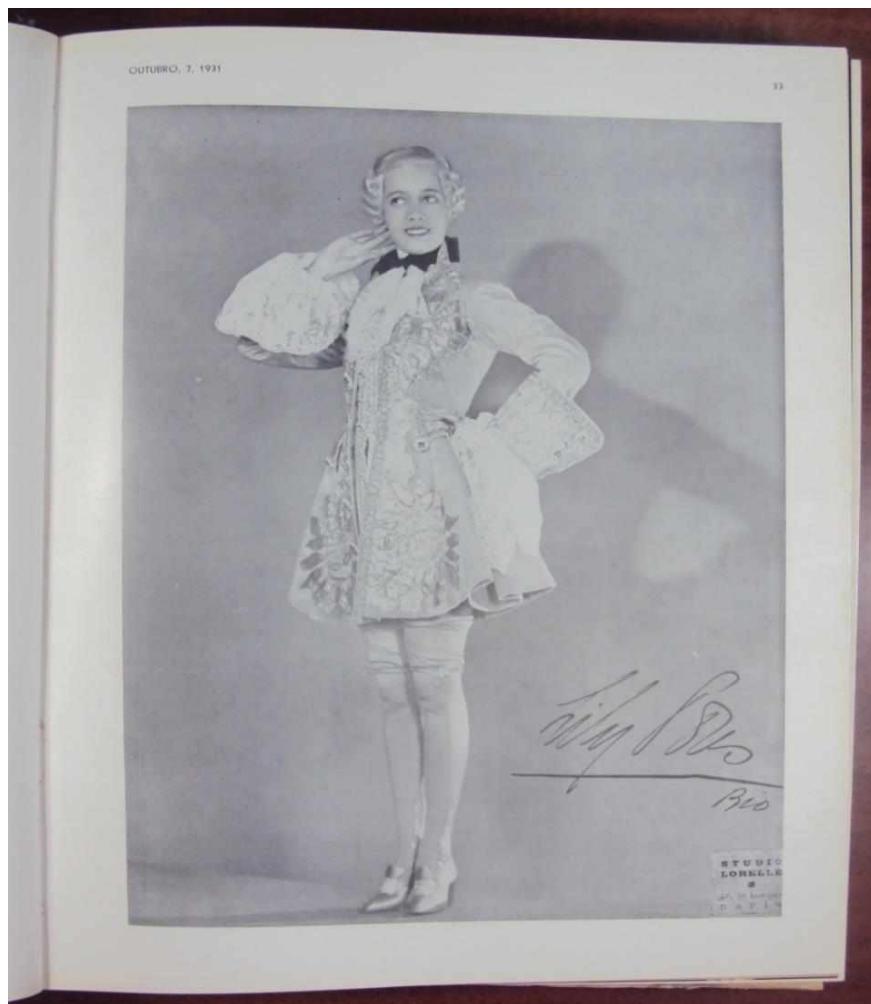
⁶ BORGES, Maria Eliza Linhares. *História & fotografia*. Belo Horizonte: Autêntica, 2011, p. 44.

⁷ *Idem*.

⁸ Vale destacar que Ângelo Agostini, antes de fundar a *Revista Ilustrada*, publicou dois periódicos, *Diabo Coxo* (1864-1865) e *Cabrião* (1866-1867), ambos em São Paulo, e ainda textos e caricaturas nos periódicos *Mosquito* e *Vida Fluminense*.

seus ideais liberais, como a emancipação dos escravos, a república e o desenvolvimento da indústria⁹.

Figura 1: Fotografia publicada na *Bazar*.



Fonte: *Bazar*, segunda edição, 7 out. 1931.

Na tentativa de se opor a Ângelo Agostini e seus “discípulos”, *Bazar* coloca em relevo os feitos da elite carioca, os seus espaços de circulação, os acontecimentos marcantes “entre o grill-room do Copacabana e o foyer do Municipal, os poemas e as chronicas, os desenhos dos artistas novos...”¹⁰.

⁹ SANT'ANNA. Benedita de Cássia Lima. *D'O Brasil Ilustrado (1855-1856) à Revista Ilustrada (1876-1989) - Trajetória da imprensa periódica literária ilustrada fluminense*. Jundiaí: Paco Editorial, 2011, p. 212.

¹⁰ *Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, 29 ago. 1931, p. 3.

Dessa forma, a revista *Bazar* projetava um lugar de destaque na imprensa nacional, colocando-se como um projeto editorial que destoava das demais publicações do período. Conforme matéria publicada no dia de seu lançamento, era voltada para os “aristocratas do pensamento”¹¹, ou seja, destinava-se a uma elite intelectual/artística e financeira e se propunha a colocar em relevo a “ostentação variada de todos os aspectos da vida mundana, intelectual e artística do Rio¹²”. Tudo indica que foi pensada como um espaço para divulgar e reafirmar valores e gostos burgueses dessas elites intelectual e artística.

Dessa forma, *Bazar* era uma revista artística e literária que abordava temas como artes, arquitetura, decoração, esportes, literatura (poemas, crônicas e romances) e um grande número de crônicas sociais. Era impressa na cidade do Rio de Janeiro, nas oficinas d’*O Cruzeiro*, e sua capa era confeccionada e impressa por Litho Typografia Fluminense. Com a dimensão de 24cm x 30cm, sua capa era confeccionada em papel pardo e o miolo, em papel couché, materialidade que lhe conferia uma qualidade gráfica que a diferenciava das demais publicações do período.

Bazar era publicada quinzenalmente, à exceção do mês de dezembro de 1931, que contou com apenas uma publicação especial de Natal, e poderia ser adquirida por meio de assinatura anual ou por venda avulsa de seus exemplares. Cada publicação custava inicialmente 5\$000 e os números atrasados poderiam ser adquiridos por 10\$000.

A partir da edição de dezembro de 1931, esse valor diminuiu, passando ela a custar o equivalente a 3\$000. Sobre a redução do valor, da revista lançou uma nota com os seguintes dizeres:

Após a tiragem de seu serio numero, “Bazar” pôde tirar uma série de providencias tendentes a, de qualquer fórmula, retribuir o apoio e o prestígio que o público e o alto comercio do Brasil e estrangeiro nos tem positivado desvanecedoramente. Entre tais providências ressalta a diminuição do preço de venda avulsa e de assinaturas as quais daqui em diante pela seguinte tabela: Número avulso – 3\$000, Atrasado – 5\$000 e Assinatura anual – 70\$000.¹³

De acordo com a nota, o valor da revista sofreu diminuição em função do sucesso de vendas e também graças ao “alto comercio do Brasil e estrangeiro”, provavelmente uma referência aos anunciantes na revista. Conforme os editores, a

¹¹ *O Jornal*. Rio de Janeiro, 17 set. 1931, p. 2.

¹² *Idem*.

¹³ *Bazar*. Rio de Janeiro, ano I, n. 6, dez. 1931, p. 65.

diminuição no preço não traria prejuízos à qualidade da impressão, algo que foi mantido nas demais publicações de janeiro de 1932.

Acreditamos que provavelmente a redução do preço da revista ocorreu justamente para aumentar as suas vendas. Para se ter uma ideia do alto custo da *Bazar*, tomamos como exemplo o valor de outras revistas publicadas no período. Uma delas, o quinzenário *Jornal das Moças*, de que *Bazar* buscava se distanciar, custava 1\$000, e o semanário *O Cruzeiro*, 1\$500. Tomando como referência o valor inicial da *Bazar*, 5\$000, e as demais publicações *Jornal das Moças* e *O Cruzeiro*, aquela chegava custar cinco vezes mais do que o *Jornal das Moças* e mais de três vezes do que *O Cruzeiro*.

Seu custo elevado estava provavelmente associado à qualidade gráfica, como o papel couché (utilizado no miolo), as capas todas ilustradas e coloridas, além de as ilustrações no interior da revista também serem reproduzidas em cores. Isso contribuía para que tivesse um valor mais alto comparada a outras revistas do mesmo período. O valor também selecionava o público leitor, que precisaria ter um poder aquisitivo mais elevado.

Seus exemplares tinham em média 47 páginas, à exceção da edição de dezembro de 1931, que teve 78 páginas. A direção do periódico estava sob o comando dos jornalistas Victor Carvalho, Miguel Barrozo do Amaral e Sérgio Miranda, a direção artística a cargo de Gilberto Trompowsky, e o jornalista e poeta Edmundo Lys¹⁴ assumiu a função de diretor secretário.

O diretor Victor Carvalho circulava em outros periódicos, atuando como colaborador do jornal *Diário da Noite* com a coluna *No municipal*, espaço reservado para noticiar os eventos ocorridos no Teatro Municipal durante os anos de 1930. No mesmo periódico, assinava outra coluna com o nome *Bazar* sob o pseudônimo de Marcos André. Nesse espaço, comentava sobre os eventos festivos realizados nas noites cariocas, ressaltando os nomes das pessoas presentes e tecendo comentários sobre o evento, uma espécie de crônica social.¹⁵

Além desses dois jornais em que Victor Carvalho atuava, ele também tinha uma seção na revista *O Cruzeiro* intitulada “Pêle-Mêle Rio”. Nessa seção, Marcos André, como

¹⁴ O nome Edmundo Lys foi o pseudônimo adotado pelo jornalista e poeta Antônio Gabriel de Barros Valle. Juntamente com o caricaturista Angelo Biggi criou, na cidade mineira de Juiz de Fora, uma revista chamada *Silhueta*.

¹⁵ *O Jornal*. Rio de Janeiro, 2 maio 1930, p. 3.

ele assinava, falava dos eventos festivos promovidos e frequentados pela elite política e intelectual do Rio de Janeiro. Vale destacar que a revista *O Cruzeiro* e *O Jornal* pertenciam à empresa Diários Associados, de Assis Chateaubriand¹⁶, proprietário também do *Diário da Noite*. Ambos os jornalistas mantiveram vínculos nas empresas de Chateaubriand concomitantemente à atuação na *Bazar*.

Conforme a historiadora Tânia Regina De Luca, a colaboração simultânea em vários periódicos era uma prática comum no meio editorial durante a década de 1930. Isso é apresentado pela autora em seu estudo sobre a *Revista do Brasil* (3^a fase), ao analisar a circulação dos colaboradores da revista, chamando a atenção para alguns nomes como Austresérgilo de Athayde, Barreto Leite Filho e Valdemar Cavalcanti, que publicavam na *Revista do Brasil* e em outros periódicos do grupo *Diários Associados*.¹⁷

A revista *Bazar* tinha um comitê de colaboradores permanentes, formado por Alvaro Moreira, pela artista plástica Bellá B. Paes Leme¹⁸, Fellipe d'Oliveira, Francis de Croisset, Guilherme de Almeida, Henrique Pongetti, Lúcio Costa, Olegário Mariano, Ribeiro Couto, Manoel Bandeira, Sylvia de Bettencourt, Negra Bernardez Müller e Peregrino Junior, e se manteve inalterado até janeiro de 1932.

Muitos desses nomes desfrutavam de prestígio no meio artístico e intelectual do período, como o bacharel em direito e jornalista Guilherme de Almeida. Com uma vasta produção, como poesias, traduções, prosa e ensaios, ele também havia participado de outros projetos editoriais, como o da *Klaxon, mensário de arte moderna*, publicado na *Revista do Brasil* no período de maio de 1922 a janeiro de 1923¹⁹. Além de *Klaxon*, Guilherme de Almeida também colaborou com a revista carioca *Estética*, publicada entre setembro de 1924 e junho de 1925. Manoel Bandeira também foi outro artista de

¹⁶ Chateaubriand foi proprietário do maior império de comunicação da América Latina. Além dos jornais e revistas, Chatô, como ficou conhecido, controlava também emissoras de Televisão e rádio. Homem de prestígio na sociedade brasileira, tinha “alavancas” e soube negociar e articular os seus interesses com o governo, empresários e banqueiros, utilizando sua cadeia de revistas e jornais para favorecer amigos e interesses pessoais e prejudicar os seus desafetos pessoais e políticos.

¹⁷ DE LUCA, Tânia Regina. *Leituras, projetos e (Re)vistas(a) do Brasil (1916 – 1944)*. São Paulo: Editora Unesp, 2011, p. 205.

¹⁸ Izabel Betim Paes Leme estudou artes plásticas na Escola de Belas Artes, onde se formou em 1927. Frequentou também o curso de pintura oferecido por Pedro Correia de Araújo no Rio de Janeiro e, na França, estudou no Ateliê de André Lhote em 1936. Bellá, como ficou conhecida, consagrou sua carreira artística atuando na elaboração de cenário e figurino a partir de 1940.

¹⁹ Para mais informações sobre o *Klaxon, mensário de arte moderna*, ver: DE LUCA, *op. cit.*

renome nacional que colaborou com a revista *Bazar*. Crítico de arte, o poeta também atuou em outras revistas, como *Movimento Brasileiro* e *Estética*, durante a década de 1920.

Na primeira edição da *Bazar*, as ilustrações foram elaboradas quase que exclusivamente pelo então diretor artístico da revista, Gilberto Trompowsky. A partir da segunda edição, além de Gilberto Trompowsky, *Bazar* contou com a colaboração de outros artistas, como Cândido Portinari, Raul Pedroza, Olga Mary, Navarro da Costa, Lula, Ismael Nerry, Anita Mafalti, Joanita Blank e Guevara, tanto para ilustrações no corpo da revista quanto para ilustrações das capas²⁰.

Nos acervos pesquisados não consta nenhuma informação sobre o período de circulação da revista *Bazar*. Algumas pistas sobre sua trajetória aparecem no periódico *O Jornal*²¹, na edição de 3 de abril de 1932. De acordo com o jornalista Peregrino Júnior, algumas revistas ilustradas estrangeiras, como *Vogue* e *Hermes*, eram sinônimos de elegância e refinamento. Ainda na avaliação de Peregrino, no Brasil não havia publicações concorrentes delas, pois as revistas brasileiras “não prestavam”; no entanto ressaltou que a “Bazar era uma revista brasileira e nem por isso deixou de ser uma tentativa interessante”²².

Nessas palavras, Peregrino Júnior dá pistas do curto período de circulação da revista *Bazar*. Isso porque, ao mencioná-la, em abril de 1932, estava se referindo a um periódico que havia saído de circulação. Tomando como referência a data da primeira edição (setembro de 1931) e a matéria publicada em abril de 1932, provavelmente a *Bazar* foi publicada aproximadamente por seis meses.

²⁰ Das oito edições da revista *Bazar* consultados para essa tese, quatro delas tiveram suas capas ilustradas por Gilberto Trompowsky. Além dele, outros artistas nacionais e internacionais também colaboraram com as capas da revista. Um deles foi Paul Colin (1892-1985), artista francês que trabalhou aproximadamente por quatro décadas produzindo cartazes para teatro, cenários e figurinos, com forte relação com a *art déco*. Vale ressaltar que a capa da revista *Bazar* de 21 de outubro de 1931 é uma reprodução do cartaz da peça *Shanghai* de John Colton. Outro artista que ilustrou capa para a revista *Bazar* foi Lula, o nome adotado pelo artista pernambucano Luiz Gonzaga Cardoso Ayres (1910-1987). Sua formação iniciou-se aos 12 anos de idade, auxiliando o alemão Heimrich Moser em seu ateliê em Recife. Frequentou informalmente a Escola Nacional de Belas Artes no Rio de Janeiro, além de ser aluno de desenho e pintura de Carlos Chambelland. Durante a sua carreira atuou em diversas frentes de trabalho como cenografia, pintura de painéis e caricaturista/ilustrador da revista *Para Todos*. Além da capa elaborada para a *Bazar*, Lula também ilustrou textos da revista, como na edição de dezembro de 1931, e teve uma tricromia publicada na edição de janeiro de 1932. Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa10279/lula-cardoso-ayres>. Acesso em 27/01/2017.

²¹ *O Jornal*. Rio de Janeiro, 3 abr. 1932.

²² *Idem*, p. 5.

Não se sabe ao certo que motivos contribuíram para o encerramento da *Bazar*, mas pode-se aventar algumas hipóteses, como dificuldades econômicas para manter a publicação em função do alto custo da revista, ou desavenças e/ou posições divergentes entre membros do grupo editorial, o que poderia ter levado ao rompimento. Ainda a ser considerada é a conjuntura no pós-30, quando o Estado passou a se aproximar mais da elite letrada, absorvendo-a em várias frentes de trabalho do setor público.²³

Sobre a longevidade das revistas ilustradas no Brasil no século XX, Tânia De Luca salienta que, até o início dos anos de 1930, era comum a trajetória de revistas não ultrapassar o número de seis edições²⁴. De acordo com a autora, os mensários e quinzenários que apresentaram uma curta duração foram *Verde, Revista de Antropofagia, Festa, Movimento Brasileiro, Dom Casmurro, Cultura Política*. A revista *Nova* foi um dos poucos periódicos que conseguiu ser publicado durante pouco mais de um ano.

De acordo com De Luca, para compreender esse processo de “progressivo esmaecimento da sincronia entre fundação/desaparecimento/fundação de periódicos literários e/ou culturais”²⁵, é preciso analisar concretamente cada publicação, atentando para questões como grupo editorial do periódico, materialidade e conteúdo publicado.

De Luca também chama atenção para o debate estabelecido por essas publicações em torno do moderno, considerando desde a publicação de *Klaxon* (1922) à *Revista Nova* (março de 1931 a dezembro de 1933). Justamente no período de circulação da *Revista Nova* é que a *Bazar* foi lançada, propondo-se a ser uma publicação moderna e voltada para um público específico, a elite.

1.2 As seções da *Bazar*

As seções de *Bazar* não eram fixas. Houve algumas que permaneceram em mais de uma edição de forma contínua, mas outras mudavam a cada publicação. Houve também seções que apareceram apenas uma vez em todas as edições.

Uma das seções recorrentes na *Bazar* foi “De S. Paulo”, que estabelecia a interlocução da capital carioca com a província de São Paulo. Os textos apresentavam a cidade de São Paulo de uma maneira bem positiva e grandiosa. Juntamente com eles,

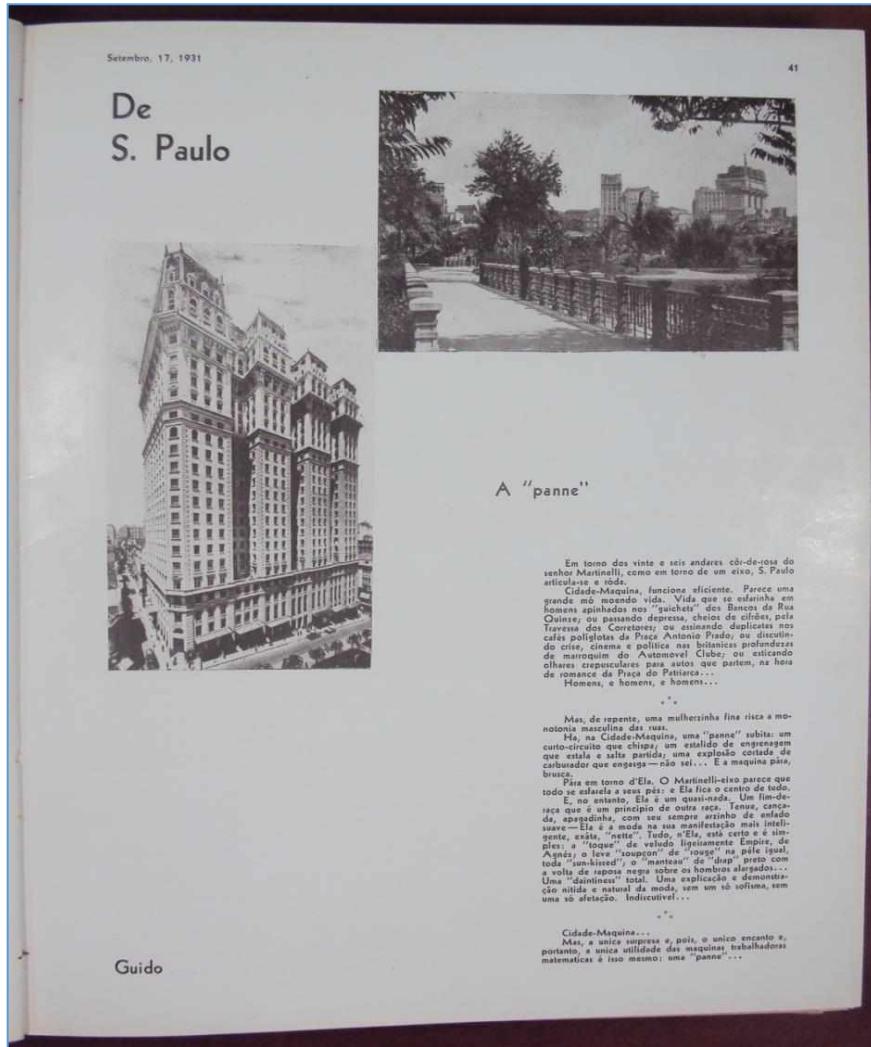
²³ MICELLI, Sergio. *Intelectuais à brasileira*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001, p. 209.

²⁴ DE LUCA, *op. cit.*, p. 104.

²⁵ DE LUCA, *op. cit.*, p. 71.

eram publicadas fotografias da cidade que dialogavam com as informações textuais. O correspondente de São Paulo para o magazine *Bazar* era Guilherme de Almeida, que assinava, com o pseudônimo Guido, textos que versavam de maneira poética sobre o cotidiano da cidade, seus monumentos e espaços públicos.

Figura 2: Página da seção “De S. Paulo”, publicada nos quatro primeiros exemplares de *Bazar*.



Fonte: *Bazar*, 17 set. 1931.

O interior das residências também se estampava nas páginas de *Bazar*. Embora sem um título comum em todos os exemplares, pelo conteúdo se pode perceber que a decoração de interiores era um assunto recorrente na revista. Na edição de 7 de outubro de 1931, sob o título “A casa de um artista”, a narrativa conduz o leitor pelos cômodos

da residência do arquiteto Fernando Valentim, surpreendendo-o com a decoração e os objetos dispostos na casa, como no trecho a seguir: “Um grande tapete persa. Dois candelabros de ferro batido. Mais duas cortinas pesadas de veludo grená, uma para o vestuário, outra para o elevador que nos faz subir ao nível da casa lá no alto”.²⁶

Além do espaço da casa, a reportagem também faz referência à formação de Valentim na Escola de Belas Artes e a seu talento como arquiteto. Ainda destaca o seu anonimato, mas profetiza que será no futuro um dos maiores arquitetos do Brasil. Fernando Valentim, durante a sua carreira nos anos de 1930, 1940 e 1950, estabeleceu várias parcerias com Gilberto Trompowsky na realização de projetos decorativos para o Teatro Municipal e peças teatrais.

Figura 3: Páginas da reportagem “A casa de um artista”.



Fonte: *Bazar*, 7 out. 1931.

²⁶ Bazar. Rio de Janeiro, ano I, n. 2, out. 1931, p. 37.

Figura 4: Páginas apresentando o projeto e construção de Gregori Warchavchik.



Fonte: *Bazar*, 4 nov. 1931.

As duas páginas dedicadas a narrar o interior da casa de Valentim também eram compostas de imagens. No total foram publicadas três fotografias de dimensões variadas, o que permitia ao leitor complementar a sua leitura com a visualidade do espaço narrado.

Tal reportagem aponta para uma questão da classe social que a revista *Bazar* privilegiava, ou seja, uma elite intelectual/econômica, o que não era identificado apenas no nível físico, mas também em valores como refinamento e elegância, típicos da classe burguesa. Alguns elementos como o lustre e o candelabro retomam uma tradição europeia, no entanto os traços arquitetônicos remetem à modernidade: traços retos, espaços com poucos móveis, mas de destaque. Dessa forma, compreendemos que essa elite transitava entre o luxo e signos de uma tradição e a modernidade.

Um simples título, juntamente com várias imagens publicadas na edição de 4 de novembro, também traz à tona o ambiente doméstico a partir do projeto arquitetônico

de Gregori Warchavchik. Os ambientes fotografados colocam em relevo as referências na organização de espaço e decoração para o público consumidor.

Na edição de 21 de outubro, *Bazar* anuncia a participação de um novo colaborador da revista chamado Patrick, com uma série de artigos sobre o “gosto-de-morar”. Nesse primeiro texto, Patrick fala das limitações do trabalho do arquiteto pelas imposições que os clientes faziam no momento de executar seus projetos. Para Patrick os arquitetos têm em raras ocasiões liberdade de expressar suas ideias. Tece consideração sobre o trabalho do arquiteto moderno, que, segundo ele, é um “...homem prático que não vai encarecer a sua obra com anjinhos e molduras e pensa que uma sala bem proporcionada e arejada é o ideal.”²⁷ Patrick prossegue salientando que uma casa moderna é aquela funcional e simples, que se distancie dos rebuscamientos e das “colunas retorcidas”.

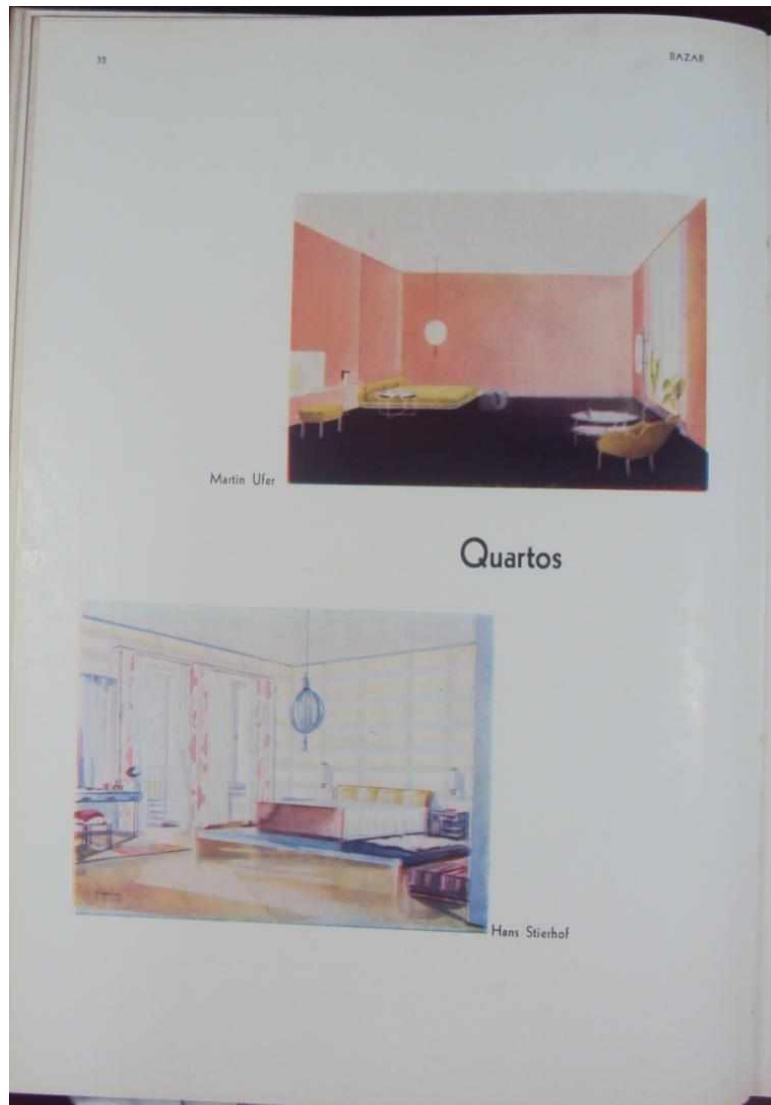
Patrick opina também sobre a decoração dos quartos, que, na grande maioria, são sobrecarregados de ornamentos, como no século XVIII, o que dificultaria a higienização e organização do espaço, visto que naquele período os preceitos higienistas eram pouco considerados. Os quartos mencionados por Patrick são representados em imagens ao lado do texto (Figura 5). A imagem na parte superior da página seria representativa do quarto moderno, de acordo com Patrick. Ambas trazem ambientes limpos, desprovidos de ornamentos em excesso, funcionais, claros, a luz entra pela janela e inunda os ambientes.

A partir das colocações de Patrick, podemos dizer que a revista buscava divulgar e formar gostos e padrões de comportamento compreendidos como modernos. Na concepção do colaborador da revista, uma construção moderna era aquela que aglutinava três elementos: “economia, conforto e o máximo de durabilidade”²⁸, e ainda deveria se distanciar de elementos de outros tempos, como o rebuscamento e os ornamentos. Estes elementos apontam para o papel da revista na construção de um gosto burguês, da elite brasileira que valorizava a exclusividade e a elegância.

²⁷ *Bazar. Rio de Janeiro*, ano I, n. 2, out. de 1931, p. 33.

²⁸ *Idem*.

Figura 5: Esboços de quartos.



Fonte: *Bazar*, 21 out. 1931.

O esporte também fazia parte das seções de *Bazar* a partir da segunda edição. Nesse espaço, privilegiavam-se imagens e textos sobre diferentes modalidades esportivas consideradas modernas. A seção dava destaque para eventos variados, como competições oficiais, ou pessoas comuns realizando alguma atividade esportiva, o que reafirma o caráter de destaque social da revista.

No decorrer da trajetória de *Bazar*, essa seção foi reconfigurada e passou a publicar uma reportagem sobre esporte sem mencionar o tema no título, como ocorreu nas edições anteriores. Mesmo com essas reformulações, as imagens ainda eram os

grandes destaques. As modalidades esportivas que nela apareceram com mais frequência foram ginástica, golf e canoagem.

Figura 6: Página da seção “Esporte”. As imagens são de atletas alemãs realizando saltos, uma modalidade esportiva moderna, segundo a *Bazar*.



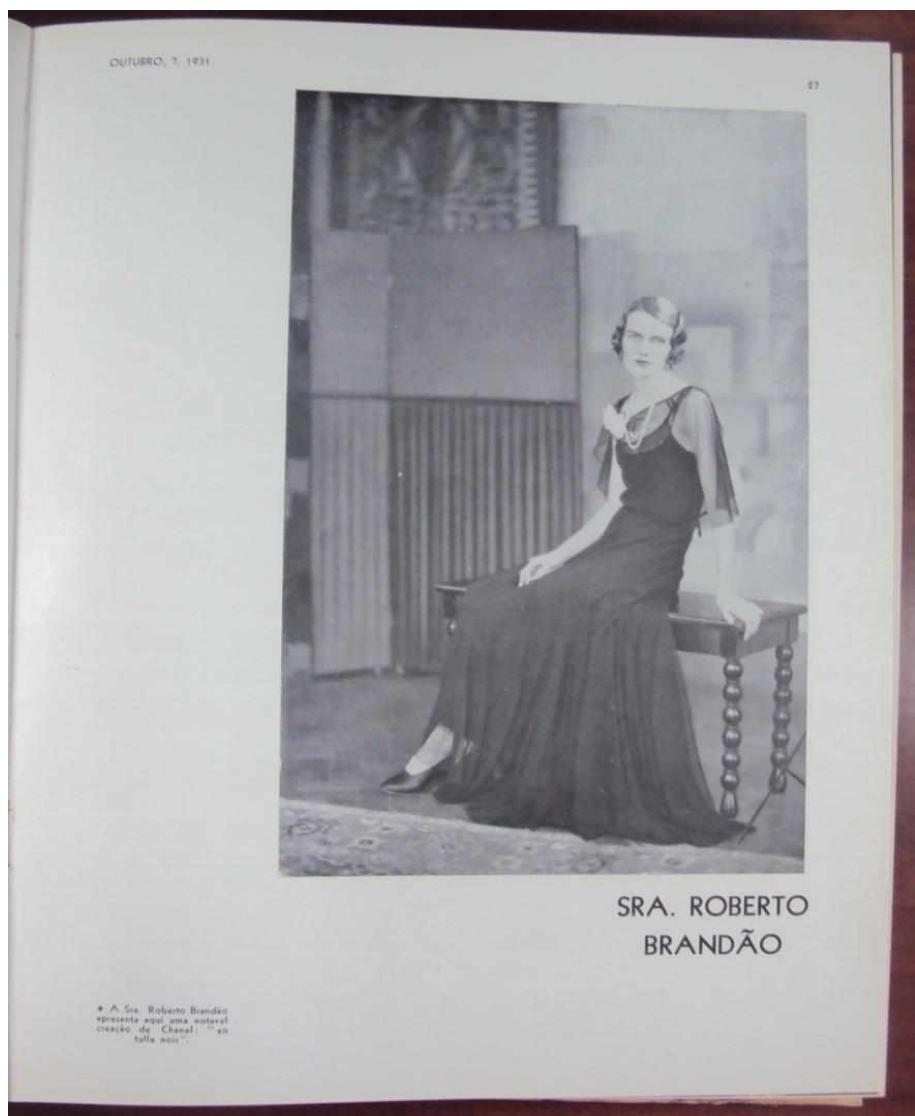
Fonte: *Bazar*, out. 1931.

Além de textos, *Bazar* continha muitas imagens fotográficas do cotidiano da elite carioca, ilustrações de textos e campanhas publicitárias. Era comum a reprodução de fotografias de personalidades da sociedade carioca e paulista. Títulos alusivos às imagens publicadas eram inseridos logo abaixo delas. Na maioria das vezes, eles se reportavam a mulheres da elite do Rio de Janeiro e São Paulo, evidenciadas como

sinônimo de elegância feminina e bom gosto. Muitos deles privilegiavam a descrição das roupas usadas por elas.

A cada edição de *Bazar*, as imagens fotográficas de personalidades da sociedade acompanhadas de comentários variavam em número, podendo oscilar de uma a três em um mesmo exemplar. As dimensões das imagens também não seguiam um mesmo padrão, mas, em todas as edições, ganhavam mais destaque do que os textos. As fotografias publicadas eram de autoria dos fotógrafos Nicolas e Max, informação divulgada no sumário da própria revista.

Figura 7: Senhora Roberto Brandão vestindo uma criação de Chanel.



Fonte: *Bazar*, 7 out. 1931.

Figura 8: Senhora Flávio da Silveira.



Fonte: *Bazar*, dez. 1931.

Bazar reservava também um amplo espaço para a literatura em geral. Eram publicados contos, poemas, romances de vários artistas, jornalistas e intelectuais do período, como Renato de Almeida, Ribeiro Couto, Edmundo Lyz, Carlos Drummond de Andrade, Manoel Bandeira, Raul Pedrosa, Herman Lima, Peregrino Júnior, Henrique Pongetti, Graça Aranha, entre outros.

Eram habituais também textos de opiniões e críticas especializadas sobre espetáculos teatrais, exposições de arte e outros eventos artísticos. *Bazar* também publicou diversos textos em francês e inglês. Tais conteúdos remetem ao gosto refinado e erudito valorizado pelos seus editores.

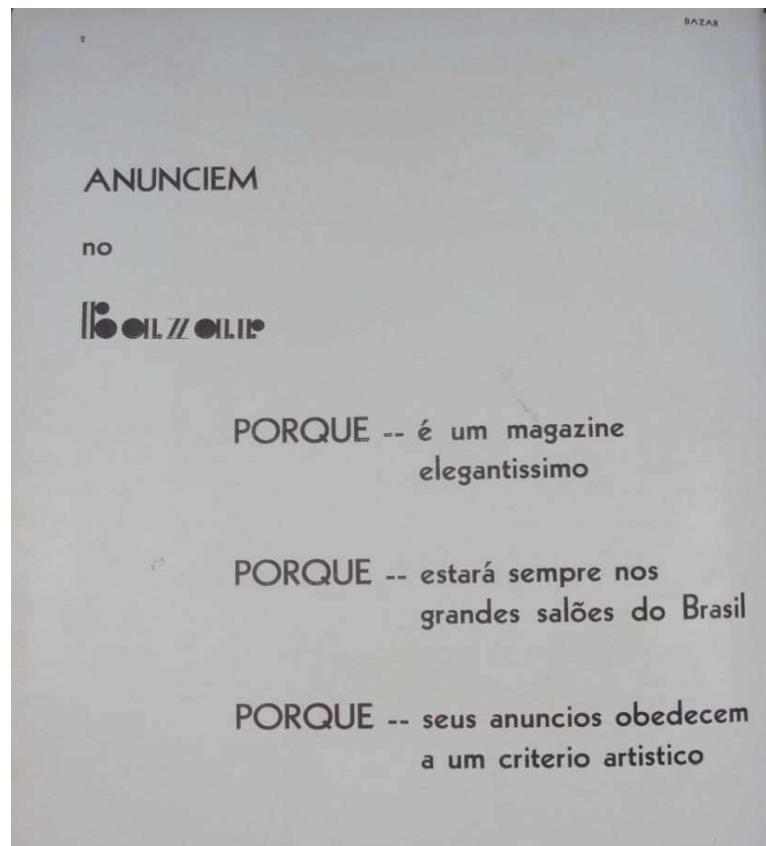
Ainda demonstrava grande interesse pelas artes plásticas. Eram frequentes, em suas edições, notas e/ou reportagens sobre artistas plásticos e exposições por eles

realizados. Alguns dos artistas brasileiros que colaboraram com a revista foram Olga Mary, Navarro da Costa, Bellá, Gilberto Trompowsky, Cândido Portinari, Anita Malfati. A participação deles na *Bazar* se dava em diversas frentes, ora ilustrando os textos, capas e/ou anúncios publicitários, ora tinham as obras publicadas em tricromias. Havia também um espaço voltado para pintores internacionais, como Pablo Picasso, Jean Gabriel Domergue, entre outros.

1.3 A atuação do artista/ilustrador Gilberto Trompowsky na publicidade da *Bazar*

Na primeira edição de *Bazar*, foram anunciadas as possibilidades e as oportunidades de espaços para publicidade. Com o intuito de chamar a atenção do público leitor para esses espaços, são destacados três aspectos valorizados pelo público a quem pretendia se dirigir:

Figura 9: Chamada de anúncio da *Bazar*.



Fonte: *Bazar*, 17 set. 1931.

As chamadas para a publicidade eram recorrentes e deixavam claro qual era o público leitor privilegiado: uma “elite social”, econômica e intelectual de gosto refinado e moderno. Na imagem seguinte, publicada como chamada para anunciantes na antecapa da edição de novembro de 1931, há a imagem de duas senhoras elegantes e bem vestidas, com a revista *Bazar* nas mãos. Essa imagem buscava representar o público leitor da revista, preferencialmente feminino, elegante e bem sucedido economicamente.

Figura 10: Antecapa de uma edição da *Bazar*.



Fonte: *Bazar*, 4 nov. 1931.

Além de a imagem forjar uma representação desse público leitor, os dizeres que o acompanham também convidam os comerciantes para anunciar seus produtos:

Bazar tem seu núcleo de leitoras formadas na elite social brasileira e nas colônias estrangeiras de Rio e São Paulo. É a esse público que será apresentado o seu anúncio, desde que esteja numa página de Bazar.²⁹

Tudo indica que os espaços de *Bazar* para publicidade foram ganhando mais adeptos com os constantes anúncios que a revista fazia a cada edição. Na sua primeira edição, de setembro de 1931, a revista tinha um total de onze anúncios publicitários, que se concentravam nas páginas finais da revista. Entre os anunciantes estavam as modistas (costureiras), antiquários, como Marques dos Santos, a Clínica de Beleza Dr. Pires, anunciada em todas as edições da revista, a companhia de cigarro Souza Cruz e a loja Leandro Martins e decoradores, entre outros.

Na edição de outubro de 1931, a quantidade de anunciantes manteve-se a mesma da edição de setembro, mas com relação aos espaços destinados para os anúncios houve mudanças. Se em setembro os anúncios publicitários apareceram após o sumário e ao final da revista, incluindo a contracapa, na edição de outubro a publicidade aparece logo na primeira página, antes mesmo do sumário, e ao longo da revista, em meio às reportagens. Esses anúncios passaram, com o tempo, a ganhar mais espaço, o que lhes conferiu uma importância ímpar, visto que eram uma importante fonte de recursos. Além da inserção dos anúncios publicitários ao longo da revista, o espaço que ocupavam também sofreu alterações: se na edição de setembro esses espaços eram divididos, chegando a quatro anunciantes numa mesma página, na edição de outubro cada anúncio ganhava uma página inteira.

As publicidades na revista eram na sua maioria ilustrações coloridas, o que lhes conferia destaque e visibilidade. Grande parte delas era ilustrada por Gilberto Trompowsky, então diretor artístico da revista. Na edição de setembro, a página foi dividida em quatro partes iguais, com os seguintes anunciantes: modistas (costureiras), Vicente Decaro, lojas de roupas e o antiquário Marques dos Santos. Já na edição de outubro, a mesma modista, Julieta, que anunciou em setembro em um espaço correspondente a 1/4 da página, tem um anúncio de página inteira.

²⁹ *Bazar*, Rio de Janeiro, ano I, n. 4, nov. 1931.

Figura 11: Quatro anúncios.



Fonte: *Bazar*, set. 1931.

Figura 12: Publicidade da modista Julieta.



Fonte: *Bazar*, out. 1931.

Pode-se supor que o espaço maior reservado à campanha publicitária da modista estivesse associado ao público da revista, predominante feminino, e/ou ao espaço que o anunciante pagou naquela edição. Mas, independente dos fatores que interferiram nessa mudança, constata-se maior visibilidade ao trabalho de Gilberto Trompowsky, visto que a ilustração ocupou uma página inteira.

Figura 13: Ilustração de Gilberto Trompowsky para anúncio da antecapa da contracapa.



Fonte: *Bazar*, 21 out. 1931.

Outro anúncio publicitário que ganhou dimensão maior na revista foi da empresa de seguro Equitativa. Nessa imagem, o artista desenhou uma mulher com um lápis e uma agenda nas mãos, os quais representariam o planejamento – ou, como o

texto diz, “Tome nota minha senhora”³⁰ – dos gastos e despesas com o objetivo de planejar ou ter uma garantia para o seu futuro e de seus filhos, já que o anúncio é referente à seguradora Equitativa. A ilustração de retrato feita por Gilberto Trompowsky nesse anúncio publicitário evidencia uma característica das pinturas a óleo produzidas por ele. Em várias de suas exposições, durante a década de 1930 e 1940, as pinturas de retratos estavam presentes e, na sua maioria, eram de alguma senhora da elite carioca.

Sobre uma exposição realizada por Gilberto Trompowsky no Palace Hotel em novembro de 1930, *O Jornal* publicou uma nota apresentando as obras do artista: “Há ainda dois painéis, com araras e garças e vários retratos, os da condessa de Bernstof, do sr. Ivan Harslocher, das senhoritas Mendes de Almeida e outros”³¹.

Tudo indica que Trompowsky tinha o gosto pelas pinturas de retrato. Dessa forma, percebemos indícios da sua liberdade enquanto diretor artístico da *Bazar*, visto que as ilustrações de retrato foram privilegiadas nas publicações da revista, demonstrando assim a predominância do gosto do artista, já que as decisões de selecionar e escolher o que seria publicado passava pela suas mãos.

Um mês após a primeira edição da *Bazar* entrar em circulação, publicou-se na revista *O Cruzeiro* uma nota conferindo destaque à nova publicação ilustrada. Dentre vários os aspectos privilegiados, destaco o trecho elogioso ao trabalho de Gilberto Trompowsky.

Bazar provou que possuímos tudo o que é necessário para a execução de uma grande revista de arte e elegância, comparável na sua distinção ao que de melhor se edita no estrangeiro. O apuro artístico de cada página, que revela o infalível bom gosto decorativo de Gilberto Trompowsky.³²

Acreditamos que, por ser uma revista de “arte e elegância”, como menciona o texto, o diretor artístico tinha um papel fundamental na sua organização. Decisões sobre o projeto gráfico, como divisão e distribuição dos temas por páginas, diagramação e elaboração das ilustrações, eram de responsabilidade de Trompowsky.

³⁰ *Bazar*. Rio de Janeiro, ano. I, n. 3, out. 1931.

³¹ *O Jornal*. 22 nov. 1930, p. 5.

³² *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, ano III, n. 50, out. 1931, p. 12.

Para anúncios publicitários, além da ilustração da Companhia de Seguro Equitativa, ele também ilustrou para outros anunciantes, como a Companhia Souza Cruz, de cigarros, a Clínica de Beleza do Dr. Pires Rebello e o cigarro Tabú.

No anúncio da Companhia Souza Cruz, de cigarros (Figura 14), Trompowsky apresentou um casal bem vestido, em que a mulher está com um taco na mão, jogando golf, e o homem ao seu lado segurando um cigarro na mão esquerda. Abaixo da ilustração o *slogan* da marca: “O cigarro Ascot é para o homem o que o perfume é para a mulher...”

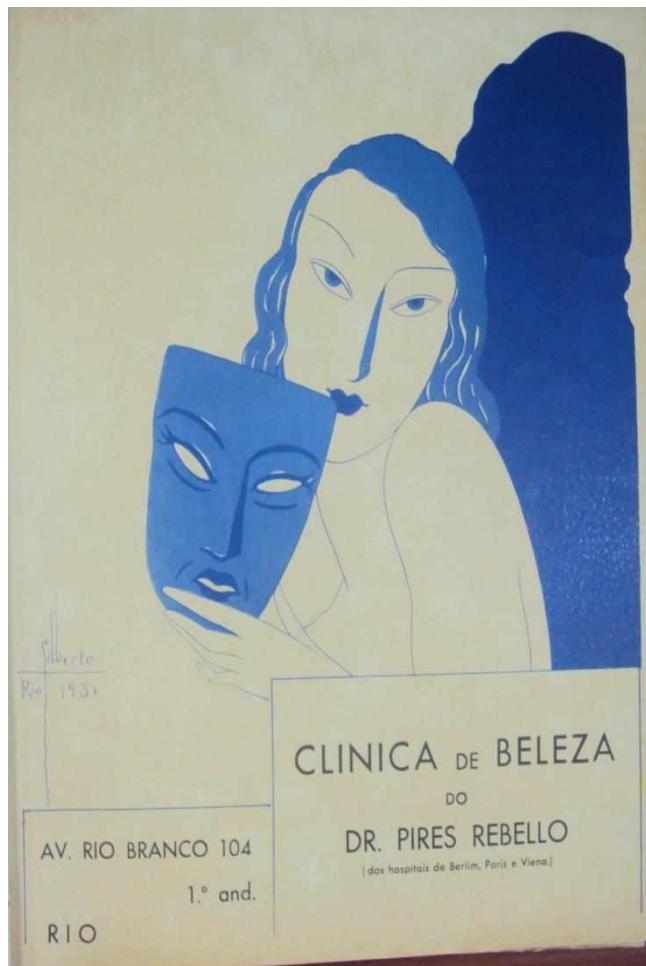
Figura 14: Ilustração de Gilberto Trompowsky para anúncio do cigarro Ascot.



Fonte: *Bazar*, 17 set. 1931.

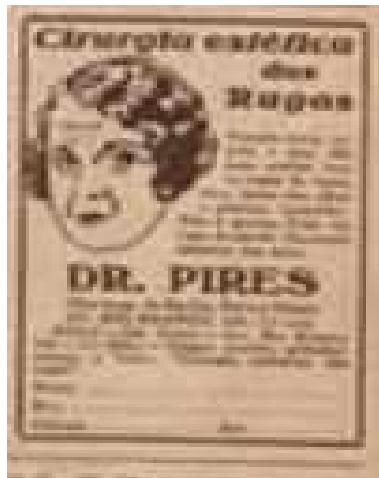
Ainda na primeira edição da *Bazar*, o anúncio publicitário da Clínica de Beleza Dr. Pires Rebello foi elaborado por Trompowsky (Figura 15). Em grande dimensão, na antecapa da revista, trazia a ilustração de uma mulher, que segura a sua frente uma máscara, e atrás há uma sombra que a projeta numa perspectiva maior.

Figura 15: Ilustração de Gilberto Trompowsky para anúncio da Clínica de Beleza do Dr. Pires Rebello.



Fonte: *Bazar*, 17 set. 1931.

Figura 16: Anúncio publicitário da clínica do Dr. Pires.



Fonte: *O Cruzeiro*, 19 dez. 1931.

No mesmo ano, a Clínica de Beleza do Dr. Pires Rebello também era anunciada n'*O Cruzeiro* (Figur 16). Ocupando um pequeno espaço na página, o anúncio valoriza muito mais a escrita do que a ilustração, o que indica os valores estéticos e publicitários do grupo dos Diários Associados. Considerando os dois anúncios da clínica de Beleza do Dr. Pires, observa-se que na *Bazar* havia valorização da ilustração, materialização do gosto do artista e do projeto editorial da revista. Tais anúncios ganhavam, nos traços de Trompowsky, status de obra de arte.

Outro anúncio publicado na sexta edição da *Bazar*, de dezembro de 1931, chama a atenção pela visualidade e as cores utilizadas. Nele, Trompowsky anuncia o cigarro Tabú por meio de uma ilustração que dialoga com um pequeno texto que narra a lenda sobre o surgimento desse cigarro (Figura 17).

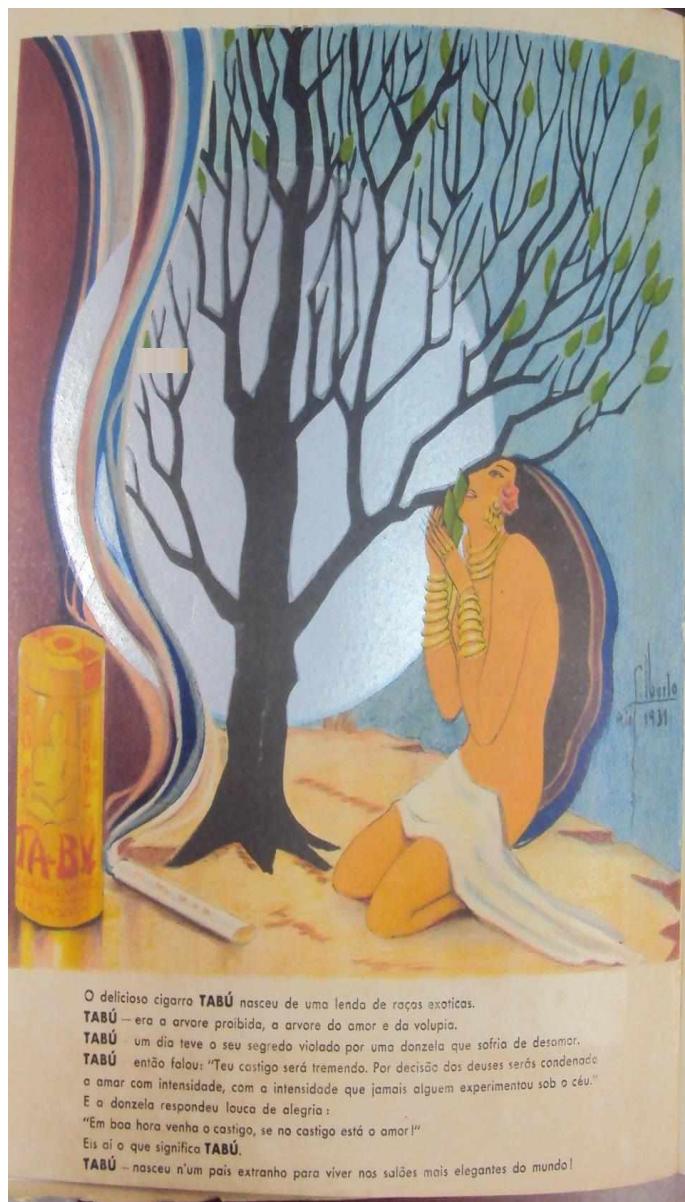
Conforme o texto, Tabú surgiu de uma lenda dos povos exóticos. Tabú era uma árvore proibida do amor e da volúpia e, quando uma donzela que não tinha seu amor correspondido descobriu o seu segredo, foi-lhe aplicada uma penalidade: “Teu castigo será tremendo. Por decisão dos deuses será condenada a amar com intensidade que jamais experimentou”. A donzela aceitou o castigo e a lenda finaliza com os seguintes dizeres: “Tabú – nasceu n’um país estranho para viver nos salões mais elegantes do mundo”.

A ilustração de Trompowsky buscou representar os elementos da narrativa explicativa sobre o surgimento do cigarro Tabú. A árvore, proibida, ao fundo e debaixo dela, de joelhos, a donzela de pele clara, quase nua, segura nas mãos algumas folhas. Próximo à árvore, no chão, um cigarro dissipa sua fumaça até a parte superior da página. O anúncio publicitário ganhou um tom artístico, pois lançou mão de um gênero

literário, a lenda, para explicar o surgimento do cigarro, juntamente com uma ilustração alusiva ao texto.

O número de anúncios em cada edição variava entre oito e doze, à exceção da edição de dezembro, que contou com dezoito deles. Ora, o final do ano é época de presentear e festejar, acarretando maior consumo e consequentemente maior participação das empresas com seus anúncios, enquanto as festas, tema privilegiado na revista, oferecem material para preencher mais espaço com textos, fotografias e desenhos. Pode-se supor, então, terem sido esses os motivos de a edição de dezembro ter em média 78 páginas, diferentemente dos outros números, que ficavam em torno de 47 páginas.

Figura 17: Ilustração de Gilberto Trompowsky para anúncio do cigarro Tabú.



Fonte: *Bazar*, dez. 1931.

A partir da edição de dezembro de 1931, no sumário da revista, juntamente com o corpo editorial, publicava-se a incorporação do departamento de publicidade de *Bazar*, coordenado por Albert Katzensteg (chefe geral) e Harry R. A. Housding (chefe do departamento estrangeiro). Na publicação de janeiro, um mês após a implantação do departamento de publicidade, publicou-se em primeira página uma nota em que se esclareciam os objetivos da publicidade na revista naquele período: “Publicidade que é

uma parte integrante da organização moderna de vendas, aumenta correspondentemente em valor, conforme prende os interesses dos consumidores”³³.

Para a revista, a publicidade era vista como uma prática moderna de vendas, que conseguia atingir os seus consumidores e aumentar o faturamento dos comerciantes. Ainda nesse mesmo texto, o departamento de publicidade buscava conferir status de eficiência e experiência ao grupo, com os seguintes dizeres: “oferece um bem organizado e experimentado serviço”³⁴, justificando que “técnicos do Departamento de Publicidade de *Bazar* têm experiências práticas no Brasil durante os últimos vinte anos.”³⁵

1.4 A atuação artística de Gilberto Trompowsky na *Bazar*: o ilustrador

Gilberto Trompowsky, além de colocar os seus traços a serviço da publicidade na *Bazar*, ocupava também com sua arte outros espaços dela, como as capas. Das oito edições da *Bazar* pesquisadas, quatro delas foram ilustradas por Gilberto Trompowsky. Em todas as capas por ele elaboradas, as ilustrações são de grande dimensão, conferindo dessa forma um papel de destaque e centralidade às imagens. O nome da revista, *Bazar*, foi diagramado de maneira diferente em cada uma delas, indicando uma adequação feita a cada ilustração. O tamanho da revista, as cores, e a ausência atribuiu às capas o status de quase obra de arte

As temáticas das ilustrações se relacionam ao conteúdo e o período do ano de publicação. Nas capas ilustradas por ele, as mulheres retratadas correspondem ao “ser mulher” burguesa do período. A capa da edição de janeiro, ao contrário das outras capas, apresenta uma situação de convivência social que faz alusão ao movimento, e não à pose em si. Esta cena é uma representação da modernidade apontando para um comportamento que passa a se popularizar nos anos de 1930; ir à praia é um acontecimento social que mostra um código de conduta para frequentar esse espaço, tema de várias matérias em revistas ilustradas.

³³ *Bazar*, Rio de Janeiro, ano I, n. 7, 1932. p. 1.

³⁴ *Idem*.

³⁵ *Idem*.

Figura 18: Ilustração de Gilberto Trompowsky para a capa da primeira edição da *Bazar*.



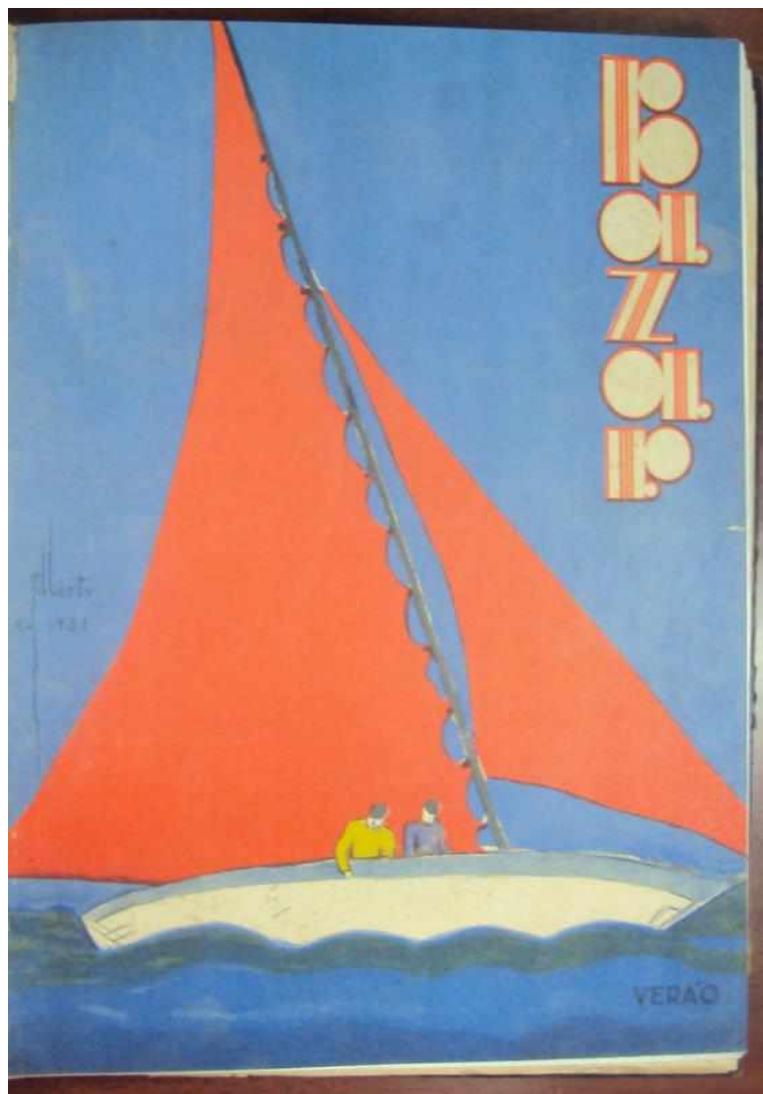
Fonte: *Bazar*, 17 set. 1931.

Figura 19: Ilustração de Gilberto Trompowsky para a capa da segunda edição da *Bazar*.



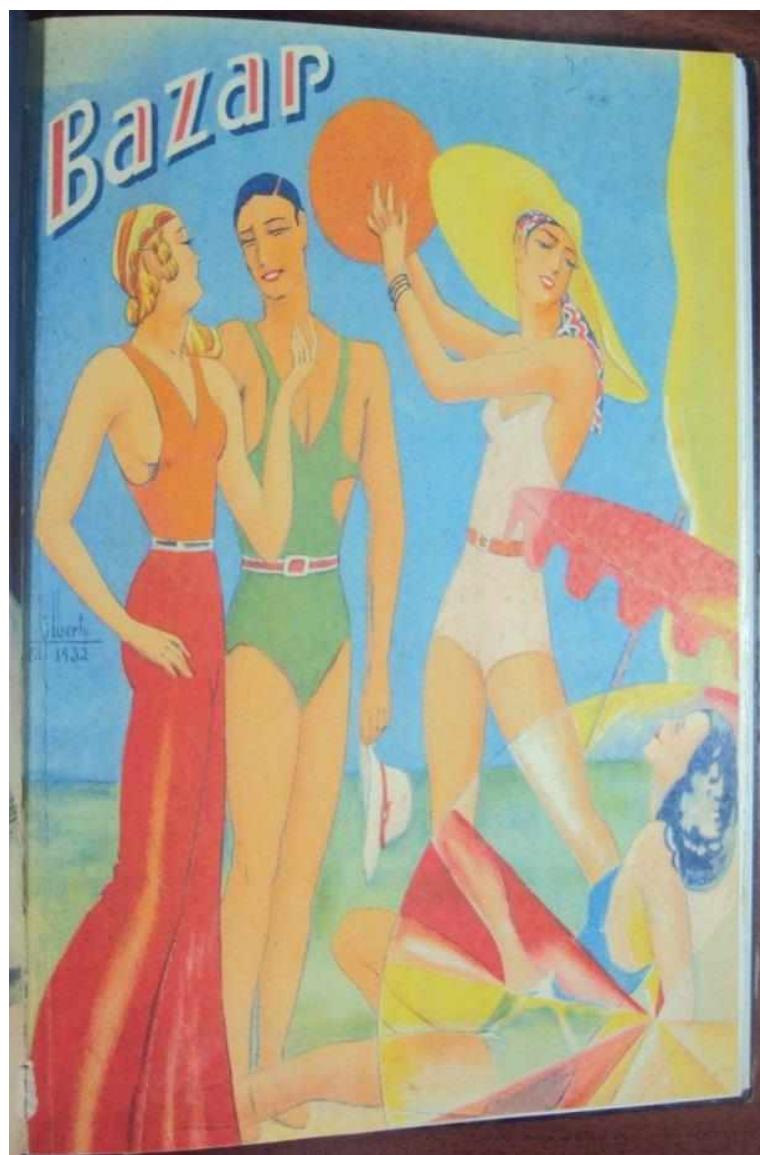
Fonte: *Bazar*, 7 out. 1931.

Figura 20: Ilustração de Gilberto Trompowsky para a capa da quinta edição da *Bazar*.



Fonte: *Bazar*, 21 nov. 1931.

Figura 21: Ilustração de Gilberto Trompowsky para a capa da sétima edição da *Bazar*.



Fonte: *Bazar*, 15 jan. 1932.

Houve ocasiões em que seus croquis elaborados para cenário e figurino de eventos artístico-culturais foram publicados na *Bazar*, como ocorreu na edição de 7 de outubro de 1931. Na segunda edição, de 7 de outubro de 1931, as ilustrações foram publicadas apenas com a indicação de croquis de Gilberto Trompowsky, sem maiores

referências sobre a sua finalidade original. Ocupando duas páginas, elas ganharam visibilidade.

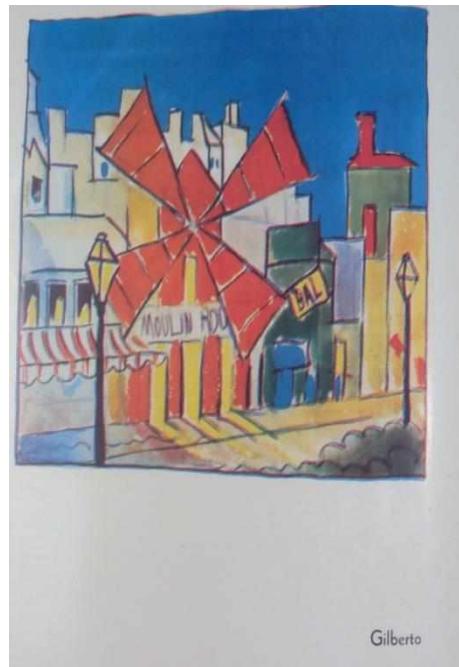
Figura 22: Croquis de Gilberto Trompowsky.



Fonte: *Bazar*, 7 out. 1931.

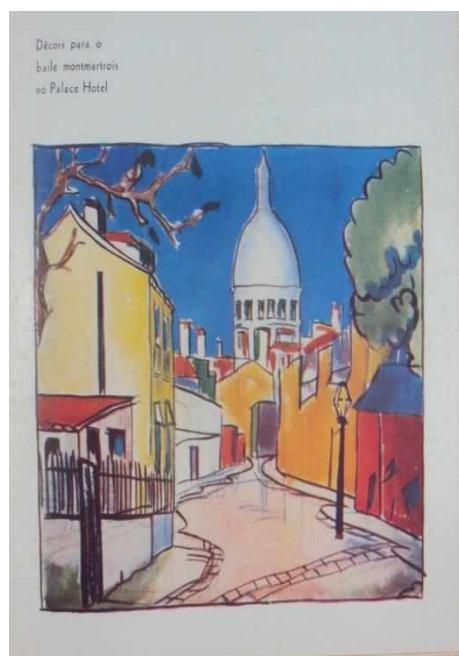
Na edição de 21 de outubro de 1931 foi publicado um projeto de decoração que, conforme as informações publicadas na página, se tratava da “Décors para o baile Montmartrois no Palace Hotel”.

Figura 23: Projeto de decoração elaborado por Gilberto Tompowsky para o Baile Montmartrois no Palace Hotel.



Fonte: *Bazar*, 21 out. 1931.

Figura 24: Projeto de decoração elaborado por Gilberto Tompowsky para o Baile Montmartrois no Palace Hotel.



Fonte: *Bazar*, 21 out. 1931.

Pistas sobre esse evento foram publicadas na matéria intitulada “O can-can”, n’*O Cruzeiro*, de 7 de novembro de 1931.

“O can-can” será dansado hoje à noite nos salões do Palace Hotel, na grande “Nuit Montmortraise” em benefício da Associação dos Artistas Brasileiros. Todos os “décors” são de Gilberto Trompowsky. Será uma festa surpreendente que vai encerrar a estação de 1931.³⁶

Tudo indica que o material publicado na *Bazar* fosse um projeto de decoração elaborado por Trompowsky para o Baile Montmortraise promovido com a finalidade de auxiliar a Associação dos Artistas.

Figura 25: Croquis para o carnaval.

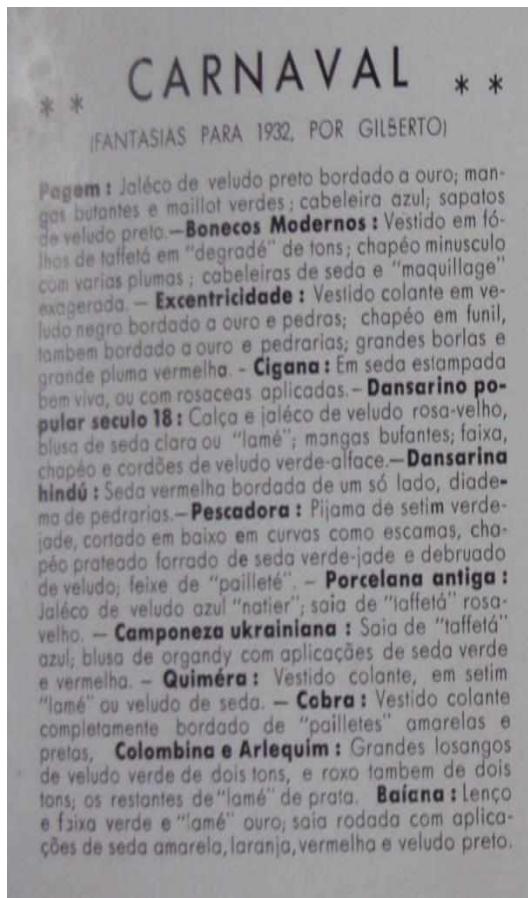


Fonte: *Bazar*, 15 jan. 1932.

³⁶ *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, 7 nov. 1931, p. 44.

Sobre as fantasias carnavalescas foi publicada uma pequena nota, na página ao lado, nomeando cada uma delas e quais eram os tecidos e cores a serem utilizados na sua confecção.

Figura 26: Informações sobre os croquis das fantasias carnavalescas.



Fonte: *Bazar*, 15 jan. 1932.

Em ambas as edições *Bazar* serviu de suporte para Trompowsky divulgar a sua produção artística realizada em diferentes campos de atuação. Acreditamos que essas publicações conferiam visibilidade ao seu trabalho, o que o tornava mais conhecido entre os leitores da *Bazar*. A frequência com que os trabalhos de Trompowsky eram publicados na *Bazar* permite inferir que sua posição dentro do periódico o autorizava a escolher o que seria publicado, que autores ganhariam notoriedade. Dessa forma, ele valorizou, em diversas ocasiões, as suas produções artísticas, e esse material indicava o

trabalho múltiplo que desenvolvia naquele período, atuando como ilustrador, cenógrafo, decorador, figurinista e diretor artístico.

1.5 “Baile Veneziano”, “Cock-tail-party” e “Mundanismo” – crônicas sociais nas páginas da *Bazar*

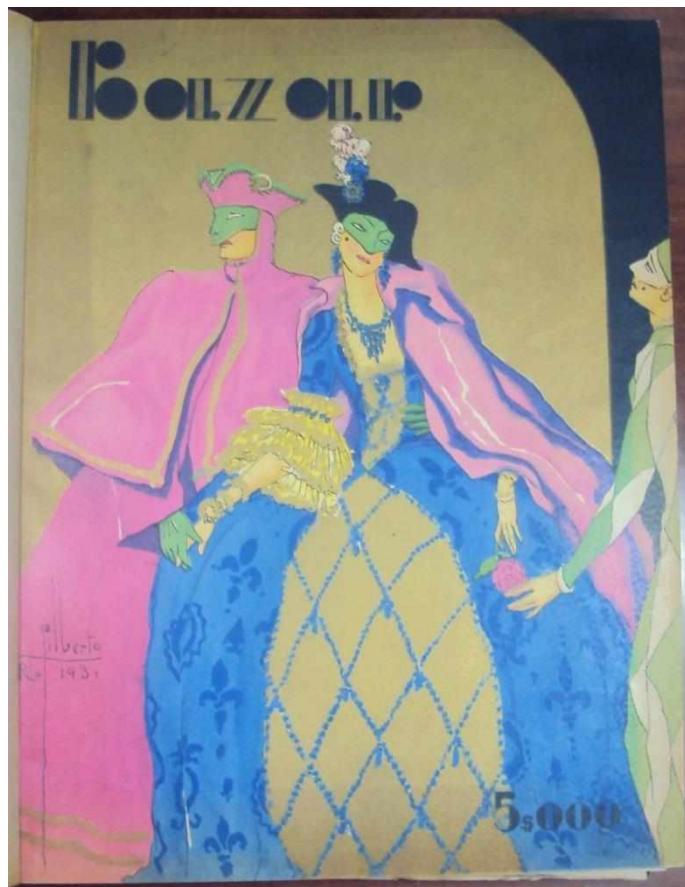
Entre os conteúdos de literatura, artes, decoração e esporte, a *Bazar* publicava, periodicamente, crônicas sociais que conferiam destaque aos jantares, bailes, exposições, festas, *cocktails*. Esses espaços contavam com a participação da elite lettrada e financeira da cidade do Rio de Janeiro e as crônicas versavam, por meio de textos visuais e verbais, sobre os eventos festivos dessa elite. Percebemos o interesse da *Bazar* por elas no próprio sumário da revista, onde foi publicada a intenção do grupo editorial: “[...] a única reportagem social feita no alto mundo carioca e no meio diplomático com fotografias exclusivas de Bazar”³⁷.

Esses dizeres marcam a intenção de privilegiar em suas páginas os momentos de lazer e diversão de uma determinada parcela da sociedade carioca. Dessa forma, o grupo editorial buscava conferir a *Bazar* um lugar de destaque na imprensa ilustrada, como sendo o único periódico que falava sobre o “alto mundo carioca”.

As crônicas sociais da *Bazar* eram assinadas na sua maioria por Marcos André. Outra assinatura recorrente nessas crônicas era a abreviatura V. de C., que acreditamos ser de Victor de Carvalho, um dos diretores da revista, que também assinava com o pseudônimo de Marcos André, jornalista experiente em colunas dessa natureza e, portanto, o mesmo cronista. O destaque conferido às crônicas sociais na revista *Bazar* pode ser percebido desde a sua primeira publicação em setembro de 1931, em que se dedicou um grande número de páginas para falar sobre o Baile Veneziano, realizado em agosto de 1931 na Embaixada da Itália.

³⁷ *Bazar*. Rio de Janeiro, ano I, n. 3, out. 1931. p. 3.

Figura 27: Capa da primeira edição de *Bazar*, assinada por Gilberto Trompowsky.



Fonte: *Bazar*, 17 set. 1931.

A primeira capa de *Bazar* foi assinada por Gilberto Trompowsky e nela Colombina, Arlequim e Pierrô, personagens da *Commedia dell'arte*, uma referência ao carnaval europeu, foram representados. Com grande ênfase na imagem, o espaço reservado para o nome do periódico ficou restrito à parte superior, do lado esquerdo, onde a palavra *Bazar* foi inscrita na cor preta sobre um fundo dourado, conferindo destaque ao nome. Além do nome *Bazar*, consta na capa, no canto inferior direito, o valor do exemplar 5\$000, e no canto inferior esquerdo a assinatura de Gilberto Trompowsky, ilustrador da capa. Em destaque fica a figura dos sujeitos representados em trajes de luxo e tradicionais.

A capa ilustrada por Gilberto Trompowsky anunciava o conteúdo privilegiado daquela edição, o Baile Veneziano. Das quarenta e oito páginas da *Bazar*, vinte e quatro continham textos (verbais e visuais) alusivos ao Baile Veneziano, que reportava ao Baile

Veneziano e à Veneza do século XVIII. Foram publicados textos de Manoel Bandeira, Edmundo Lyz, Marcos André, Henrique Pongetti, entre outros. Um dos textos que chama a atenção nessa publicação é a crônica social “Algumas das belas fantasias do baile Veneziano”³⁸. Sem a identificação do autor, essa crônica social busca dar visibilidade aos momentos que antecederam a realização do Baile.

Figura 28: Baile Veneziano.



Fonte: *Bazar*, set. 1931.

O texto discorre sobre os bastidores da festa, as idas e vindas dos convidados no ateliê de costura para preparação das fantasias e os nomes das pessoas que compareceram ao evento. Há também referências ao vestuário de cada convidada presente no baile, como se pode observar no trecho a seguir:

³⁸ *Bazar*. Rio de Janeiro, ano I, n.1, set. 1931, p. 40.

Eis agora algumas das mais belas figuras do baile: Sra. Carlos Guinle – Veludo rosa, coberto de rendas pretas de chantilly. Tricorne e laços azul natier. Sra. Felix Cavalcanti de Lacerda – Brocado, azul e vermelho. Sra. Vittorio Cerretti – Embaxatriz da Itália a Dogarezza, tecido chinez autêntico, turquesa e ouro.³⁹

O nome das mulheres aparece na revista a partir do nome e sobrenome dos seus respectivos esposos. Já as mulheres solteiras são mencionadas por seus próprios nomes. Além das senhoras “Carlos Guinle”, “Felix Cavalcanti” e “Vittorio Cerretti”, o texto cita o nome de mais vinte uma mulheres e suas fantasias. As informações dão destaque aos tecidos utilizados, como rendas, veludo e brocado, tecidos considerados nobres e que conferiam às fantasias luxo e refinamento.

Juntamente com a crônica social, publicou-se uma fotografia de dois convidados presentes no baile, em grande dimensão e diagramada no canto superior esquerdo da página, proporcionando maior destaque à imagem em detrimento ao texto.

Figura 29: Fotografia dos convidados Sra. Mabel Shaw e Gilberto Trompowky.



Fonte: *Bazar*, set. 1931.

³⁹ *Bazar*. Rio de Janeiro, ano I, n. 1, set. 1931. p. 40.

De acordo com a legenda, a fotografia registra um momento do Baile Veneziano, no qual a senhora Mabel Shaw e Gilberto Trompowsky, então diretor artístico da *Bazar*, aparecem estáticos, trocando olhares. Ele fantasiado de Arlequim e ela com um vestido longo de saia bastante volumosa, usando um colar e um pequeno chapéu. Seria uma Colombina? A imagem se esforça para narrar uma cena carnavalesca, as personagens posam para a câmera, suas atitudes não são casuais. O cenário que os acolhe é marcado por fortes sombras que replicam os dois corpos em seus múltiplos outros, como a festa carnavalesca permite.

A descrição das roupas e indumentárias foi um elemento novo nessa edição. As demais crônicas sociais publicadas na revista davam destaque ao evento, ao local em que foi realizado e aos nomes das pessoas presentes, mas as informações sobre o vestuário não apareciam com detalhes. As poucas referências ao vestuário eram elaboradas de maneira mais geral.

Tamanha foi a cobertura de *Bazar* ao evento que essa publicação contou com páginas inteiras contendo fotografias sobre os convidados (Figura 30).

A diagramação da página chama atenção pela simetria e pela disposição das fotografias. Na parte superior, duas imagens são dispostas uma ao lado da outra e, conforme a legenda, à esquerda está a Sra. Hubretch, Ministro da Holanda, e à direita Sta. Bellá Betim Paes Leme, uma das colaboradoras permanentes da revista *Bazar*. No centro da página, duas fotografias são sobrepostas às duas primeiras, ambas de forma inclinada, uma para direita e a outra para a esquerda, conferindo leveza e a ilusão de que foram lançadas sobre a página. Na parte inferior, consta uma fotografia de grande dimensão, ocupando quase toda a largura da página, sobre a qual a legenda informa: “Em baixo, no grupo: Sras. D’Orey, Delgado de Carvalho e Bandeira de Melo”. Não há nenhuma referência aos homens dessa fotografia.

Foram privilegiadas nessa publicação fotografias de corpo inteiro, conferindo destaque às fantasias das convidadas, como o modelo e comprimento dos vestidos, o volume das saias e os adereços. Tudo indica que elas posaram para as lentes do fotógrafo pois adereços como o leque na mão da Sra. Hubretch, aberto à frente do corpo, é um indício de que ela se preparou para a captura da imagem.

Figura 30: Fotografias do Baile Veneziano.



Fonte: *Bazar*, set. 1931.

Os registros fotográficos do Baile Veneziano dão pistas da intencionalidade do fotógrafo em registrar a presença de certos convidados e como eles estavam fantasiados na ocasião. As seções voltadas para a cobertura do evento alternam-se entre textos, fotografias e ilustrações. Houve um grande destaque para a visualidade, com um considerável número de fotografias, que foram feitas pelo fotógrafo Nicolas, conforme consta no sumário da *Bazar*.

Cabe destacar que outros nomes, como Bellá Betim Paes Leme, Negra Bernardes Müller, do comitê permanente colaborativo da revista, também estavam entre o grupo das senhoras mencionada nessa crônica social. Ainda sobre esse evento foi publicada uma crônica intitulada “Mascarada”, assinada por Marcos André.

Acompanham o texto três ilustrações de Gilberto Trompowsky, das quais destacamos aquela que apresentou maior número de personagens.

Figura 31: Ilustração elaborada por Gilberto Trompowsky para a crônica de Marcos André.



Fonte: *Bazar*, 17 set. 1931.

Na ilustração aparecem oito personagens, todos com fantasias exuberantes e bem coloridas. Se considerarmos que a crônica é alusiva ao Baile Veneziano, podemos inferir que a ilustração é uma referência direta aos convidados presentes em tal ocasião. Ao comparar a fotografia de Gilberto Trompowsky e Sra. Mabel (Figura 29) e a ilustração das personagens do evento festivo (Figura 31), podemos deduzir que a figura do Arlequim seja uma representação de si próprio elaborada pelo artista.

Se as fotografias em preto e branco não permitiam ao leitor ter acesso a informações sobre as cores das fantasias, as ilustrações possibilitam mais e melhores pistas sobre esse aspecto.

De acordo com a legenda da fotografia mostrada na Figura 32, é possível deduzir que o casal, a mulher que aparece no centro da fotografia e o homem que está do seu lado esquerdo, sejam respectivamente Sra. Alberto de Faria Filho e o Sr. Visconde de Mairos, as duas mulheres que aparecem nas extremidades da fotografia seriam Stas. Heitor de Mello, fantasiadas de dançarinas populares, e ainda Gilberto Trompowsky, fantasiado de Arlequim.

Figura 32: Fotografia do baile Veneziano.



Fonte: *Bazar*, set. 1931.

A Sra. Alberto de Faria Filho, fantasiada de condessa Foscarini, conforme legenda, é representada na ilustração de Gilberto Trompowsky. O leitor, ao folhear a revista, poderia apreciar as ilustrações, uma vez que elas se concentram nas primeiras páginas da revista, e em seguida, continuando a leitura, identificaria nas demais páginas as fotografias que permitem relacionar cada fantasia e personagem ilustrados a cada convidado caracterizado no Baile Veneziano.

Por meio das ilustrações de Trompowsky é possível visualizar as cores e os acessórios de cada fantasia, o que a fotografia em preto e branco não revela. Na fantasia da Sra. Alberto de Faria Filho, detalhe nas mangas nas cores amarelo e dourado, o que poderia ser um bordado ou uma estampa, só é possível ver na ilustração. Ainda na ilustração da fantasia de condessa Foscarini, o leitor pode visualizar a cor de um detalhe aplicado sobre a saia, que foi representado, por Trompowsky, na cor verde.

Figura 33: Detalhe da ilustração de Gilberto Trompowsky.



Fonte: *Bazar*, set. 1931.

Figura 34: Detalhe da fotografia do Baile Veneziano.



Fonte: *Bazar*, set. 1931.

Seções com esse perfil foram ganhando espaço cada vez mais significativo na imprensa nacional, sobretudo ao longo do século XX, tanto em jornais quanto em revistas ilustradas⁴⁰, no momento em que a capital federal buscava instituir novos padrões de comportamento em função das transformações ocorridas no espaço urbano, como as criações dos “boulevares” e de novos espaços de sociabilidades.

Dessa forma, as revistas ilustradas desempenhavam um papel de grande importância para a divulgação e assimilação dos vestuários, gestos, lugares a serem frequentados e eventos, contribuindo para a criação de novos modos de urbanidade e sociabilidade.⁴¹ Considerando as ponderações da historiadora Ana Maria Maud sobre

⁴⁰ DORNELLES, Beatriz. Características de produção da Coluna Social ao longo do século XX: dos EUA ao RS. *10º Encontro Nacional de História da Mídia - Alcar 2015*. UFRGS: Porto Alegre, 2015. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/10o-encontro-2015/gt-historia-da-midia-imprensa/caracteristicas-de-producao-da-coluna-social-ao-longo-do-seculo-xx-dos-eua-ao-rs/view>. Acesso em: 12 dez. 2017. Segundo a autora, na imprensa brasileira há registro de colunas dessa natureza desde 1907 no periódico *Binóculo*, com o jornalista Figueiredo Pimentel.

⁴¹ MAUAD, Ana Maria. Na mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX. *An. mus. paul.*, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 133-174, jun. 2005. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-47142005000100005&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 28 jan. 2017. Acesso em: 10 ago. 2016.

os periódicos ilustrados e os modos de urbanidade e sociabilidade, podemos afirmar que o estudo das crônicas sociais, presentes na revista *Bazar*, possibilita identificar quais grupos sociais tiveram destaque, os eventos que conseguiram notoriedade social e os padrões de comportamento que ganharam, na visão da revista, o status de moderno e elegante na sociedade carioca dos anos de 1930.

As colunas sociais configuram-se como um gênero jornalístico que se caracteriza pela apresentação do texto diagramado em colunas, apresentando como ponto relevante não a notícia em si, mas a importância social da pessoa nela mencionada. Como podemos observar nas palavras de Erbolato:

Como cobertura de rotina há os acontecimentos referentes aos órgãos assistências, bailes, reuniões, festas, clubes de serviço, [...]. Seria recomendável que somente tivessem valor jornalístico as pessoas que realmente possuíssem merecimento, por suas qualidades ou iniciativas, evitando-se, assim, o surgimento constante nas colunas, como prodígios e revelações, de indivíduos sem muito valor [...].⁴²

Observa-se que as colunas sociais enfatizavam muito mais as pessoas pertencentes a uma elite que registravam presença em um determinado evento festivo/social do que propriamente o evento. Dessa forma, o pano de fundo para as notícias eram os eventos, mas o objetivo maior era evidenciar uma figura conhecida do meio social nesses espaços.

Ana Maria Mauad, ao analisar o uso das fotografias nas revistas ilustradas, observa que *O Cruzeiro*, no início da década de 1930, investiu em equipamentos que possibilitaram melhorar a qualidade das imagens. “Rapidamente as páginas de *O Cruzeiro* ganharam cor, a princípio apenas em ilustrações e caricaturas e, bem mais tarde, em fotografias”.⁴³

Essas mudanças assinaladas por Mauad n’*O Cruzeiro* ocorreram justamente no momento em que *Bazar* foi lançada (1931). Cabe lembrar que *Bazar* era impressa nas oficinas d’*O Cruzeiro*, e tudo indica que também se beneficiou da modernização dos Diários Associados no que se refere tanto ao uso das fotografias quanto das ilustrações

⁴² ERBOLATO, 1981, *apud* FERREIRA, Alexandre L. de Alvarenga. *Colunismo social: elementos utilizados pelo colunismo social que remetem ao processo de projeção e identificação do público, caracterizados por Edgar Morin*. 2006. 40 f. Monografia. (Graduação em Comunicação Social). Centro Universitário de Belo Horizonte, Belo Horizonte, 2006, p. 38.

⁴³ MAUAD, *op. cit.*, p. 155.

e caricaturas, pois desde a sua primeira edição foi recorrente o uso de ilustrações e caricaturas coloridas.

As crônicas sociais passaram a ser frequentes na revista. Na edição de outubro, o evento social que ganhou destaque nas suas páginas ocorreu no Teatro Municipal do Rio de Janeiro. Nessa seção, utilizaram-se várias fotografias do evento, diagramadas em duas páginas, compondo uma grande imagem por meio de colagens e justaposições. Juntamente com as imagens, um pequeno texto descreve o momento de expectativa em frente ao Teatro Municipal que antecedia o início dos espetáculos.

O texto relata que havia uma plateia de pessoas comuns, segundo o autor “Homens e mulheres menos favorecidos pela sorte ficam ali a ver, a sonhar”⁴⁴, na porta do Teatro Municipal para apreciar e admirar a elegância dos trajes e acessórios utilizados pelos convidados que entravam.

Figura 35: Detalhe da página 19 da *Bazar*.



Fonte: *Bazar*, out. 1931.

⁴⁴ *Bazar*. Rio de Janeiro, ano I, n. 2, out. 1931.

Visualizamos, na parte superior da página, uma fotografia em que aparece um grupo de homens um ao lado do outro, com os olhares atentos voltados às mulheres que passavam a sua frente. Seriam esses os homens desafortunados aos quais o autor faz referência?

De acordo com o autor, naquele momento era “preciso ser elegante”, o que significava frequentar determinados espaços de sociabilidade, não importando a natureza do evento, espetáculo, ópera ou peça teatral, pois o que contava era circular nesses lugares de visibilidade, como o Teatro Municipal. Dessa forma, para a *Bazar*, assim como para a elite carioca, frequentar o Teatro Municipal era visto como uma atitude de bom gosto e de refinamento.

Figura 36: Página dupla (18 e 19) noticiando os eventos realizados no Teatro Municipal do Rio de Janeiro.



Fonte: *Bazar*, 7 out. 1931.

A grande imagem montada a partir das várias fotografias elabora uma narrativa visual, mostrando o “desfile” de cada convidada pela calçada até a escadaria que dava acesso ao Teatro. Alguns indícios observados nas fotografias, como os corpos das

mulheres em movimento, os seus olhares voltados para o chão ou para o alto e não para as lentes do fotógrafo, indicam que as fotos são instantâneas, ou seja, foram capturadas no momento em que os convidados chegavam ao Teatro.

A associação do Teatro Municipal a elegância e distinção não era algo novo. Construído em 1909, foi erguido dentro de um projeto arquitetônico de reformulação urbana do Rio de Janeiro durante o mandato do prefeito Pereira Passos. Após a sua construção, passou a abrigar eventos artísticos promovidos e frequentados pelas elites cariocas.

Ainda na edição de outubro, outra crônica social foi estampada nas páginas da *Bazar*. Assinada por Marcos André, “Cock-tail-party” (Figura 37) reportava-se a um evento realizado por Sérgio Rocha Miranda em uma chácara no Gávea Golf. Nessa crônica, o autor faz uma breve apresentação dos aspectos climáticos do dia: uma “tarde cinzenta” como uma tarde londrina. Além de o dia conferir ares europeus a terras brasileiras, o evento foi regado com *drinks* ao som do *blues*.

Em seu texto, Marcos André faz várias referências à cultura dos Estados Unidos da América, como o *Blues* do estado da Virgínia. Nessa crônica social, a valorização do estrangeirismo se inicia com o título da crônica, “Cock-tail-party”. Além do título, outras palavras em inglês, como *blues* e *drinks*, também foram utilizadas.

O uso do inglês e do francês foi recorrente em todas as edições da revista. Em maior ou menor grau a *Bazar* lançava mão de textos variados nesses idiomas. A maioria deles era fruto da colaboração de Francis de Croisset, da França, e de Lester Ziffrei, dos Estados Unidos. A participação desses estrangeiros entre os colaboradores de *Bazar* reforçava mais ainda o tipo de público leitor para o qual a revista era voltada, uma vez que nesse período pequena parcela da sociedade era alfabetizada e um grupo reduzido dominava outros idiomas.

As fotografias registram alguns momentos do evento festivo, nos quais os convidados estão, na sua maioria, sentados e bebendo num ambiente descontraído. A diagramação das fotografias de maneira escalonada permite ao leitor correr os olhos nas imagens encadeando uma sequência narrativa, criando, dessa forma, a ilusão de estar circulando por diferentes momentos do “cock-tail-party”.

Nos espaços entre uma fotografia e outra há uma pequena legenda onde constam nomes presentes ao evento, como Luiz Betim Paes Leme, Felix Cavalcanti de Lacerda,

Negra Bernardez Müller, sr. Gilberto Trompowsky, sra. Olga Mary Pedrosa e Baronesa de Saavedra.

Figura 37: Texto e imagens da reportagem “Cock-tail-party”, assinada por Marcos André.



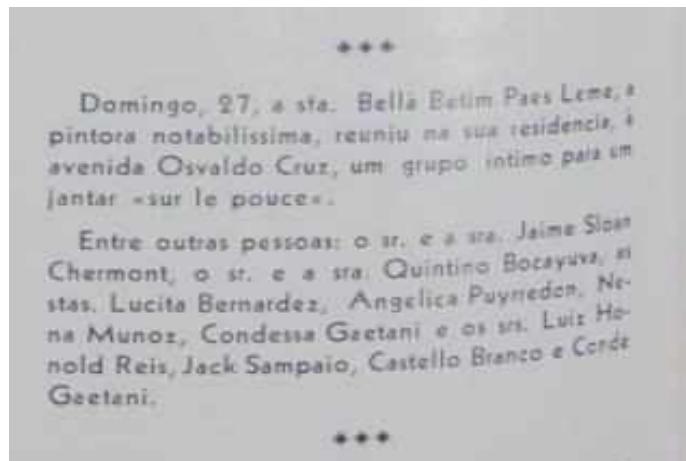
Fonte: *Bazar*, 7 out. 1931.

Ainda nessa mesma edição, *Bazar* apresentou um texto intitulado “A segunda quinzena de setembro”⁴⁵, no qual é apresentado um balanço dos eventos sociais realizados no referido mês. O autor inicia seu texto com pequenas anotações sobre eles,

⁴⁵ *Bazar*. Rio de Janeiro, ano I, n.3, out. de 1931, p. 30.

como a referente ao evento realizado pela pintora Bellá Betim Paes Leme, que destaca os nomes dos convidados.

Figura 38: Detalhe do texto sobre o evento realizado na residência da pintora Bellá Betim Paes Leme.



Fonte: *Bazar*, 7 out. 1931.

Na quarta edição da *Bazar*, de 4 de novembro de 1931, as crônicas sociais foram apresentadas de modo semelhante às da publicação de outubro. Apresentou-se um balanço dos eventos realizados pela elite carioca naquele mês. Seguindo a mesma diagramação da seção de outubro, foram apresentados no centro da página textos sínteses e fotografias (Figura 39).

As fotografias, na quarta edição, compõem uma espécie de borda do lado direito e inferior da página. Aparecem em tamanhos diferentes e nelas não constam legendas. As informações sobre os eventos foram diagramadas em uma coluna dividida em três pequenos blocos de texto e cada um se reporta a um deles. Textos e imagens são tratados de maneira semelhante, como figuras/blocos, adquirindo o mesmo peso e importância na página diagramada. É preciso ler o texto e ver a figura para conhecer o conteúdo da página, no entanto estas ações são realizadas de maneira independente. Textos e imagens podem ser lidos/vistos em tempos distintos, de maneira não simultânea nem sequencial.

Nessa publicação foi destaque o "jantar turquesa" promovido pela Embaixatriz Nascimento Feitosa em sua residência. O nome do jantar foi uma referência à cor utilizada na decoração. Com poucos detalhes sobre o evento, enfatizaram-se os nomes dos convidados presentes.

Figura 39: Crônica social da *Bazar*.



Fonte: *Bazar*, 4 nov. 1931.

Outro evento de destaque, nessa página, foi o “cook-tail party” oferecido pelo casal Alfredo Siqueira em sua residência em Copacabana. Na ocasião, estavam presentes a senhora Getúlio Vargas, o senhor e senhora Mello Vianna, entre outros.

E por último, na mesma página, outro “cook-tail party”, esse realizado por Mabel Shaw, a mesma senhora fotografada com Trompowsky no Baile Veneziano. A festa contou com a presença de ministros, embaixadores, como sr. Castelo Branco, e o Ministro Maurício Nabuco.

Na sexta edição, de 15 de dezembro de 1931, a exposição de Gilberto Trompowsky realizada no Palace Hotel foi notícia na *Bazar*, com um pequeno texto e várias fotografias.

O “vernissage” de Gilberto Trompowsky constitui como sempre, além de uma data artística, um acontecimento de alta elegância social. Nestas fotografias estão alguns dos instantes inaugurais da mostra do pintor, que o é, como Van Dongen na Europa, o prestigioso retratista mundano com a graça de ter na sua palheta as mais lindas mulheres.⁴⁶

De acordo com o texto, a exposição de Trompowsky realizada no Palace Hotel, além de ser um grande evento artístico, foi um momento de sociabilidade elegante e contou com a presença de pessoas abastadas da sociedade carioca. Nessa crônica, Trompowsky tem o seu trabalho comparado com o do artista holandês Kees Van Dongen⁴⁷.

Figura 40: Crônica social sobre a exposição de Gilberto Trompowsky, no Palace Hotel.



Fonte: *Bazar*, 15 dez. 1931.

⁴⁶ *Bazar*. Rio de Janeiro, ano I, n. 6, dez. 1931, p. 60.

⁴⁷ Kees Van Dongen (1877-1968) ficou conhecido como “o pintor dos bordéis”, pois grande parte das suas obras no início da carreira foram retratos inspirados em prostitutas, cantoras e dançarinas. Depois dessa fase, passou a retratar as mulheres da sociedade europeia. Há muitas aproximações entre os retratos pintados por Van Dongen e Gilberto Trompowsky, como o grande destaque ao vestuário, as cores e entre outros. Disponível em: <https://translate.google.com.br/translate?hl=ptBR&sl=en&u=http://www.theartstory.org/artist-van-dongen-kees.htm&prev=search>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Nas fotografias publicadas, observam-se vários momentos da exposição realizada no Palace Hotel. Na fotografia que ganha a centralidade da página, é perceptível a predominância de mulheres em exposições como do artista Gilberto Trompowsky. Ao fundo, duas telas fixadas na parede se destacam pela grande dimensão. As mulheres estão bem vestidas, usam chapéus, luvas, indumentárias representativas, para a época, de bom gosto e poder aquisitivo elevado. Dessa forma, as fotografias evidenciam que o trabalho de Gilberto Trompowsky era prestigiado por esses grupos favorecidos economicamente da sociedade carioca.

O destaque a ele conferido na *Bazar* sinalizava um movimento de mão dupla no projeto da revista: se, por um lado, seus idealizadores protagonizavam o projeto de serem porta-vozes das elites financeira e letrada do Rio de Janeiro, eram, ao mesmo tempo, personagens dessas elites.

As seções estudadas até então voltadas para as notas sociais não apresentam um título comum ao longo do período pesquisado. Mas, no mês de dezembro de 1931, pela primeira vez uma crônica social recebeu o título de “Mundanismo”. No entanto, seu autor não foi identificado. “Mundanismo” ocupou duas páginas da *Bazar* e apresentou diagramação semelhante à das seções anteriores, compostas por textos e fotografias. As informações textuais e visuais foram divididas em duas colunas.

Os termos *mundano* e *mundanismo*, e suas variações, eram recorrentes na imprensa nacional. “Notas Mundanas” foi uma expressão utilizada diversas vezes n’*O Jornal* para anunciar festas de aniversários, casamentos, reuniões, exposições e eventos no Teatro Municipal do Rio de Janeiro. Outra expressão também muito usual nesse mesmo periódico foi “elegância Mundana” para se referir a eventos, jantares, exposições, bailes, entre outros. Nesse caso, *mundano* referia-se ao desfrute dos jantares, dos bailes e demais eventos festivos realizados e frequentados pelas elites cariocas.

Portanto, a palavra *mundano* e suas variações tinham um sentido positivo e de pertencimento ao cosmopolitismo da cidade. *Mundanismo* também pode ser associado aos bens de consumo de um determinado grupo. Esse consumo poderia ser de roupas, indumentárias, até mesmo de espaços de sociabilidades, onde poderiam circular, serem vistos. “Mundanismo” vinha ao encontro dos interesses dessas elites de serem vistas e de serem notícia nas páginas da revista. Era uma forma de expor o seu modo de vestir

e se portar, tornando públicos os suas formas de sociabilidade em diferentes espaços da capital carioca.

O termo *mundanismo* apareceu uma única vez na *Bazar*, mas posteriormente reapareceu como título de colunas na revista *Ilustração Brasileira*, entre março de 1937 e junho de 1941, e posteriormente na revista *O Cruzeiro*, a partir de 1945 até o final da década de 1950, sempre assinada por Gilberto Trompowsky. Tal constatação permite alguns questionamentos: “Mundanismo”, na *Bazar*, seria uma proposta do próprio Gilberto Trompowsky, diretor artístico da revista, de construir uma coluna nesses moldes, como identidade e característica particular dessa revista? Ou Trompowsky, ao inserir posteriormente o termo como título de colunas nas outras revistas, teria se apropriado de um projeto editorial pensado exclusivamente para a *Bazar*? Neste caso, quais motivações o teriam impelido a levar o termo e esse formato de crônica social às demais revistas?

A primeira alusão do texto é a um evento benéfico promovido em prol da Sociedade de Assistência aos Lázarus, realizado na embaixada Americana e que contou com apresentação de música francesa. O evento teve a presença da Sra. Getúlio Vargas, Sra. Pedro Serrado Filho, Baronesa de Saavedra, Baronesa de Bonfim, Sra. Machado Coelho, senhor e senhora Latif, Baronesa de Bonfim, entre outras.

As duas fotografias publicadas são desse evento (Figura 41). Na primeira coluna, a imagem é da Sra. Darcy Vargas⁴⁸, então primeira dama do Brasil, na saída do evento, como informa a legenda. Deve estar a caminho do carro que a levaria embora, já que se encontra na parte externa da edificação, na companhia de um senhor que segura um guarda-chuva, provavelmente para protegê-la da chuva que caía, como sugere o piso molhado, identificado na imagem pelos reflexos das figuras e da luz.

A fotografia de corpo inteiro da então primeira dama demonstra o interesse do fotógrafo em registrar sua presença e sua imagem. A Sra. Darcy Vargas usava um conjunto de saia na altura do tornozelo e a imagem sugere tratar-se de um evasé ou enviesado em godê, um casaco sobre os ombros e uma blusa de cor diferente das demais peças. Também usava um chapéu com um pequeno detalhe e uma carteira na mão.

Figura 41: A seção “Mundanismo”.

⁴⁸ O papel da primeira dama nos eventos sociais será discutido no segundo capítulo a partir de um conjunto de textos (verbais e visuais) publicado na revista *Ilustração Brasileira* na seção “Mundanismo”.



Fonte: *Bazar*, dez. 1931.

Pelo seu vestuário, deveria ser um evento diurno, já que eventos noturnos pediam trajes de gala e nesse período, a década de 1930, usavam-se vestidos longos. Os tecidos podiam ser cetim, tafetá, lamê, musselina, entre outros⁴⁹, todos eles delicados, finos e de custo elevado. A imagem remete a um momento de organização e cuidado em torno da pessoa de Darci Vargas (Figura 42), e permite supor que o senhor que segura o guarda-chuva poderia ser o segurança pessoal ou o motorista da primeira dama. Outro aspecto que corrobora a tese de a fotografia ter sido realizada no período diurno é que não se identifica o uso de flash nem a presença de sombras noturnas.

⁴⁹ Cf: MOUTINHO, Maria Rita; VALENÇA, Máslova Teixeira. *A moda no século XX*. Rio de Janeiro: Editora Senac Nacional, 2005.

Figura 42: Fotografia de Darci Vargas publicada na seção “Mundanismo” (detalhe).



Fonte: *Bazar*, dez. 1931.

A fotografia apresentada a seguir (Figura 43) foi feita no interior do evento e focou o artista com um violino nas mãos e parte da plateia, que voltava seu olhar para a apresentação do músico mirim.

O instrumento musical tocado pelo garoto, o violino, permite ler sobre a preferência musical desse grupo por elementos da cultura clássica em detrimento de outros instrumentos populares. Essa imagem é emblemática para compreendermos o gosto musical das elites naquele período, na capital da República. O texto menciona ainda uma recepção realizada pelo casal Carlos Guinle em homenagem ao ator e compositor inglês Noel Coward, de passagem pelo Brasil. A esse evento compareceram Helena Guimarães, Sr. e Sra. Alberto Betim Paes Leme, Lulú Alberto de Faria, Sr. e Sra. Jorge Lage, Sr. Jack Sampaio e Sr. Gilberto Trompowsky, diretor artístico da revista *Bazar*. E para finalizar, *Mundanismo* registrou em suas páginas o jantar oferecido pelos Sr. e Sra. Alvaro Teffé na sua residência fidalga, sendo “a última nota de grande

‘chic’ da quinzena que passou”.⁵⁰ Nesse breve texto o colunista objetiva registrar os nomes dos presentes ao evento sem trazer mais informações sobre a ocasião.

Figura 43: Fotografia da apresentação musical realizada na embaixada americana publicada na seção “Mundanismo” (detalhe).



Fonte: *Bazar*, dez. 1931.

Ao analisar as crônicas sociais da *Bazar*, observamos que a grande maioria dos eventos festivos que ganhou destaque na revista contou com a participação de diretores e colaboradores da revista. Acreditamos que a revista também cumpria a função de tornar públicos os trabalhos e locais por onde esse grupo de artistas e intelectuais circulava, o que os promovia. Alguns nomes, como Gilberto Trompowsky, Negra Bernardes Müller, o casal Raul Pedroza, Bellá Paes Lemes, eram recorrentes na revista.

⁵⁰ *Bazar*. Rio de Janeiro, ano I, n. 6, dez. 1931, p. 68.

Esse levantamento permite aventar a hipótese de que um dos projetos da revista era conferir visibilidade a esse grupo artístico e cultural do Rio de Janeiro.

* * *

CAPÍTULO I

Gilberto Trompowsky nas páginas da *Bazar*: de diretor artístico a ilustrador

1.1 O projeto editorial da revista *Bazar*

Neste capítulo é analisada a inserção de Gilberto Trompowsky na revista *Bazar*, na qual atuou como diretor artístico. Serão abordadas tanto sua participação na revista como as relações estabelecidas com outros jornalistas que provavelmente colaboraram para os caminhos que ele percorreu na imprensa ilustrada enquanto cronista social.

A revista ilustrada *Bazar* circulou na cidade do Rio de Janeiro nos anos de 1930 e hoje compõe o acervo da Biblioteca Nacional. Organizada e arquivada no setor de periódicos, essa revista foi colocada em relevo por meio de um projeto institucional intitulado “Periódicos & literatura: publicações efêmeras, memória permanente”¹. Esse projeto, desenvolvido por servidores da Biblioteca Nacional (BN), tem por objetivo organizar e dar visibilidade a publicações efêmeras. Os periódicos foram selecionados, catalogados e disponibilizados para pesquisa. Nesse acervo encontram-se cinco volumes da revista *Bazar*, disponibilizados para consultas e leituras na Biblioteca Nacional.

Oito volumes da revista, incluindo os cinco que estão disponíveis na BN, compõem também o acervo da Fundação Casa de Rui Barbosa, coleção composta de exemplares que datam de setembro de 1931 a janeiro de 1932, parte da coleção Plínio Doyle, e encontram-se em bom estado de conservação.

O primeiro exemplar de *Bazar* foi publicado em 17 de setembro de 1931. Sobre o seu lançamento, o jornal *Correio da Manhã*² do dia 29 de agosto de 1931 publicou uma reportagem intitulada “O próximo apparecimento de ‘Bazar’”. A matéria informava o que seria essa nova publicação, a partir de uma “palestra” proferida por um dos seus diretores, Edmundo Lys, ao correspondente do jornal. De acordo com o jornal, o magazine, conforme o grupo denominava essa publicação, era aguardado por todos com muito interesse, pois

¹ Este projeto foi desenvolvido por servidores da Biblioteca Nacional e tem o objetivo de organizar e selecionar periódicos que fazem parte do acervo da Biblioteca Nacional que ainda não tinham sido disponibilizados para pesquisa.

² *Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, 29 ago. 1931, p. 7.

... há muitos dias já, desde que na fachada do edifício de “O Jornal” as velas entumecidas do gaz-neon marcaram em verde a palavra “Bazar”, toda a cidade vive da curiosidade por essa revista também anunciada por alguns cartazes de Gilberto Trompowsky [...] e prometida como um acontecimento artístico, intelectual e mundano.³

Tudo indica que houve um investimento em publicidade em torno do lançamento da revista, com cartazes e faixas espalhados pela cidade, o que teria, segundo o jornal, despertado curiosidade e expectativa na sociedade carioca pela publicação. Foram recorrentes também em alguns jornais do período anúncios publicitários informando sobre o lançamento da *Bazar*.

Ainda na mesma matéria, Edmundo Lys salienta que o projeto de criação de “Bazar nasceu num cook-tail” no Palace Hotel. Ele, juntamente com um grupo de amigos, em conversa, consideraram a possibilidade de criar uma revista que pudesse transitar entre o *Jornal das Moças*⁴ e *A Ordem*. Dessa forma, a *Bazar* foi idealizada por uma elite intelectual e voltada para uma elite intelectual e financeira, e buscou distanciar-se das revistas de grande circulação e de caráter mais popular como as duas mencionadas.

As revistas são compreendidas como veículo de ideias e de intervenção no espaço público e trazem em seu bojo disputas em torno de interpretações de um determinado tempo, sejam elas políticas, estéticas ou artístico-culturais. Dessa forma, *Bazar* é entendida como um produto artístico-cultural que se insere num debate com as demais publicações do período, disputando um lugar e uma identidade de destaque na imprensa brasileira.

Sobre esse lugar em que a *Bazar* deseja se firmar no circuito da imprensa ilustrada, foi publicada uma reportagem em *O Cruzeiro*, que afirmava:

Bazar é a primeira tentativa em grande escala que se faz entre nós para dotar a imprensa nacional de uma revista que risque do seu programa o cinema, a caricatura política e a colaboração primacial do repórter fotográfico, que se destine, enfim, altivamente, a não ser popular.⁵

³ *Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, 29 ago. 1931, p 3.

⁴ Pertencente ao gênero das revistas ilustradas, o *Jornal das Moças* era publicada semanalmente na cidade do Rio de Janeiro pela Editora Jornal das Moças Ltda. Ficou em circulação entre maio de 1914 a dezembro de 1961 e era voltada, obviamente, para o público feminino.

⁵ *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, ano III, n. 45, set. 1931, p. 44.

Nesses dizeres, fica explícito o interesse do grupo editorial da *Bazar* de se constituir enquanto um periódico voltado para o gosto burguês. Para tanto, buscava distanciar-se de temas comuns em periódicos da época, como o cinema. Provavelmente, para os editores da *Bazar*, o cinema não era considerado arte, mas, sim, um “produto” industrial, portanto não ganharia as páginas da *Bazar*, visto que ela era uma publicação de arte e literatura, como os seus editores a definiam.

Bazar também se opunha ao espaço que os “repórteres fotográficos” vinham conquistando nas revistas ilustradas, como ocorreu no caso da revista *O Cruzeiro*. Nesse periódico, um dos pioneiros a lançar mão do fotojornalismo, as fotografias em grande dimensão e instantâneas ganharam espaço privilegiado nas publicações.

Na tentativa de se opor a essa tendência do “repórter fotográfico”, *Bazar* utilizou um número reduzido de fotografias, que eram, na sua maioria, fotos posadas e, em alguns casos, feitas em estúdio. Provavelmente a fotografia posada e em estúdio era compreendida pelos editores da *Bazar* como obra de arte, pois nesse processo o fotógrafo intervinha mais no processo de registro das imagens.

Muitas das fotografias publicadas na revista apresentam semelhanças com os retratos artísticos da virada do século XIX para o XX (Figura 1), período em que os fotógrafos-artistas buscavam representar uma pessoa de importância na sociedade colocando em evidência suas qualidades, funções e prestígio.⁶

Ainda sobre o projeto da *Bazar*, Edmundo Lys, em entrevista publicada na revista *O Cruzeiro*, diz:

uma revista literária que fosse o celebre..... da vida carioca, sem caricaturas de Angelo Agostini e de seus discípulos há meio século tomando espaço por ali. Uma publicação para as expressões urbanas mais elegantes, mais frívolas, mais bem vestidas⁷

De acordo com Edmundo Lys, *Bazar* buscava distanciar-se dos traços do italiano, naturalizado brasileiro, Ângelo Agostini. Fundador da *Revista Ilustrada* (1876-1889)⁸, Agostini materializava o seu tom crítico e sarcástico nas páginas da revista, defendendo

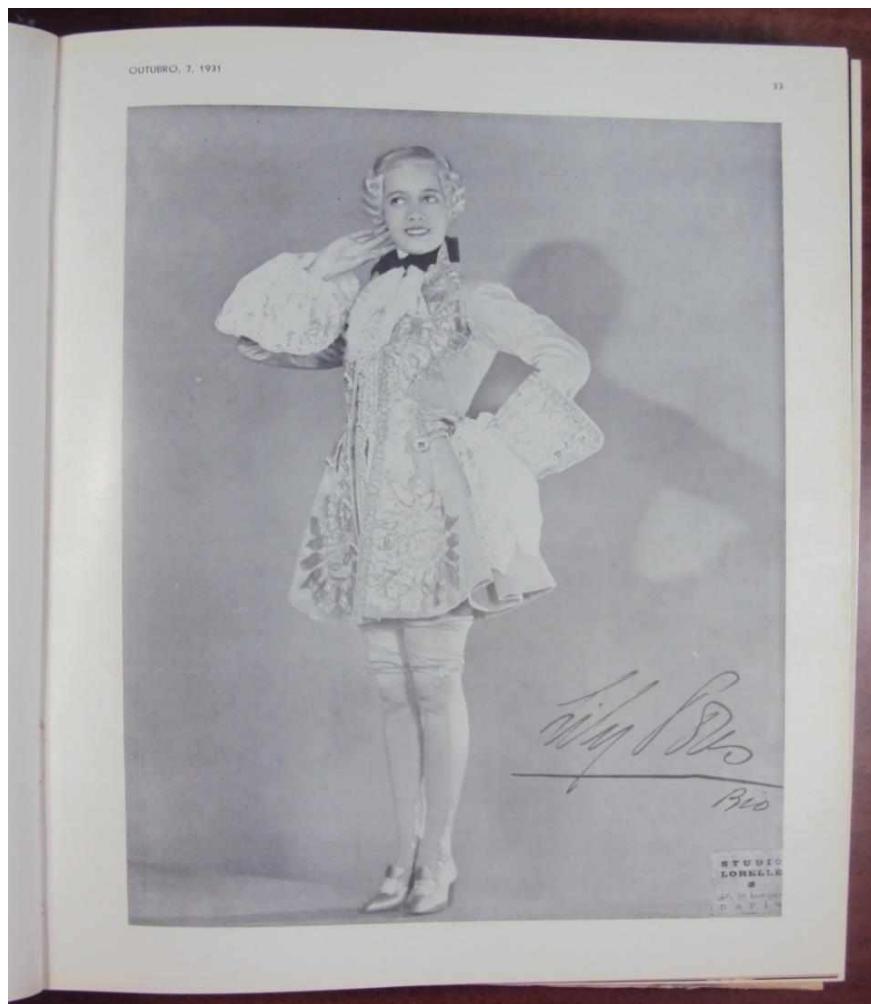
⁶ BORGES, Maria Eliza Linhares. *História & fotografia*. Belo Horizonte: Autêntica, 2011, p. 44.

⁷ *Idem*.

⁸ Vale destacar que Ângelo Agostini, antes de fundar a *Revista Ilustrada*, publicou dois periódicos, *Diabo Coxo* (1864-1865) e *Cabrião* (1866-1867), ambos em São Paulo, e ainda textos e caricaturas nos periódicos *Mosquito* e *Vida Fluminense*.

seus ideais liberais, como a emancipação dos escravos, a república e o desenvolvimento da indústria⁹.

Figura 1: Fotografia publicada na *Bazar*.



Fonte: *Bazar*, segunda edição, 7 out. 1931.

Na tentativa de se opor a Ângelo Agostini e seus “discípulos”, *Bazar* coloca em relevo os feitos da elite carioca, os seus espaços de circulação, os acontecimentos marcantes “entre o grill-room do Copacabana e o foyer do Municipal, os poemas e as chronicas, os desenhos dos artistas novos...”¹⁰.

⁹ SANT'ANNA. Benedita de Cássia Lima. *D'O Brasil Ilustrado (1855-1856) à Revista Ilustrada (1876-1989) - Trajetória da imprensa periódica literária ilustrada fluminense*. Jundiaí: Paco Editorial, 2011, p. 212.

¹⁰ *Correio da Manhã*. Rio de Janeiro, 29 ago. 1931, p. 3.

Dessa forma, a revista *Bazar* projetava um lugar de destaque na imprensa nacional, colocando-se como um projeto editorial que destoava das demais publicações do período. Conforme matéria publicada no dia de seu lançamento, era voltada para os “aristocratas do pensamento”¹¹, ou seja, destinava-se a uma elite intelectual/artística e financeira e se propunha a colocar em relevo a “ostentação variada de todos os aspectos da vida mundana, intelectual e artística do Rio¹²”. Tudo indica que foi pensada como um espaço para divulgar e reafirmar valores e gostos burgueses dessas elites intelectual e artística.

Dessa forma, *Bazar* era uma revista artística e literária que abordava temas como artes, arquitetura, decoração, esportes, literatura (poemas, crônicas e romances) e um grande número de crônicas sociais. Era impressa na cidade do Rio de Janeiro, nas oficinas d’*O Cruzeiro*, e sua capa era confeccionada e impressa por Litho Typografia Fluminense. Com a dimensão de 24cm x 30cm, sua capa era confeccionada em papel pardo e o miolo, em papel couché, materialidade que lhe conferia uma qualidade gráfica que a diferenciava das demais publicações do período.

Bazar era publicada quinzenalmente, à exceção do mês de dezembro de 1931, que contou com apenas uma publicação especial de Natal, e poderia ser adquirida por meio de assinatura anual ou por venda avulsa de seus exemplares. Cada publicação custava inicialmente 5\$000 e os números atrasados poderiam ser adquiridos por 10\$000.

A partir da edição de dezembro de 1931, esse valor diminuiu, passando ela a custar o equivalente a 3\$000. Sobre a redução do valor, da revista lançou uma nota com os seguintes dizeres:

Após a tiragem de seu serio numero, “Bazar” pôde tirar uma série de providencias tendentes a, de qualquer fórmula, retribuir o apoio e o prestígio que o público e o alto comercio do Brasil e estrangeiro nos tem positivado desvanecedoramente. Entre tais providências ressalta a diminuição do preço de venda avulsa e de assinaturas as quais daqui em diante pela seguinte tabela: Número avulso – 3\$000, Atrasado – 5\$000 e Assinatura anual – 70\$000.¹³

De acordo com a nota, o valor da revista sofreu diminuição em função do sucesso de vendas e também graças ao “alto comercio do Brasil e estrangeiro”, provavelmente uma referência aos anunciantes na revista. Conforme os editores, a

¹¹ *O Jornal*. Rio de Janeiro, 17 set. 1931, p. 2.

¹² *Idem*.

¹³ *Bazar*. Rio de Janeiro, ano I, n. 6, dez. 1931, p. 65.

diminuição no preço não traria prejuízos à qualidade da impressão, algo que foi mantido nas demais publicações de janeiro de 1932.

Acreditamos que provavelmente a redução do preço da revista ocorreu justamente para aumentar as suas vendas. Para se ter uma ideia do alto custo da *Bazar*, tomamos como exemplo o valor de outras revistas publicadas no período. Uma delas, o quinzenário *Jornal das Moças*, de que *Bazar* buscava se distanciar, custava 1\$000, e o semanário *O Cruzeiro*, 1\$500. Tomando como referência o valor inicial da *Bazar*, 5\$000, e as demais publicações *Jornal das Moças* e *O Cruzeiro*, aquela chegava custar cinco vezes mais do que o *Jornal das Moças* e mais de três vezes do que *O Cruzeiro*.

Seu custo elevado estava provavelmente associado à qualidade gráfica, como o papel couché (utilizado no miolo), as capas todas ilustradas e coloridas, além de as ilustrações no interior da revista também serem reproduzidas em cores. Isso contribuía para que tivesse um valor mais alto comparada a outras revistas do mesmo período. O valor também selecionava o público leitor, que precisaria ter um poder aquisitivo mais elevado.

Seus exemplares tinham em média 47 páginas, à exceção da edição de dezembro de 1931, que teve 78 páginas. A direção do periódico estava sob o comando dos jornalistas Victor Carvalho, Miguel Barrozo do Amaral e Sérgio Miranda, a direção artística a cargo de Gilberto Trompowsky, e o jornalista e poeta Edmundo Lys¹⁴ assumiu a função de diretor secretário.

O diretor Victor Carvalho circulava em outros periódicos, atuando como colaborador do jornal *Diário da Noite* com a coluna *No municipal*, espaço reservado para noticiar os eventos ocorridos no Teatro Municipal durante os anos de 1930. No mesmo periódico, assinava outra coluna com o nome *Bazar* sob o pseudônimo de Marcos André. Nesse espaço, comentava sobre os eventos festivos realizados nas noites cariocas, ressaltando os nomes das pessoas presentes e tecendo comentários sobre o evento, uma espécie de crônica social.¹⁵

Além desses dois jornais em que Victor Carvalho atuava, ele também tinha uma seção na revista *O Cruzeiro* intitulada “Pêle-Mêle Rio”. Nessa seção, Marcos André, como

¹⁴ O nome Edmundo Lys foi o pseudônimo adotado pelo jornalista e poeta Antônio Gabriel de Barros Valle. Juntamente com o caricaturista Angelo Biggi criou, na cidade mineira de Juiz de Fora, uma revista chamada *Silhueta*.

¹⁵ *O Jornal*. Rio de Janeiro, 2 maio 1930, p. 3.

ele assinava, falava dos eventos festivos promovidos e frequentados pela elite política e intelectual do Rio de Janeiro. Vale destacar que a revista *O Cruzeiro* e *O Jornal* pertenciam à empresa Diários Associados, de Assis Chateaubriand¹⁶, proprietário também do *Diário da Noite*. Ambos os jornalistas mantiveram vínculos nas empresas de Chateaubriand concomitantemente à atuação na *Bazar*.

Conforme a historiadora Tânia Regina De Luca, a colaboração simultânea em vários periódicos era uma prática comum no meio editorial durante a década de 1930. Isso é apresentado pela autora em seu estudo sobre a *Revista do Brasil* (3^a fase), ao analisar a circulação dos colaboradores da revista, chamando a atenção para alguns nomes como Austresérgilo de Athayde, Barreto Leite Filho e Valdemar Cavalcanti, que publicavam na *Revista do Brasil* e em outros periódicos do grupo *Diários Associados*.¹⁷

A revista *Bazar* tinha um comitê de colaboradores permanentes, formado por Alvaro Moreira, pela artista plástica Bellá B. Paes Leme¹⁸, Fellipe d'Oliveira, Francis de Croisset, Guilherme de Almeida, Henrique Pongetti, Lúcio Costa, Olegário Mariano, Ribeiro Couto, Manoel Bandeira, Sylvia de Bettencourt, Negra Bernardez Müller e Peregrino Junior, e se manteve inalterado até janeiro de 1932.

Muitos desses nomes desfrutavam de prestígio no meio artístico e intelectual do período, como o bacharel em direito e jornalista Guilherme de Almeida. Com uma vasta produção, como poesias, traduções, prosa e ensaios, ele também havia participado de outros projetos editoriais, como o da *Klaxon, mensário de arte moderna*, publicado na *Revista do Brasil* no período de maio de 1922 a janeiro de 1923¹⁹. Além de *Klaxon*, Guilherme de Almeida também colaborou com a revista carioca *Estética*, publicada entre setembro de 1924 e junho de 1925. Manoel Bandeira também foi outro artista de

¹⁶ Chateaubriand foi proprietário do maior império de comunicação da América Latina. Além dos jornais e revistas, Chatô, como ficou conhecido, controlava também emissoras de Televisão e rádio. Homem de prestígio na sociedade brasileira, tinha “alavancas” e soube negociar e articular os seus interesses com o governo, empresários e banqueiros, utilizando sua cadeia de revistas e jornais para favorecer amigos e interesses pessoais e prejudicar os seus desafetos pessoais e políticos.

¹⁷ DE LUCA, Tânia Regina. *Leituras, projetos e (Re)vistas(a) do Brasil (1916 – 1944)*. São Paulo: Editora Unesp, 2011, p. 205.

¹⁸ Izabel Betim Paes Leme estudou artes plásticas na Escola de Belas Artes, onde se formou em 1927. Frequentou também o curso de pintura oferecido por Pedro Correia de Araújo no Rio de Janeiro e, na França, estudou no Ateliê de André Lhote em 1936. Bellá, como ficou conhecida, consagrou sua carreira artística atuando na elaboração de cenário e figurino a partir de 1940.

¹⁹ Para mais informações sobre o *Klaxon, mensário de arte moderna*, ver: DE LUCA, *op. cit.*

renome nacional que colaborou com a revista *Bazar*. Crítico de arte, o poeta também atuou em outras revistas, como *Movimento Brasileiro* e *Estética*, durante a década de 1920.

Na primeira edição da *Bazar*, as ilustrações foram elaboradas quase que exclusivamente pelo então diretor artístico da revista, Gilberto Trompowsky. A partir da segunda edição, além de Gilberto Trompowsky, *Bazar* contou com a colaboração de outros artistas, como Cândido Portinari, Raul Pedroza, Olga Mary, Navarro da Costa, Lula, Ismael Nerry, Anita Mafalti, Joanita Blank e Guevara, tanto para ilustrações no corpo da revista quanto para ilustrações das capas²⁰.

Nos acervos pesquisados não consta nenhuma informação sobre o período de circulação da revista *Bazar*. Algumas pistas sobre sua trajetória aparecem no periódico *O Jornal*²¹, na edição de 3 de abril de 1932. De acordo com o jornalista Peregrino Júnior, algumas revistas ilustradas estrangeiras, como *Vogue* e *Hermes*, eram sinônimos de elegância e refinamento. Ainda na avaliação de Peregrino, no Brasil não havia publicações concorrentes delas, pois as revistas brasileiras “não prestavam”; no entanto ressaltou que a “Bazar era uma revista brasileira e nem por isso deixou de ser uma tentativa interessante”²².

Nessas palavras, Peregrino Júnior dá pistas do curto período de circulação da revista *Bazar*. Isso porque, ao mencioná-la, em abril de 1932, estava se referindo a um periódico que havia saído de circulação. Tomando como referência a data da primeira edição (setembro de 1931) e a matéria publicada em abril de 1932, provavelmente a *Bazar* foi publicada aproximadamente por seis meses.

²⁰ Das oito edições da revista *Bazar* consultados para essa tese, quatro delas tiveram suas capas ilustradas por Gilberto Trompowsky. Além dele, outros artistas nacionais e internacionais também colaboraram com as capas da revista. Um deles foi Paul Colin (1892-1985), artista francês que trabalhou aproximadamente por quatro décadas produzindo cartazes para teatro, cenários e figurinos, com forte relação com a *art déco*. Vale ressaltar que a capa da revista *Bazar* de 21 de outubro de 1931 é uma reprodução do cartaz da peça *Shanghai* de John Colton. Outro artista que ilustrou capa para a revista *Bazar* foi Lula, o nome adotado pelo artista pernambucano Luiz Gonzaga Cardoso Ayres (1910-1987). Sua formação iniciou-se aos 12 anos de idade, auxiliando o alemão Heimrich Moser em seu ateliê em Recife. Frequentou informalmente a Escola Nacional de Belas Artes no Rio de Janeiro, além de ser aluno de desenho e pintura de Carlos Chambelland. Durante a sua carreira atuou em diversas frentes de trabalho como cenografia, pintura de painéis e caricaturista/ilustrador da revista *Para Todos*. Além da capa elaborada para a *Bazar*, Lula também ilustrou textos da revista, como na edição de dezembro de 1931, e teve uma tricromia publicada na edição de janeiro de 1932. Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa10279/lula-cardoso-ayres>. Acesso em 27/01/2017.

²¹ *O Jornal*. Rio de Janeiro, 3 abr. 1932.

²² *Idem*, p. 5.

Não se sabe ao certo que motivos contribuíram para o encerramento da *Bazar*, mas pode-se aventar algumas hipóteses, como dificuldades econômicas para manter a publicação em função do alto custo da revista, ou desavenças e/ou posições divergentes entre membros do grupo editorial, o que poderia ter levado ao rompimento. Ainda a ser considerada é a conjuntura no pós-30, quando o Estado passou a se aproximar mais da elite letrada, absorvendo-a em várias frentes de trabalho do setor público.²³

Sobre a longevidade das revistas ilustradas no Brasil no século XX, Tânia De Luca salienta que, até o início dos anos de 1930, era comum a trajetória de revistas não ultrapassar o número de seis edições²⁴. De acordo com a autora, os mensários e quinzenários que apresentaram uma curta duração foram *Verde, Revista de Antropofagia, Festa, Movimento Brasileiro, Dom Casmurro, Cultura Política*. A revista *Nova* foi um dos poucos periódicos que conseguiu ser publicado durante pouco mais de um ano.

De acordo com De Luca, para compreender esse processo de “progressivo esmaecimento da sincronia entre fundação/desaparecimento/fundação de periódicos literários e/ou culturais”²⁵, é preciso analisar concretamente cada publicação, atentando para questões como grupo editorial do periódico, materialidade e conteúdo publicado.

De Luca também chama atenção para o debate estabelecido por essas publicações em torno do moderno, considerando desde a publicação de *Klaxon* (1922) à *Revista Nova* (março de 1931 a dezembro de 1933). Justamente no período de circulação da *Revista Nova* é que a *Bazar* foi lançada, propondo-se a ser uma publicação moderna e voltada para um público específico, a elite.

1.2 As seções da *Bazar*

As seções de *Bazar* não eram fixas. Houve algumas que permaneceram em mais de uma edição de forma contínua, mas outras mudavam a cada publicação. Houve também seções que apareceram apenas uma vez em todas as edições.

Uma das seções recorrentes na *Bazar* foi “De S. Paulo”, que estabelecia a interlocução da capital carioca com a província de São Paulo. Os textos apresentavam a cidade de São Paulo de uma maneira bem positiva e grandiosa. Juntamente com eles,

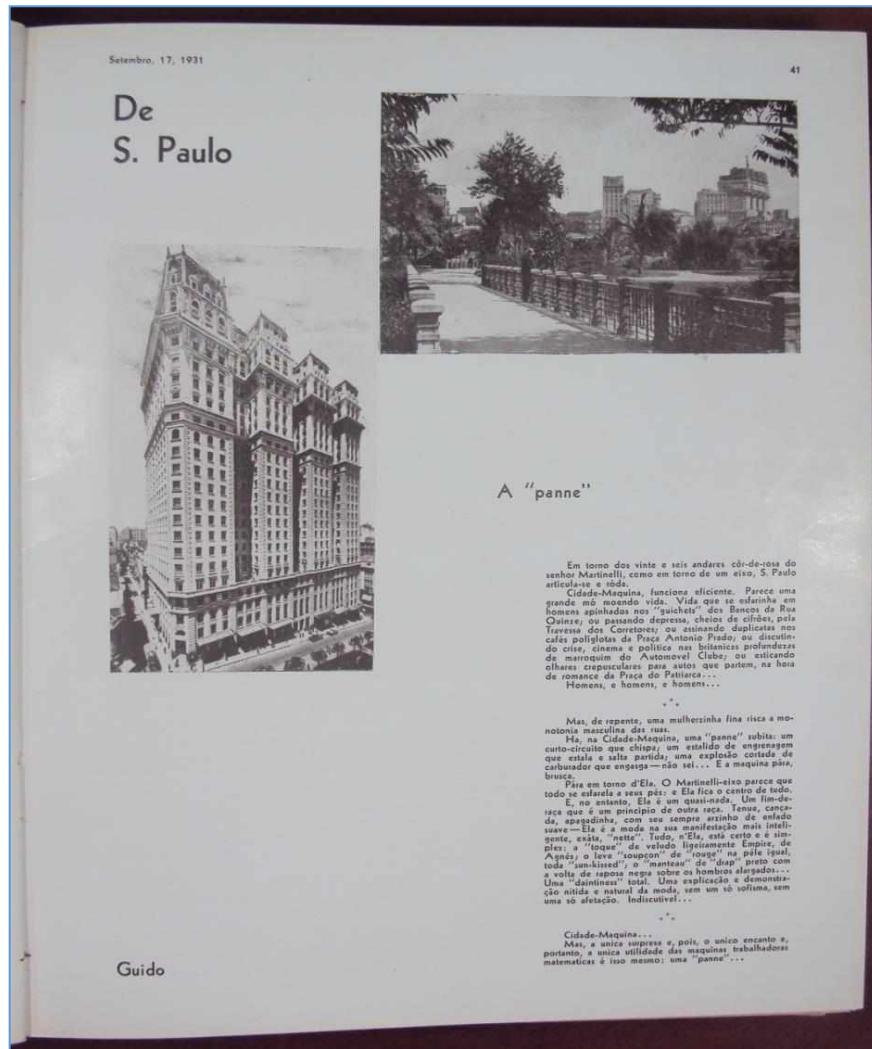
²³ MICELLI, Sergio. *Intelectuais à brasileira*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001, p. 209.

²⁴ DE LUCA, *op. cit.*, p. 104.

²⁵ DE LUCA, *op. cit.*, p. 71.

eram publicadas fotografias da cidade que dialogavam com as informações textuais. O correspondente de São Paulo para o magazine *Bazar* era Guilherme de Almeida, que assinava, com o pseudônimo Guido, textos que versavam de maneira poética sobre o cotidiano da cidade, seus monumentos e espaços públicos.

Figura 2: Página da seção “De S. Paulo”, publicada nos quatro primeiros exemplares de *Bazar*.



Fonte: *Bazar*, 17 set. 1931.

O interior das residências também se estampava nas páginas de *Bazar*. Embora sem um título comum em todos os exemplares, pelo conteúdo se pode perceber que a decoração de interiores era um assunto recorrente na revista. Na edição de 7 de outubro de 1931, sob o título “A casa de um artista”, a narrativa conduz o leitor pelos cômodos

da residência do arquiteto Fernando Valentim, surpreendendo-o com a decoração e os objetos dispostos na casa, como no trecho a seguir: “Um grande tapete persa. Dois candelabros de ferro batido. Mais duas cortinas pesadas de veludo grená, uma para o vestuário, outra para o elevador que nos faz subir ao nível da casa lá no alto”.²⁶

Além do espaço da casa, a reportagem também faz referência à formação de Valentim na Escola de Belas Artes e a seu talento como arquiteto. Ainda destaca o seu anonimato, mas profetiza que será no futuro um dos maiores arquitetos do Brasil. Fernando Valentim, durante a sua carreira nos anos de 1930, 1940 e 1950, estabeleceu várias parcerias com Gilberto Trompowsky na realização de projetos decorativos para o Teatro Municipal e peças teatrais.

Figura 3: Páginas da reportagem “A casa de um artista”.



Fonte: *Bazar*, 7 out. 1931.

²⁶ Bazar. Rio de Janeiro, ano I, n. 2, out. 1931, p. 37.

Figura 4: Páginas apresentando o projeto e construção de Gregori Warchavchik.



Fonte: *Bazar*, 4 nov. 1931.

As duas páginas dedicadas a narrar o interior da casa de Valentim também eram compostas de imagens. No total foram publicadas três fotografias de dimensões variadas, o que permitia ao leitor complementar a sua leitura com a visualidade do espaço narrado.

Tal reportagem aponta para uma questão da classe social que a revista *Bazar* privilegiava, ou seja, uma elite intelectual/econômica, o que não era identificado apenas no nível físico, mas também em valores como refinamento e elegância, típicos da classe burguesa. Alguns elementos como o lustre e o candelabro retomam uma tradição europeia, no entanto os traços arquitetônicos remetem à modernidade: traços retos, espaços com poucos móveis, mas de destaque. Dessa forma, compreendemos que essa elite transitava entre o luxo e signos de uma tradição e a modernidade.

Um simples título, juntamente com várias imagens publicadas na edição de 4 de novembro, também traz à tona o ambiente doméstico a partir do projeto arquitetônico

de Gregori Warchavchik. Os ambientes fotografados colocam em relevo as referências na organização de espaço e decoração para o público consumidor.

Na edição de 21 de outubro, *Bazar* anuncia a participação de um novo colaborador da revista chamado Patrick, com uma série de artigos sobre o “gosto-de-morar”. Nesse primeiro texto, Patrick fala das limitações do trabalho do arquiteto pelas imposições que os clientes faziam no momento de executar seus projetos. Para Patrick os arquitetos têm em raras ocasiões liberdade de expressar suas ideias. Tece consideração sobre o trabalho do arquiteto moderno, que, segundo ele, é um “...homem prático que não vai encarecer a sua obra com anjinhos e molduras e pensa que uma sala bem proporcionada e arejada é o ideal.”²⁷ Patrick prossegue salientando que uma casa moderna é aquela funcional e simples, que se distancie dos rebuscamientos e das “colunas retorcidas”.

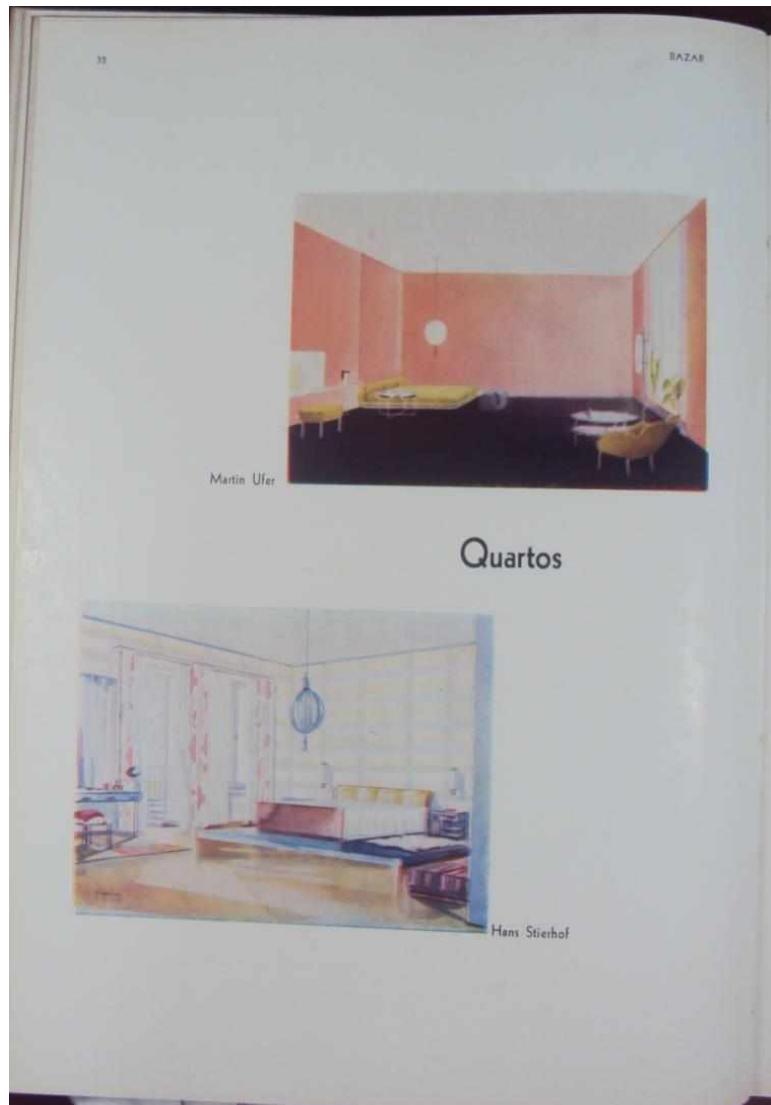
Patrick opina também sobre a decoração dos quartos, que, na grande maioria, são sobrecarregados de ornamentos, como no século XVIII, o que dificultaria a higienização e organização do espaço, visto que naquele período os preceitos higienistas eram pouco considerados. Os quartos mencionados por Patrick são representados em imagens ao lado do texto (Figura 5). A imagem na parte superior da página seria representativa do quarto moderno, de acordo com Patrick. Ambas trazem ambientes limpos, desprovidos de ornamentos em excesso, funcionais, claros, a luz entra pela janela e inunda os ambientes.

A partir das colocações de Patrick, podemos dizer que a revista buscava divulgar e formar gostos e padrões de comportamento compreendidos como modernos. Na concepção do colaborador da revista, uma construção moderna era aquela que aglutinava três elementos: “economia, conforto e o máximo de durabilidade”²⁸, e ainda deveria se distanciar de elementos de outros tempos, como o rebuscamento e os ornamentos. Estes elementos apontam para o papel da revista na construção de um gosto burguês, da elite brasileira que valorizava a exclusividade e a elegância.

²⁷ *Bazar. Rio de Janeiro*, ano I, n. 2, out. de 1931, p. 33.

²⁸ *Idem*.

Figura 5: Esboços de quartos.



Fonte: *Bazar*, 21 out. 1931.

O esporte também fazia parte das seções de *Bazar* a partir da segunda edição. Nesse espaço, privilegiavam-se imagens e textos sobre diferentes modalidades esportivas consideradas modernas. A seção dava destaque para eventos variados, como competições oficiais, ou pessoas comuns realizando alguma atividade esportiva, o que reafirma o caráter de destaque social da revista.

No decorrer da trajetória de *Bazar*, essa seção foi reconfigurada e passou a publicar uma reportagem sobre esporte sem mencionar o tema no título, como ocorreu nas edições anteriores. Mesmo com essas reformulações, as imagens ainda eram os

grandes destaque. As modalidades esportivas que nela apareceram com mais frequência foram ginástica, golf e canoagem.

Figura 6: Página da seção “Esporte”. As imagens são de atletas alemãs realizando saltos, uma modalidade esportiva moderna, segundo a *Bazar*.



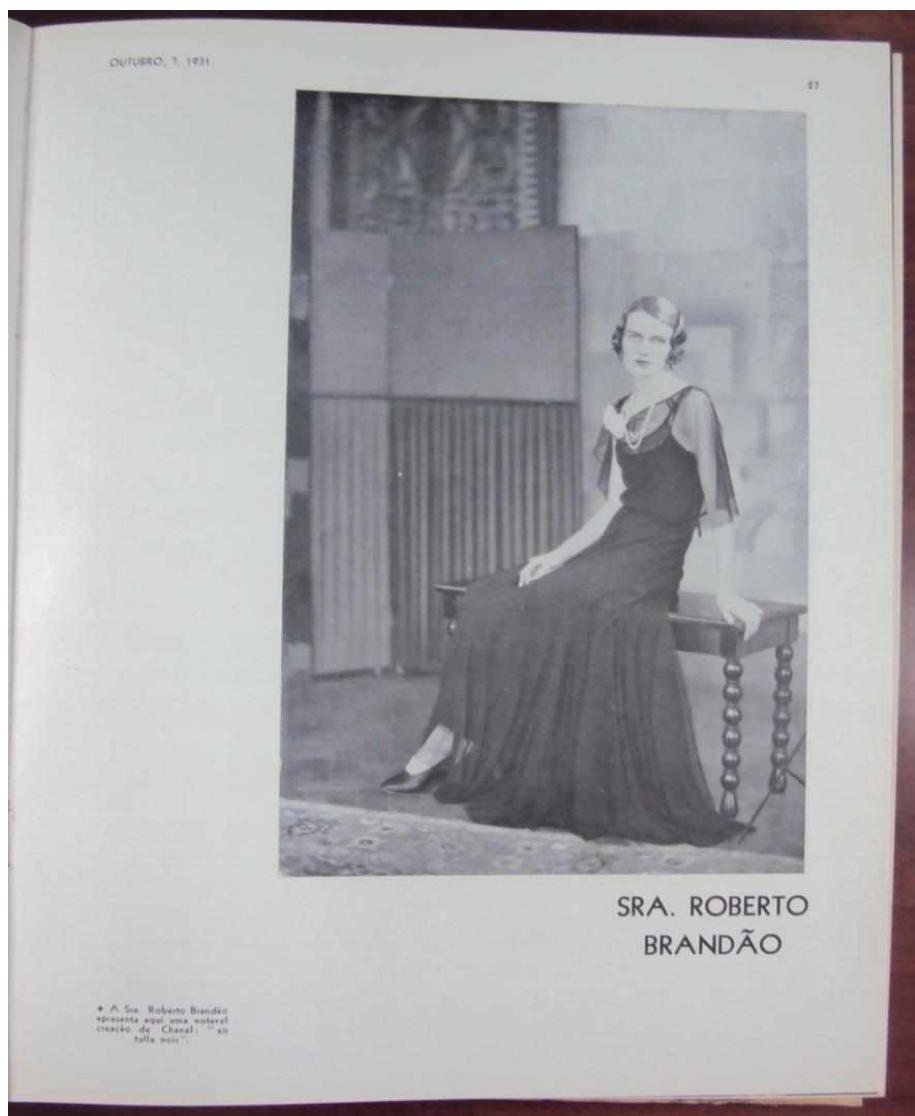
Fonte: *Bazar*, out. 1931.

Além de textos, *Bazar* continha muitas imagens fotográficas do cotidiano da elite carioca, ilustrações de textos e campanhas publicitárias. Era comum a reprodução de fotografias de personalidades da sociedade carioca e paulista. Títulos alusivos às imagens publicadas eram inseridos logo abaixo delas. Na maioria das vezes, eles se reportavam a mulheres da elite do Rio de Janeiro e São Paulo, evidenciadas como

sinônimo de elegância feminina e bom gosto. Muitos deles privilegiavam a descrição das roupas usadas por elas.

A cada edição de *Bazar*, as imagens fotográficas de personalidades da sociedade acompanhadas de comentários variavam em número, podendo oscilar de uma a três em um mesmo exemplar. As dimensões das imagens também não seguiam um mesmo padrão, mas, em todas as edições, ganhavam mais destaque do que os textos. As fotografias publicadas eram de autoria dos fotógrafos Nicolas e Max, informação divulgada no sumário da própria revista.

Figura 7: Senhora Roberto Brandão vestindo uma criação de Chanel.



Fonte: *Bazar*, 7 out. 1931.

Figura 8: Senhora Flávio da Silveira.



Fonte: *Bazar*, dez. 1931.

Bazar reservava também um amplo espaço para a literatura em geral. Eram publicados contos, poemas, romances de vários artistas, jornalistas e intelectuais do período, como Renato de Almeida, Ribeiro Couto, Edmundo Lyz, Carlos Drummond de Andrade, Manoel Bandeira, Raul Pedrosa, Herman Lima, Peregrino Júnior, Henrique Pongetti, Graça Aranha, entre outros.

Eram habituais também textos de opiniões e críticas especializadas sobre espetáculos teatrais, exposições de arte e outros eventos artísticos. *Bazar* também publicou diversos textos em francês e inglês. Tais conteúdos remetem ao gosto refinado e erudito valorizado pelos seus editores.

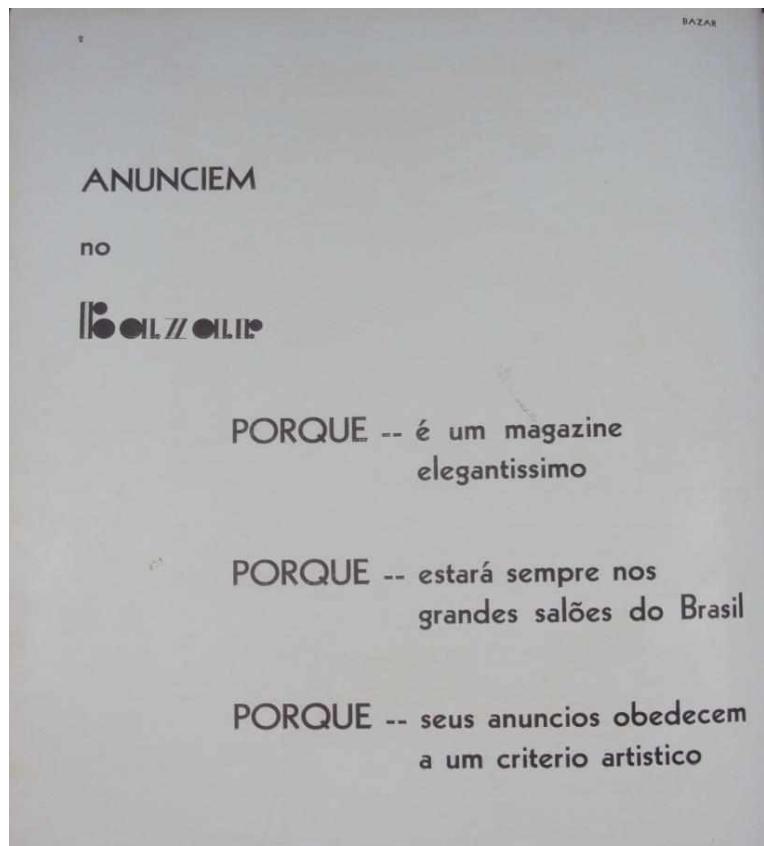
Ainda demonstrava grande interesse pelas artes plásticas. Eram frequentes, em suas edições, notas e/ou reportagens sobre artistas plásticos e exposições por eles

realizados. Alguns dos artistas brasileiros que colaboraram com a revista foram Olga Mary, Navarro da Costa, Bellá, Gilberto Trompowsky, Cândido Portinari, Anita Malfati. A participação deles na *Bazar* se dava em diversas frentes, ora ilustrando os textos, capas e/ou anúncios publicitários, ora tinham as obras publicadas em tricromias. Havia também um espaço voltado para pintores internacionais, como Pablo Picasso, Jean Gabriel Domergue, entre outros.

1.3 A atuação do artista/ilustrador Gilberto Trompowsky na publicidade da *Bazar*

Na primeira edição de *Bazar*, foram anunciadas as possibilidades e as oportunidades de espaços para publicidade. Com o intuito de chamar a atenção do público leitor para esses espaços, são destacados três aspectos valorizados pelo público a quem pretendia se dirigir:

Figura 9: Chamada de anúncio da *Bazar*.



Fonte: *Bazar*, 17 set. 1931.

As chamadas para a publicidade eram recorrentes e deixavam claro qual era o público leitor privilegiado: uma “elite social”, econômica e intelectual de gosto refinado e moderno. Na imagem seguinte, publicada como chamada para anunciantes na antecapa da edição de novembro de 1931, há a imagem de duas senhoras elegantes e bem vestidas, com a revista *Bazar* nas mãos. Essa imagem buscava representar o público leitor da revista, preferencialmente feminino, elegante e bem sucedido economicamente.

Figura 10: Antecapa de uma edição da *Bazar*.



Fonte: *Bazar*, 4 nov. 1931.

Além de a imagem forjar uma representação desse público leitor, os dizeres que o acompanham também convidam os comerciantes para anunciar seus produtos:

Bazar tem seu núcleo de leitoras formadas na elite social brasileira e nas colônias estrangeiras de Rio e São Paulo. É a esse público que será apresentado o seu anúncio, desde que esteja numa página de Bazar.²⁹

Tudo indica que os espaços de *Bazar* para publicidade foram ganhando mais adeptos com os constantes anúncios que a revista fazia a cada edição. Na sua primeira edição, de setembro de 1931, a revista tinha um total de onze anúncios publicitários, que se concentravam nas páginas finais da revista. Entre os anunciantes estavam as modistas (costureiras), antiquários, como Marques dos Santos, a Clínica de Beleza Dr. Pires, anunciada em todas as edições da revista, a companhia de cigarro Souza Cruz e a loja Leandro Martins e decoradores, entre outros.

Na edição de outubro de 1931, a quantidade de anunciantes manteve-se a mesma da edição de setembro, mas com relação aos espaços destinados para os anúncios houve mudanças. Se em setembro os anúncios publicitários apareceram após o sumário e ao final da revista, incluindo a contracapa, na edição de outubro a publicidade aparece logo na primeira página, antes mesmo do sumário, e ao longo da revista, em meio às reportagens. Esses anúncios passaram, com o tempo, a ganhar mais espaço, o que lhes conferiu uma importância ímpar, visto que eram uma importante fonte de recursos. Além da inserção dos anúncios publicitários ao longo da revista, o espaço que ocupavam também sofreu alterações: se na edição de setembro esses espaços eram divididos, chegando a quatro anunciantes numa mesma página, na edição de outubro cada anúncio ganhava uma página inteira.

As publicidades na revista eram na sua maioria ilustrações coloridas, o que lhes conferia destaque e visibilidade. Grande parte delas era ilustrada por Gilberto Trompowsky, então diretor artístico da revista. Na edição de setembro, a página foi dividida em quatro partes iguais, com os seguintes anunciantes: modistas (costureiras), Vicente Decaro, lojas de roupas e o antiquário Marques dos Santos. Já na edição de outubro, a mesma modista, Julieta, que anunciou em setembro em um espaço correspondente a 1/4 da página, tem um anúncio de página inteira.

²⁹ *Bazar*, Rio de Janeiro, ano I, n. 4, nov. 1931.

Figura 11: Quatro anúncios.



Fonte: *Bazar*, set. 1931.

Figura 12: Publicidade da modista Julieta.



Fonte: *Bazar*, out. 1931.

Pode-se supor que o espaço maior reservado à campanha publicitária da modista estivesse associado ao público da revista, predominante feminino, e/ou ao espaço que o anunciante pagou naquela edição. Mas, independente dos fatores que interferiram nessa mudança, constata-se maior visibilidade ao trabalho de Gilberto Trompowsky, visto que a ilustração ocupou uma página inteira.

Figura 13: Ilustração de Gilberto Trompowsky para anúncio da antecapa da contracapa.



Fonte: *Bazar*, 21 out. 1931.

Outro anúncio publicitário que ganhou dimensão maior na revista foi da empresa de seguro Equitativa. Nessa imagem, o artista desenhou uma mulher com um lápis e uma agenda nas mãos, os quais representariam o planejamento – ou, como o

texto diz, “Tome nota minha senhora”³⁰ – dos gastos e despesas com o objetivo de planejar ou ter uma garantia para o seu futuro e de seus filhos, já que o anúncio é referente à seguradora Equitativa. A ilustração de retrato feita por Gilberto Trompowsky nesse anúncio publicitário evidencia uma característica das pinturas a óleo produzidas por ele. Em várias de suas exposições, durante a década de 1930 e 1940, as pinturas de retratos estavam presentes e, na sua maioria, eram de alguma senhora da elite carioca.

Sobre uma exposição realizada por Gilberto Trompowsky no Palace Hotel em novembro de 1930, *O Jornal* publicou uma nota apresentando as obras do artista: “Há ainda dois painéis, com araras e garças e vários retratos, os da condessa de Bernstof, do sr. Ivan Harslocher, das senhoritas Mendes de Almeida e outros”³¹.

Tudo indica que Trompowsky tinha o gosto pelas pinturas de retrato. Dessa forma, percebemos indícios da sua liberdade enquanto diretor artístico da *Bazar*, visto que as ilustrações de retrato foram privilegiadas nas publicações da revista, demonstrando assim a predominância do gosto do artista, já que as decisões de selecionar e escolher o que seria publicado passava pela suas mãos.

Um mês após a primeira edição da *Bazar* entrar em circulação, publicou-se na revista *O Cruzeiro* uma nota conferindo destaque à nova publicação ilustrada. Dentre vários os aspectos privilegiados, destaco o trecho elogioso ao trabalho de Gilberto Trompowsky.

Bazar provou que possuímos tudo o que é necessário para a execução de uma grande revista de arte e elegância, comparável na sua distinção ao que de melhor se edita no estrangeiro. O apuro artístico de cada página, que revela o infalível bom gosto decorativo de Gilberto Trompowsky.³²

Acreditamos que, por ser uma revista de “arte e elegância”, como menciona o texto, o diretor artístico tinha um papel fundamental na sua organização. Decisões sobre o projeto gráfico, como divisão e distribuição dos temas por páginas, diagramação e elaboração das ilustrações, eram de responsabilidade de Trompowsky.

³⁰ *Bazar*. Rio de Janeiro, ano. I, n. 3, out. 1931.

³¹ *O Jornal*. 22 nov. 1930, p. 5.

³² *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, ano III, n. 50, out. 1931, p. 12.

Para anúncios publicitários, além da ilustração da Companhia de Seguro Equitativa, ele também ilustrou para outros anunciantes, como a Companhia Souza Cruz, de cigarros, a Clínica de Beleza do Dr. Pires Rebello e o cigarro Tabú.

No anúncio da Companhia Souza Cruz, de cigarros (Figura 14), Trompowsky apresentou um casal bem vestido, em que a mulher está com um taco na mão, jogando golf, e o homem ao seu lado segurando um cigarro na mão esquerda. Abaixo da ilustração o *slogan* da marca: “O cigarro Ascot é para o homem o que o perfume é para a mulher...”

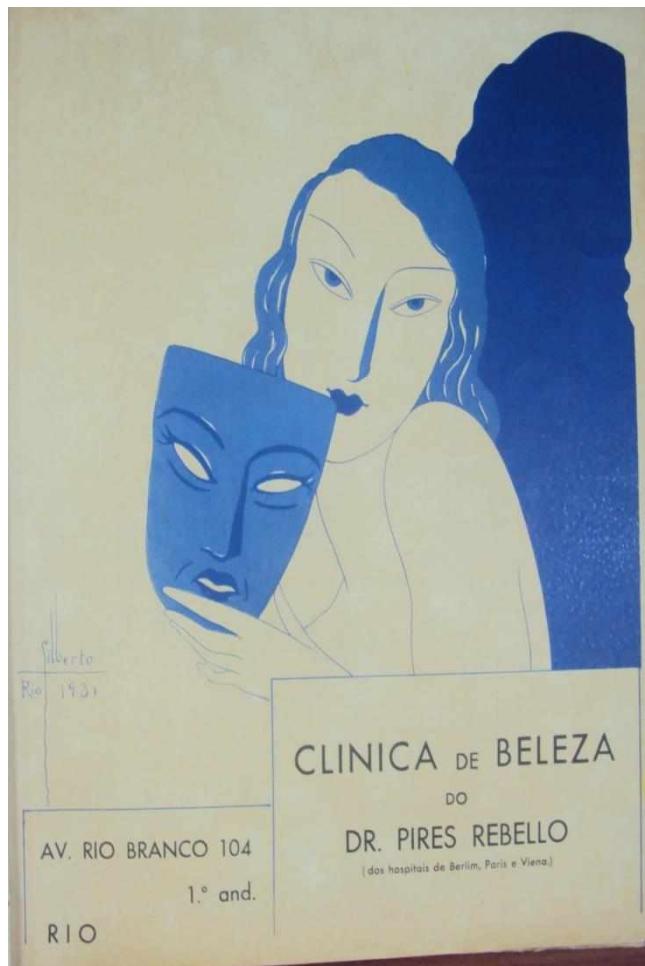
Figura 14: Ilustração de Gilberto Trompowsky para anúncio do cigarro Ascot.



Fonte: *Bazar*, 17 set. 1931.

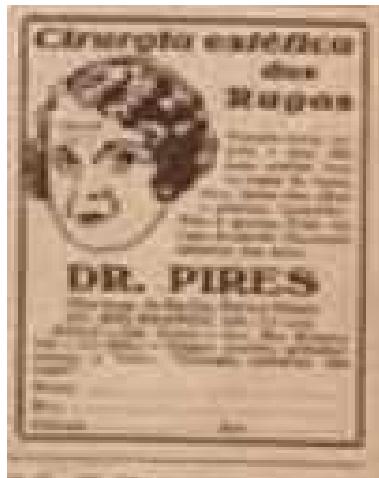
Ainda na primeira edição da *Bazar*, o anúncio publicitário da Clínica de Beleza Dr. Pires Rebello foi elaborado por Trompowsky (Figura 15). Em grande dimensão, na antecapa da revista, trazia a ilustração de uma mulher, que segura a sua frente uma máscara, e atrás há uma sombra que a projeta numa perspectiva maior.

Figura 15: Ilustração de Gilberto Trompowsky para anúncio da Clínica de Beleza do Dr. Pires Rebello.



Fonte: *Bazar*, 17 set. 1931.

Figura 16: Anúncio publicitário da clínica do Dr. Pires.



Fonte: *O Cruzeiro*, 19 dez. 1931.

No mesmo ano, a Clínica de Beleza do Dr. Pires Rebello também era anunciada n'*O Cruzeiro* (Figur 16). Ocupando um pequeno espaço na página, o anúncio valoriza muito mais a escrita do que a ilustração, o que indica os valores estéticos e publicitários do grupo dos Diários Associados. Considerando os dois anúncios da clínica de Beleza do Dr. Pires, observa-se que na *Bazar* havia valorização da ilustração, materialização do gosto do artista e do projeto editorial da revista. Tais anúncios ganhavam, nos traços de Trompowsky, status de obra de arte.

Outro anúncio publicado na sexta edição da *Bazar*, de dezembro de 1931, chama a atenção pela visualidade e as cores utilizadas. Nele, Trompowsky anuncia o cigarro Tabú por meio de uma ilustração que dialoga com um pequeno texto que narra a lenda sobre o surgimento desse cigarro (Figura 17).

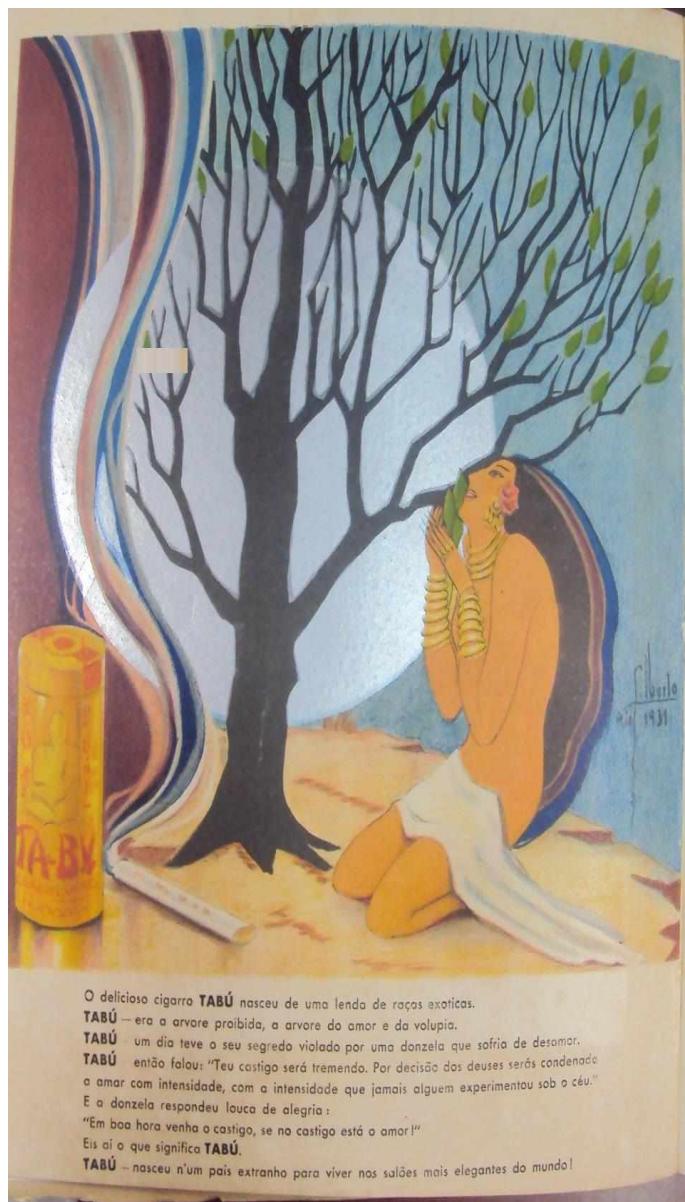
Conforme o texto, Tabú surgiu de uma lenda dos povos exóticos. Tabú era uma árvore proibida do amor e da volúpia e, quando uma donzela que não tinha seu amor correspondido descobriu o seu segredo, foi-lhe aplicada uma penalidade: “Teu castigo será tremendo. Por decisão dos deuses será condenada a amar com intensidade que jamais experimentou”. A donzela aceitou o castigo e a lenda finaliza com os seguintes dizeres: “Tabú – nasceu n’um país estranho para viver nos salões mais elegantes do mundo”.

A ilustração de Trompowsky buscou representar os elementos da narrativa explicativa sobre o surgimento do cigarro Tabú. A árvore, proibida, ao fundo e debaixo dela, de joelhos, a donzela de pele clara, quase nua, segura nas mãos algumas folhas. Próximo à árvore, no chão, um cigarro dissipa sua fumaça até a parte superior da página. O anúncio publicitário ganhou um tom artístico, pois lançou mão de um gênero

literário, a lenda, para explicar o surgimento do cigarro, juntamente com uma ilustração alusiva ao texto.

O número de anúncios em cada edição variava entre oito e doze, à exceção da edição de dezembro, que contou com dezoito deles. Ora, o final do ano é época de presentear e festejar, acarretando maior consumo e consequentemente maior participação das empresas com seus anúncios, enquanto as festas, tema privilegiado na revista, oferecem material para preencher mais espaço com textos, fotografias e desenhos. Pode-se supor, então, terem sido esses os motivos de a edição de dezembro ter em média 78 páginas, diferentemente dos outros números, que ficavam em torno de 47 páginas.

Figura 17: Ilustração de Gilberto Trompowsky para anúncio do cigarro Tabú.



Fonte: *Bazar*, dez. 1931.

A partir da edição de dezembro de 1931, no sumário da revista, juntamente com o corpo editorial, publicava-se a incorporação do departamento de publicidade de *Bazar*, coordenado por Albert Katzensteg (chefe geral) e Harry R. A. Housding (chefe do departamento estrangeiro). Na publicação de janeiro, um mês após a implantação do departamento de publicidade, publicou-se em primeira página uma nota em que se esclareciam os objetivos da publicidade na revista naquele período: “Publicidade que é

uma parte integrante da organização moderna de vendas, aumenta correspondentemente em valor, conforme prende os interesses dos consumidores”³³.

Para a revista, a publicidade era vista como uma prática moderna de vendas, que conseguia atingir os seus consumidores e aumentar o faturamento dos comerciantes. Ainda nesse mesmo texto, o departamento de publicidade buscava conferir status de eficiência e experiência ao grupo, com os seguintes dizeres: “oferece um bem organizado e experimentado serviço”³⁴, justificando que “técnicos do Departamento de Publicidade de *Bazar* têm experiências práticas no Brasil durante os últimos vinte anos.”³⁵

1.4 A atuação artística de Gilberto Trompowsky na *Bazar*: o ilustrador

Gilberto Trompowsky, além de colocar os seus traços a serviço da publicidade na *Bazar*, ocupava também com sua arte outros espaços dela, como as capas. Das oito edições da *Bazar* pesquisadas, quatro delas foram ilustradas por Gilberto Trompowsky. Em todas as capas por ele elaboradas, as ilustrações são de grande dimensão, conferindo dessa forma um papel de destaque e centralidade às imagens. O nome da revista, *Bazar*, foi diagramado de maneira diferente em cada uma delas, indicando uma adequação feita a cada ilustração. O tamanho da revista, as cores, e a ausência atribuiu às capas o status de quase obra de arte

As temáticas das ilustrações se relacionam ao conteúdo e o período do ano de publicação. Nas capas ilustradas por ele, as mulheres retratadas correspondem ao “ser mulher” burguesa do período. A capa da edição de janeiro, ao contrário das outras capas, apresenta uma situação de convivência social que faz alusão ao movimento, e não à pose em si. Esta cena é uma representação da modernidade apontando para um comportamento que passa a se popularizar nos anos de 1930; ir à praia é um acontecimento social que mostra um código de conduta para frequentar esse espaço, tema de várias matérias em revistas ilustradas.

³³ *Bazar*, Rio de Janeiro, ano I, n. 7, 1932. p. 1.

³⁴ *Idem*.

³⁵ *Idem*.

Figura 18: Ilustração de Gilberto Trompowsky para a capa da primeira edição da *Bazar*.



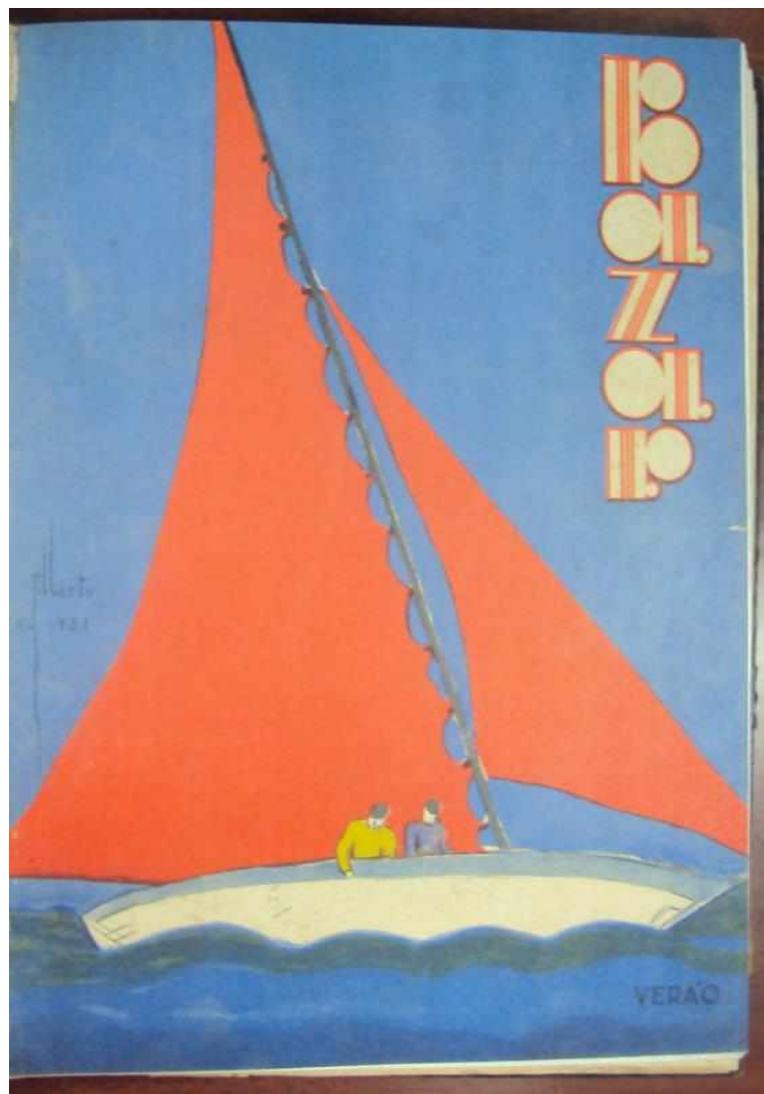
Fonte: *Bazar*, 17 set. 1931.

Figura 19: Ilustração de Gilberto Trompowsky para a capa da segunda edição da *Bazar*.



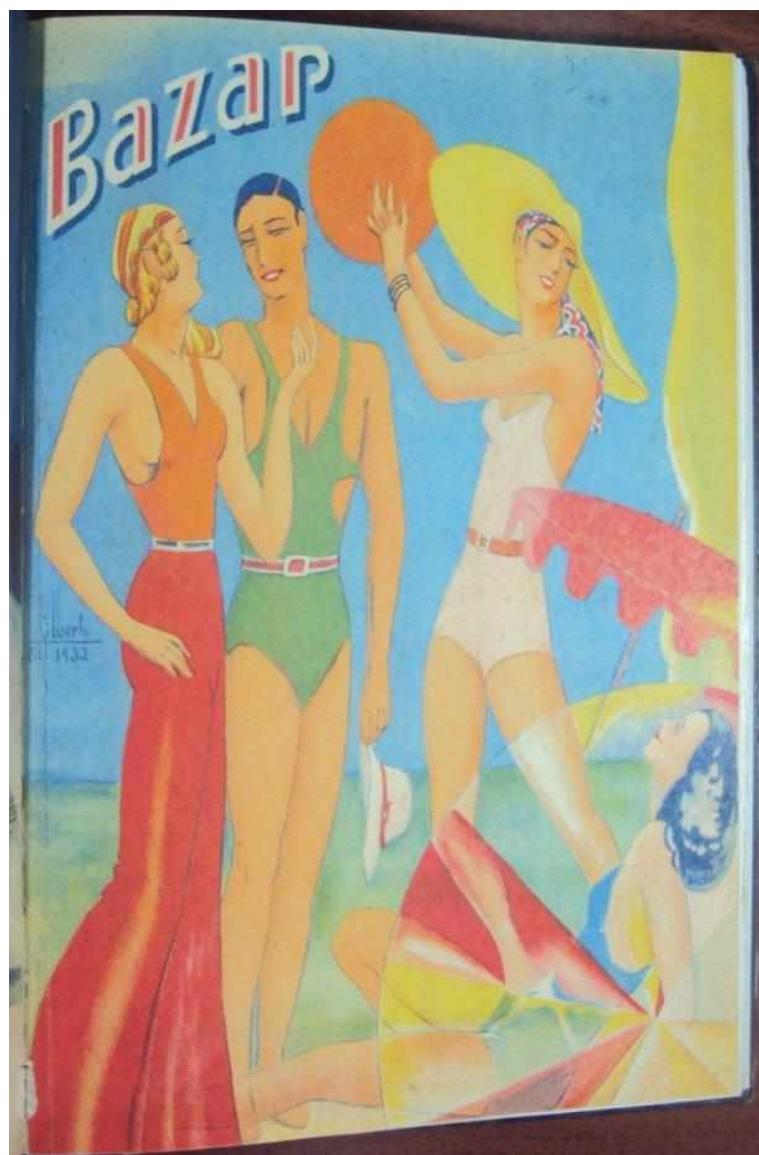
Fonte: *Bazar*, 7 out. 1931.

Figura 20: Ilustração de Gilberto Trompowsky para a capa da quinta edição da *Bazar*.



Fonte: *Bazar*, 21 nov. 1931.

Figura 21: Ilustração de Gilberto Trompowsky para a capa da sétima edição da *Bazar*.



Fonte: *Bazar*, 15 jan. 1932.

Houve ocasiões em que seus croquis elaborados para cenário e figurino de eventos artístico-culturais foram publicados na *Bazar*, como ocorreu na edição de 7 de outubro de 1931. Na segunda edição, de 7 de outubro de 1931, as ilustrações foram publicadas apenas com a indicação de croquis de Gilberto Trompowsky, sem maiores

referências sobre a sua finalidade original. Ocupando duas páginas, elas ganharam visibilidade.

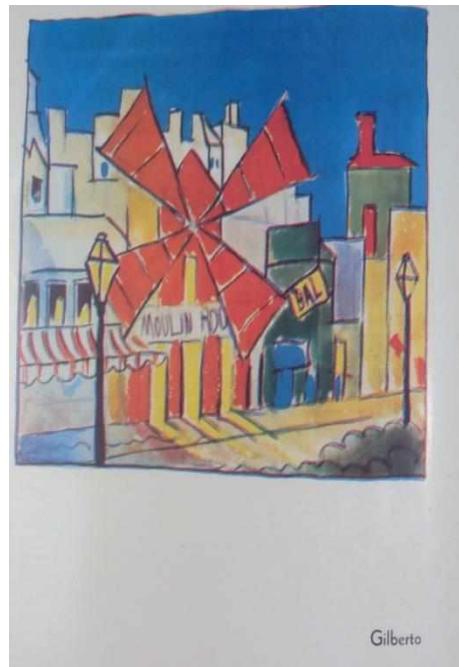
Figura 22: Croquis de Gilberto Trompowsky.



Fonte: *Bazar*, 7 out. 1931.

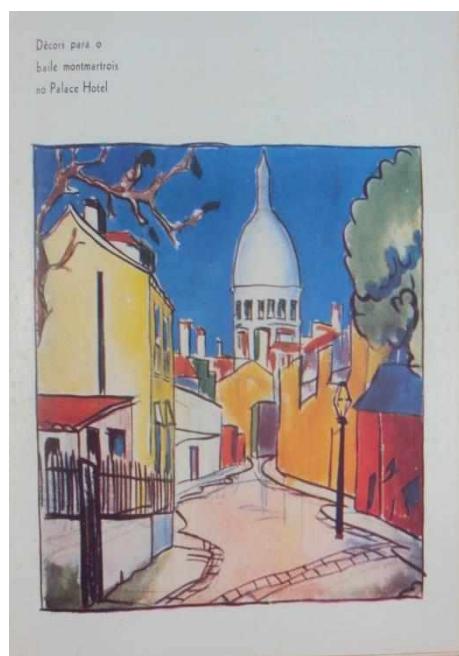
Na edição de 21 de outubro de 1931 foi publicado um projeto de decoração que, conforme as informações publicadas na página, se tratava da “Décors para o baile Montmartrois no Palace Hotel”.

Figura 23: Projeto de decoração elaborado por Gilberto Tompowsky para o Baile Montmartrois no Palace Hotel.



Fonte: *Bazar*, 21 out. 1931.

Figura 24: Projeto de decoração elaborado por Gilberto Tompowsky para o Baile Montmartrois no Palace Hotel.



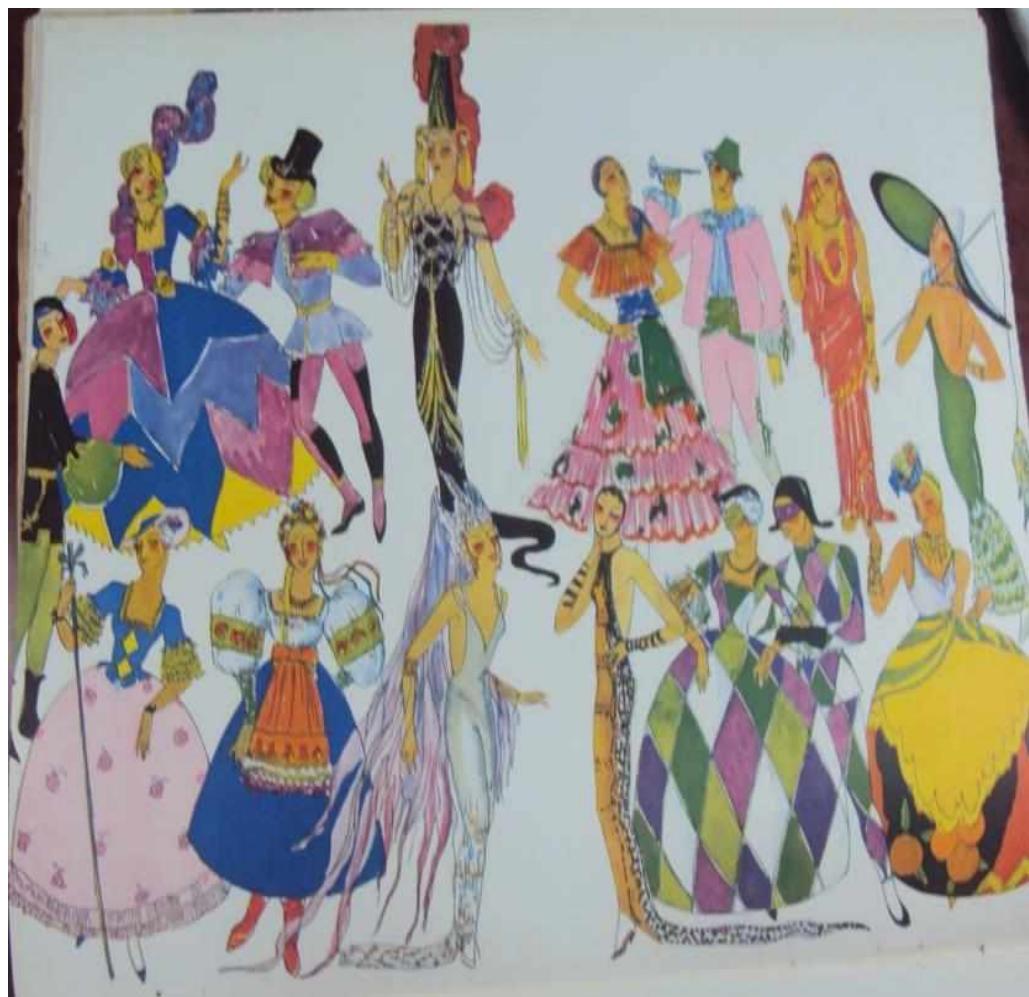
Fonte: *Bazar*, 21 out. 1931.

Pistas sobre esse evento foram publicadas na matéria intitulada “O can-can”, n’*O Cruzeiro*, de 7 de novembro de 1931.

“O can-can” será dansado hoje à noite nos salões do Palace Hotel, na grande “Nuit Montmortraise” em benefício da Associação dos Artistas Brasileiros. Todos os “décors” são de Gilberto Trompowsky. Será uma festa surpreendente que vai encerrar a estação de 1931.³⁶

Tudo indica que o material publicado na *Bazar* fosse um projeto de decoração elaborado por Trompowsky para o Baile Montmortraise promovido com a finalidade de auxiliar a Associação dos Artistas.

Figura 25: Croquis para o carnaval.

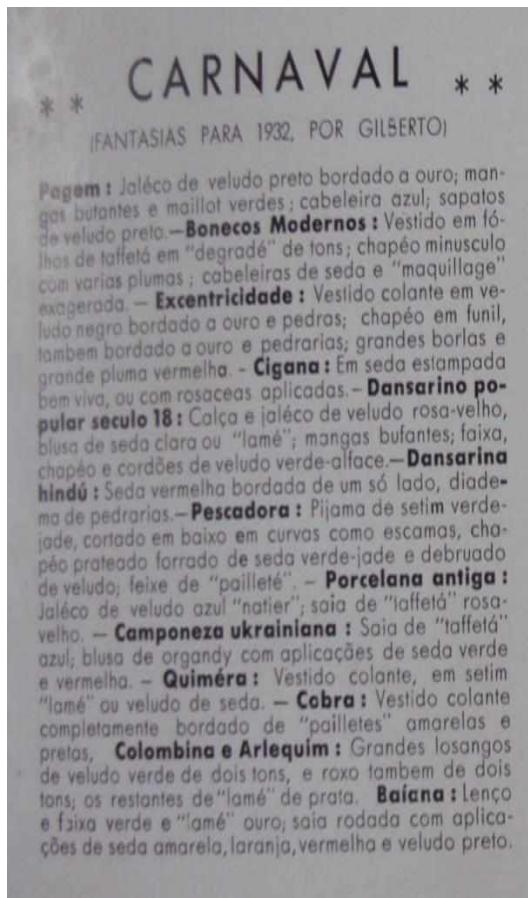


Fonte: *Bazar*, 15 jan. 1932.

³⁶ *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, 7 nov. 1931, p. 44.

Sobre as fantasias carnavalescas foi publicada uma pequena nota, na página ao lado, nomeando cada uma delas e quais eram os tecidos e cores a serem utilizados na sua confecção.

Figura 26: Informações sobre os croquis das fantasias carnavalescas.



Fonte: *Bazar*, 15 jan. 1932.

Em ambas as edições *Bazar* serviu de suporte para Trompowsky divulgar a sua produção artística realizada em diferentes campos de atuação. Acreditamos que essas publicações conferiam visibilidade ao seu trabalho, o que o tornava mais conhecido entre os leitores da *Bazar*. A frequência com que os trabalhos de Trompowsky eram publicados na *Bazar* permite inferir que sua posição dentro do periódico o autorizava a escolher o que seria publicado, que autores ganhariam notoriedade. Dessa forma, ele valorizou, em diversas ocasiões, as suas produções artísticas, e esse material indicava o

trabalho múltiplo que desenvolvia naquele período, atuando como ilustrador, cenógrafo, decorador, figurinista e diretor artístico.

1.5 “Baile Veneziano”, “Cock-tail-party” e “Mundanismo” – crônicas sociais nas páginas da *Bazar*

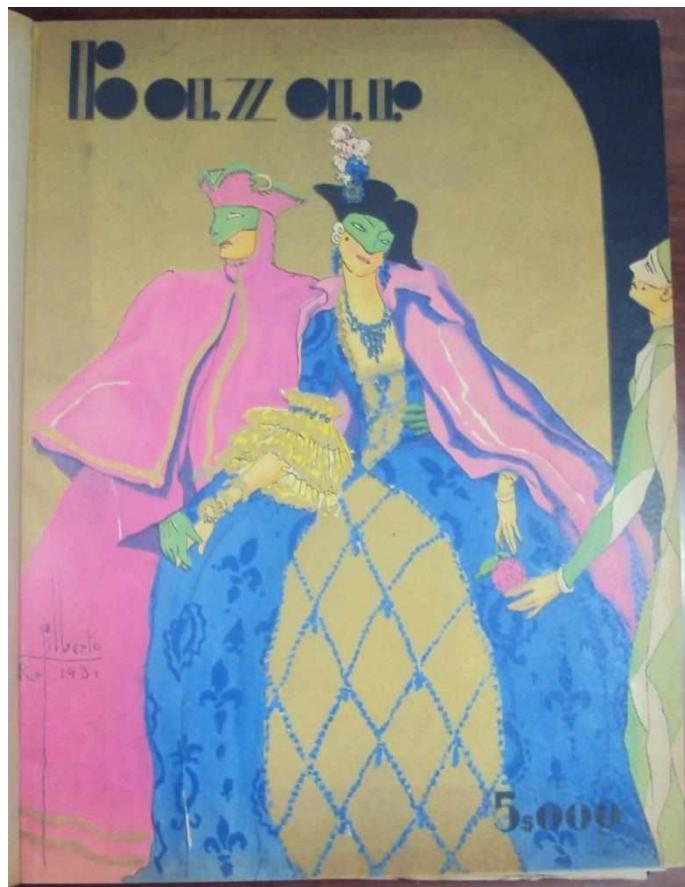
Entre os conteúdos de literatura, artes, decoração e esporte, a *Bazar* publicava, periodicamente, crônicas sociais que conferiam destaque aos jantares, bailes, exposições, festas, *cocktails*. Esses espaços contavam com a participação da elite lettrada e financeira da cidade do Rio de Janeiro e as crônicas versavam, por meio de textos visuais e verbais, sobre os eventos festivos dessa elite. Percebemos o interesse da *Bazar* por elas no próprio sumário da revista, onde foi publicada a intenção do grupo editorial: “[...] a única reportagem social feita no alto mundo carioca e no meio diplomático com fotografias exclusivas de Bazar”³⁷.

Esses dizeres marcam a intenção de privilegiar em suas páginas os momentos de lazer e diversão de uma determinada parcela da sociedade carioca. Dessa forma, o grupo editorial buscava conferir a *Bazar* um lugar de destaque na imprensa ilustrada, como sendo o único periódico que falava sobre o “alto mundo carioca”.

As crônicas sociais da *Bazar* eram assinadas na sua maioria por Marcos André. Outra assinatura recorrente nessas crônicas era a abreviatura V. de C., que acreditamos ser de Victor de Carvalho, um dos diretores da revista, que também assinava com o pseudônimo de Marcos André, jornalista experiente em colunas dessa natureza e, portanto, o mesmo cronista. O destaque conferido às crônicas sociais na revista *Bazar* pode ser percebido desde a sua primeira publicação em setembro de 1931, em que se dedicou um grande número de páginas para falar sobre o Baile Veneziano, realizado em agosto de 1931 na Embaixada da Itália.

³⁷ *Bazar*. Rio de Janeiro, ano I, n. 3, out. 1931. p. 3.

Figura 27: Capa da primeira edição de *Bazar*, assinada por Gilberto Trompowsky.



Fonte: *Bazar*, 17 set. 1931.

A primeira capa de *Bazar* foi assinada por Gilberto Trompowsky e nela Colombina, Arlequim e Pierrô, personagens da *Commedia dell'arte*, uma referência ao carnaval europeu, foram representados. Com grande ênfase na imagem, o espaço reservado para o nome do periódico ficou restrito à parte superior, do lado esquerdo, onde a palavra *Bazar* foi inscrita na cor preta sobre um fundo dourado, conferindo destaque ao nome. Além do nome *Bazar*, consta na capa, no canto inferior direito, o valor do exemplar 5\$000, e no canto inferior esquerdo a assinatura de Gilberto Trompowsky, ilustrador da capa. Em destaque fica a figura dos sujeitos representados em trajes de luxo e tradicionais.

A capa ilustrada por Gilberto Trompowsky anunciava o conteúdo privilegiado daquela edição, o Baile Veneziano. Das quarenta e oito páginas da *Bazar*, vinte e quatro continham textos (verbais e visuais) alusivos ao Baile Veneziano, que reportava ao Baile

Veneziano e à Veneza do século XVIII. Foram publicados textos de Manoel Bandeira, Edmundo Lyz, Marcos André, Henrique Pongetti, entre outros. Um dos textos que chama a atenção nessa publicação é a crônica social “Algumas das belas fantasias do baile Veneziano”³⁸. Sem a identificação do autor, essa crônica social busca dar visibilidade aos momentos que antecederam a realização do Baile.

Figura 28: Baile Veneziano.



Fonte: *Bazar*, set. 1931.

O texto discorre sobre os bastidores da festa, as idas e vindas dos convidados no ateliê de costura para preparação das fantasias e os nomes das pessoas que compareceram ao evento. Há também referências ao vestuário de cada convidada presente no baile, como se pode observar no trecho a seguir:

³⁸ *Bazar*. Rio de Janeiro, ano I, n.1, set. 1931, p. 40.

Eis agora algumas das mais belas figuras do baile: Sra. Carlos Guinle – Veludo rosa, coberto de rendas pretas de chantilly. Tricorne e laços azul natier. Sra. Felix Cavalcanti de Lacerda – Brocado, azul e vermelho. Sra. Vittorio Cerretti – Embaxatriz da Itália a Dogarezza, tecido chinez autêntico, turquesa e ouro.³⁹

O nome das mulheres aparece na revista a partir do nome e sobrenome dos seus respectivos esposos. Já as mulheres solteiras são mencionadas por seus próprios nomes. Além das senhoras “Carlos Guinle”, “Felix Cavalcanti” e “Vittorio Cerretti”, o texto cita o nome de mais vinte uma mulheres e suas fantasias. As informações dão destaque aos tecidos utilizados, como rendas, veludo e brocado, tecidos considerados nobres e que conferiam às fantasias luxo e refinamento.

Juntamente com a crônica social, publicou-se uma fotografia de dois convidados presentes no baile, em grande dimensão e diagramada no canto superior esquerdo da página, proporcionando maior destaque à imagem em detrimento ao texto.

Figura 29: Fotografia dos convidados Sra. Mabel Shaw e Gilberto Trompowky.



Fonte: *Bazar*, set. 1931.

³⁹ *Bazar*. Rio de Janeiro, ano I, n. 1, set. 1931. p. 40.

De acordo com a legenda, a fotografia registra um momento do Baile Veneziano, no qual a senhora Mabel Shaw e Gilberto Trompowsky, então diretor artístico da *Bazar*, aparecem estáticos, trocando olhares. Ele fantasiado de Arlequim e ela com um vestido longo de saia bastante volumosa, usando um colar e um pequeno chapéu. Seria uma Colombina? A imagem se esforça para narrar uma cena carnavalesca, as personagens posam para a câmera, suas atitudes não são casuais. O cenário que os acolhe é marcado por fortes sombras que replicam os dois corpos em seus múltiplos outros, como a festa carnavalesca permite.

A descrição das roupas e indumentárias foi um elemento novo nessa edição. As demais crônicas sociais publicadas na revista davam destaque ao evento, ao local em que foi realizado e aos nomes das pessoas presentes, mas as informações sobre o vestuário não apareciam com detalhes. As poucas referências ao vestuário eram elaboradas de maneira mais geral.

Tamanha foi a cobertura de *Bazar* ao evento que essa publicação contou com páginas inteiras contendo fotografias sobre os convidados (Figura 30).

A diagramação da página chama atenção pela simetria e pela disposição das fotografias. Na parte superior, duas imagens são dispostas uma ao lado da outra e, conforme a legenda, à esquerda está a Sra. Hubretch, Ministro da Holanda, e à direita Sta. Bellá Betim Paes Leme, uma das colaboradoras permanentes da revista *Bazar*. No centro da página, duas fotografias são sobrepostas às duas primeiras, ambas de forma inclinada, uma para direita e a outra para a esquerda, conferindo leveza e a ilusão de que foram lançadas sobre a página. Na parte inferior, consta uma fotografia de grande dimensão, ocupando quase toda a largura da página, sobre a qual a legenda informa: “Em baixo, no grupo: Sras. D’Orey, Delgado de Carvalho e Bandeira de Melo”. Não há nenhuma referência aos homens dessa fotografia.

Foram privilegiadas nessa publicação fotografias de corpo inteiro, conferindo destaque às fantasias das convidadas, como o modelo e comprimento dos vestidos, o volume das saias e os adereços. Tudo indica que elas posaram para as lentes do fotógrafo pois adereços como o leque na mão da Sra. Hubretch, aberto à frente do corpo, é um indício de que ela se preparou para a captura da imagem.

Figura 30: Fotografias do Baile Veneziano.



Fonte: *Bazar*, set. 1931.

Os registros fotográficos do Baile Veneziano dão pistas da intencionalidade do fotógrafo em registrar a presença de certos convidados e como eles estavam fantasiados na ocasião. As seções voltadas para a cobertura do evento alternam-se entre textos, fotografias e ilustrações. Houve um grande destaque para a visualidade, com um considerável número de fotografias, que foram feitas pelo fotógrafo Nicolas, conforme consta no sumário da *Bazar*.

Cabe destacar que outros nomes, como Bellá Betim Paes Leme, Negra Bernardes Müller, do comitê permanente colaborativo da revista, também estavam entre o grupo das senhoras mencionada nessa crônica social. Ainda sobre esse evento foi publicada uma crônica intitulada “Mascarada”, assinada por Marcos André.

Acompanham o texto três ilustrações de Gilberto Trompowsky, das quais destacamos aquela que apresentou maior número de personagens.

Figura 31: Ilustração elaborada por Gilberto Trompowsky para a crônica de Marcos André.



Fonte: *Bazar*, 17 set. 1931.

Na ilustração aparecem oito personagens, todos com fantasias exuberantes e bem coloridas. Se considerarmos que a crônica é alusiva ao Baile Veneziano, podemos inferir que a ilustração é uma referência direta aos convidados presentes em tal ocasião. Ao comparar a fotografia de Gilberto Trompowsky e Sra. Mabel (Figura 29) e a ilustração das personagens do evento festivo (Figura 31), podemos deduzir que a figura do Arlequim seja uma representação de si próprio elaborada pelo artista.

Se as fotografias em preto e branco não permitiam ao leitor ter acesso a informações sobre as cores das fantasias, as ilustrações possibilitam mais e melhores pistas sobre esse aspecto.

De acordo com a legenda da fotografia mostrada na Figura 32, é possível deduzir que o casal, a mulher que aparece no centro da fotografia e o homem que está do seu lado esquerdo, sejam respectivamente Sra. Alberto de Faria Filho e o Sr. Visconde de Mairos, as duas mulheres que aparecem nas extremidades da fotografia seriam Stas. Heitor de Mello, fantasiadas de dançarinas populares, e ainda Gilberto Trompowsky, fantasiado de Arlequim.

Figura 32: Fotografia do baile Veneziano.



Fonte: *Bazar*, set. 1931.

A Sra. Alberto de Faria Filho, fantasiada de condessa Foscarini, conforme legenda, é representada na ilustração de Gilberto Trompowsky. O leitor, ao folhear a revista, poderia apreciar as ilustrações, uma vez que elas se concentram nas primeiras páginas da revista, e em seguida, continuando a leitura, identificaria nas demais páginas as fotografias que permitem relacionar cada fantasia e personagem ilustrados a cada convidado caracterizado no Baile Veneziano.

Por meio das ilustrações de Trompowsky é possível visualizar as cores e os acessórios de cada fantasia, o que a fotografia em preto e branco não revela. Na fantasia da Sra. Alberto de Faria Filho, detalhe nas mangas nas cores amarelo e dourado, o que poderia ser um bordado ou uma estampa, só é possível ver na ilustração. Ainda na ilustração da fantasia de condessa Foscarini, o leitor pode visualizar a cor de um detalhe aplicado sobre a saia, que foi representado, por Trompowsky, na cor verde.

Figura 33: Detalhe da ilustração de Gilberto Trompowsky.



Fonte: *Bazar*, set. 1931.

Figura 34: Detalhe da fotografia do Baile Veneziano.



Fonte: *Bazar*, set. 1931.

Seções com esse perfil foram ganhando espaço cada vez mais significativo na imprensa nacional, sobretudo ao longo do século XX, tanto em jornais quanto em revistas ilustradas⁴⁰, no momento em que a capital federal buscava instituir novos padrões de comportamento em função das transformações ocorridas no espaço urbano, como as criações dos “boulevares” e de novos espaços de sociabilidades.

Dessa forma, as revistas ilustradas desempenhavam um papel de grande importância para a divulgação e assimilação dos vestuários, gestos, lugares a serem frequentados e eventos, contribuindo para a criação de novos modos de urbanidade e sociabilidade.⁴¹ Considerando as ponderações da historiadora Ana Maria Maud sobre

⁴⁰ DORNELLES, Beatriz. Características de produção da Coluna Social ao longo do século XX: dos EUA ao RS. *10º Encontro Nacional de História da Mídia - Alcar 2015*. UFRGS: Porto Alegre, 2015. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/10o-encontro-2015/gt-historia-da-midia-imprensa/caracteristicas-de-producao-da-coluna-social-ao-longo-do-seculo-xx-dos-eua-ao-rs/view>. Acesso em: 12 dez. 2017. Segundo a autora, na imprensa brasileira há registro de colunas dessa natureza desde 1907 no periódico *Binóculo*, com o jornalista Figueiredo Pimentel.

⁴¹ MAUAD, Ana Maria. Na mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX. *An. mus. paul.*, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 133-174, jun. 2005. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-47142005000100005&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 28 jan. 2017. Acesso em: 10 ago. 2016.

os periódicos ilustrados e os modos de urbanidade e sociabilidade, podemos afirmar que o estudo das crônicas sociais, presentes na revista *Bazar*, possibilita identificar quais grupos sociais tiveram destaque, os eventos que conseguiram notoriedade social e os padrões de comportamento que ganharam, na visão da revista, o status de moderno e elegante na sociedade carioca dos anos de 1930.

As colunas sociais configuram-se como um gênero jornalístico que se caracteriza pela apresentação do texto diagramado em colunas, apresentando como ponto relevante não a notícia em si, mas a importância social da pessoa nela mencionada. Como podemos observar nas palavras de Erbolato:

Como cobertura de rotina há os acontecimentos referentes aos órgãos assistências, bailes, reuniões, festas, clubes de serviço, [...]. Seria recomendável que somente tivessem valor jornalístico as pessoas que realmente possuíssem merecimento, por suas qualidades ou iniciativas, evitando-se, assim, o surgimento constante nas colunas, como prodígios e revelações, de indivíduos sem muito valor [...].⁴²

Observa-se que as colunas sociais enfatizavam muito mais as pessoas pertencentes a uma elite que registravam presença em um determinado evento festivo/social do que propriamente o evento. Dessa forma, o pano de fundo para as notícias eram os eventos, mas o objetivo maior era evidenciar uma figura conhecida do meio social nesses espaços.

Ana Maria Mauad, ao analisar o uso das fotografias nas revistas ilustradas, observa que *O Cruzeiro*, no início da década de 1930, investiu em equipamentos que possibilitaram melhorar a qualidade das imagens. “Rapidamente as páginas de *O Cruzeiro* ganharam cor, a princípio apenas em ilustrações e caricaturas e, bem mais tarde, em fotografias”.⁴³

Essas mudanças assinaladas por Mauad n’*O Cruzeiro* ocorreram justamente no momento em que *Bazar* foi lançada (1931). Cabe lembrar que *Bazar* era impressa nas oficinas d’*O Cruzeiro*, e tudo indica que também se beneficiou da modernização dos Diários Associados no que se refere tanto ao uso das fotografias quanto das ilustrações

⁴² ERBOLATO, 1981, *apud* FERREIRA, Alexandre L. de Alvarenga. *Colunismo social: elementos utilizados pelo colunismo social que remetem ao processo de projeção e identificação do público, caracterizados por Edgar Morin*. 2006. 40 f. Monografia. (Graduação em Comunicação Social). Centro Universitário de Belo Horizonte, Belo Horizonte, 2006, p. 38.

⁴³ MAUAD, *op. cit.*, p. 155.

e caricaturas, pois desde a sua primeira edição foi recorrente o uso de ilustrações e caricaturas coloridas.

As crônicas sociais passaram a ser frequentes na revista. Na edição de outubro, o evento social que ganhou destaque nas suas páginas ocorreu no Teatro Municipal do Rio de Janeiro. Nessa seção, utilizaram-se várias fotografias do evento, diagramadas em duas páginas, compondo uma grande imagem por meio de colagens e justaposições. Juntamente com as imagens, um pequeno texto descreve o momento de expectativa em frente ao Teatro Municipal que antecedia o início dos espetáculos.

O texto relata que havia uma plateia de pessoas comuns, segundo o autor “Homens e mulheres menos favorecidos pela sorte ficam ali a ver, a sonhar”⁴⁴, na porta do Teatro Municipal para apreciar e admirar a elegância dos trajes e acessórios utilizados pelos convidados que entravam.

Figura 35: Detalhe da página 19 da *Bazar*.



Fonte: *Bazar*, out. 1931.

⁴⁴ *Bazar*. Rio de Janeiro, ano I, n. 2, out. 1931.

Visualizamos, na parte superior da página, uma fotografia em que aparece um grupo de homens um ao lado do outro, com os olhares atentos voltados às mulheres que passavam a sua frente. Seriam esses os homens desafortunados aos quais o autor faz referência?

De acordo com o autor, naquele momento era “preciso ser elegante”, o que significava frequentar determinados espaços de sociabilidade, não importando a natureza do evento, espetáculo, ópera ou peça teatral, pois o que contava era circular nesses lugares de visibilidade, como o Teatro Municipal. Dessa forma, para a *Bazar*, assim como para a elite carioca, frequentar o Teatro Municipal era visto como uma atitude de bom gosto e de refinamento.

Figura 36: Página dupla (18 e 19) noticiando os eventos realizados no Teatro Municipal do Rio de Janeiro.



Fonte: *Bazar*, 7 out. 1931.

A grande imagem montada a partir das várias fotografias elabora uma narrativa visual, mostrando o “desfile” de cada convidada pela calçada até a escadaria que dava acesso ao Teatro. Alguns indícios observados nas fotografias, como os corpos das

mulheres em movimento, os seus olhares voltados para o chão ou para o alto e não para as lentes do fotógrafo, indicam que as fotos são instantâneas, ou seja, foram capturadas no momento em que os convidados chegavam ao Teatro.

A associação do Teatro Municipal a elegância e distinção não era algo novo. Construído em 1909, foi erguido dentro de um projeto arquitetônico de reformulação urbana do Rio de Janeiro durante o mandato do prefeito Pereira Passos. Após a sua construção, passou a abrigar eventos artísticos promovidos e frequentados pelas elites cariocas.

Ainda na edição de outubro, outra crônica social foi estampada nas páginas da *Bazar*. Assinada por Marcos André, “Cock-tail-party” (Figura 37) reportava-se a um evento realizado por Sérgio Rocha Miranda em uma chácara no Gávea Golf. Nessa crônica, o autor faz uma breve apresentação dos aspectos climáticos do dia: uma “tarde cinzenta” como uma tarde londrina. Além de o dia conferir ares europeus a terras brasileiras, o evento foi regado com *drinks* ao som do *blues*.

Em seu texto, Marcos André faz várias referências à cultura dos Estados Unidos da América, como o *Blues* do estado da Virgínia. Nessa crônica social, a valorização do estrangeirismo se inicia com o título da crônica, “Cock-tail-party”. Além do título, outras palavras em inglês, como *blues* e *drinks*, também foram utilizadas.

O uso do inglês e do francês foi recorrente em todas as edições da revista. Em maior ou menor grau a *Bazar* lançava mão de textos variados nesses idiomas. A maioria deles era fruto da colaboração de Francis de Croisset, da França, e de Lester Ziffrei, dos Estados Unidos. A participação desses estrangeiros entre os colaboradores de *Bazar* reforçava mais ainda o tipo de público leitor para o qual a revista era voltada, uma vez que nesse período pequena parcela da sociedade era alfabetizada e um grupo reduzido dominava outros idiomas.

As fotografias registram alguns momentos do evento festivo, nos quais os convidados estão, na sua maioria, sentados e bebendo num ambiente descontraído. A diagramação das fotografias de maneira escalonada permite ao leitor correr os olhos nas imagens encadeando uma sequência narrativa, criando, dessa forma, a ilusão de estar circulando por diferentes momentos do “cock-tail-party”.

Nos espaços entre uma fotografia e outra há uma pequena legenda onde constam nomes presentes ao evento, como Luiz Betim Paes Leme, Felix Cavalcanti de Lacerda,

Negra Bernardez Müller, sr. Gilberto Trompowsky, sra. Olga Mary Pedrosa e Baronesa de Saavedra.

Figura 37: Texto e imagens da reportagem “Cock-tail-party”, assinada por Marcos André.



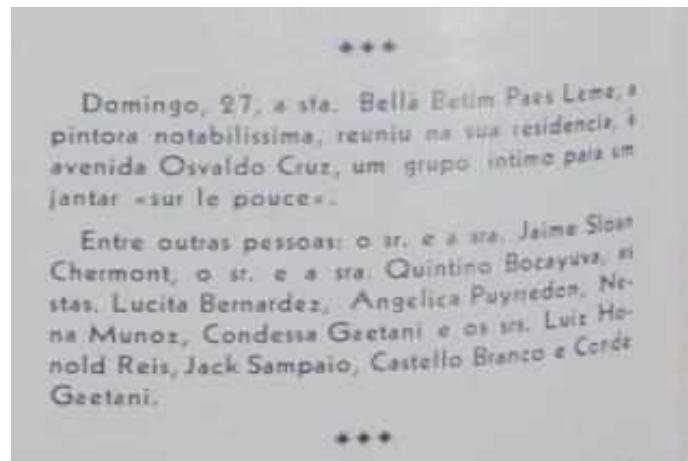
Fonte: *Bazar*, 7 out. 1931.

Ainda nessa mesma edição, *Bazar* apresentou um texto intitulado “A segunda quinzena de setembro”⁴⁵, no qual é apresentado um balanço dos eventos sociais realizados no referido mês. O autor inicia seu texto com pequenas anotações sobre eles,

⁴⁵ *Bazar*. Rio de Janeiro, ano I, n.3, out. de 1931, p. 30.

como a referente ao evento realizado pela pintora Bellá Betim Paes Leme, que destaca os nomes dos convidados.

Figura 38: Detalhe do texto sobre o evento realizado na residência da pintora Bellá Betim Paes Leme.



Fonte: *Bazar*, 7 out. 1931.

Na quarta edição da *Bazar*, de 4 de novembro de 1931, as crônicas sociais foram apresentadas de modo semelhante às da publicação de outubro. Apresentou-se um balanço dos eventos realizados pela elite carioca naquele mês. Seguindo a mesma diagramação da seção de outubro, foram apresentados no centro da página textos sínteses e fotografias (Figura 39).

As fotografias, na quarta edição, compõem uma espécie de borda do lado direito e inferior da página. Aparecem em tamanhos diferentes e nelas não constam legendas. As informações sobre os eventos foram diagramadas em uma coluna dividida em três pequenos blocos de texto e cada um se reporta a um deles. Textos e imagens são tratados de maneira semelhante, como figuras/blocos, adquirindo o mesmo peso e importância na página diagramada. É preciso ler o texto e ver a figura para conhecer o conteúdo da página, no entanto estas ações são realizadas de maneira independente. Textos e imagens podem ser lidos/vistos em tempos distintos, de maneira não simultânea nem sequencial.

Nessa publicação foi destaque o "jantar turquesa" promovido pela Embaixatriz Nascimento Feitosa em sua residência. O nome do jantar foi uma referência à cor utilizada na decoração. Com poucos detalhes sobre o evento, enfatizaram-se os nomes dos convidados presentes.

Figura 39: Crônica social da *Bazar*.



Fonte: *Bazar*, 4 nov. 1931.

Outro evento de destaque, nessa página, foi o “cook-tail party” oferecido pelo casal Alfredo Siqueira em sua residência em Copacabana. Na ocasião, estavam presentes a senhora Getúlio Vargas, o senhor e senhora Mello Vianna, entre outros.

E por último, na mesma página, outro “cook-tail party”, esse realizado por Mabel Shaw, a mesma senhora fotografada com Trompowsky no Baile Veneziano. A festa contou com a presença de ministros, embaixadores, como sr. Castelo Branco, e o Ministro Maurício Nabuco.

Na sexta edição, de 15 de dezembro de 1931, a exposição de Gilberto Trompowsky realizada no Palace Hotel foi notícia na *Bazar*, com um pequeno texto e várias fotografias.

O “vernissage” de Gilberto Trompowsky constitui como sempre, além de uma data artística, um acontecimento de alta elegância social. Nestas fotografias estão alguns dos instantes inaugurais da mostra do pintor, que o é, como Van Dongen na Europa, o prestigioso retratista mundano com a graça de ter na sua palheta as mais lindas mulheres.⁴⁶

De acordo com o texto, a exposição de Trompowsky realizada no Palace Hotel, além de ser um grande evento artístico, foi um momento de sociabilidade elegante e contou com a presença de pessoas abastadas da sociedade carioca. Nessa crônica, Trompowsky tem o seu trabalho comparado com o do artista holandês Kees Van Dongen⁴⁷.

Figura 40: Crônica social sobre a exposição de Gilberto Trompowsky, no Palace Hotel.



Fonte: *Bazar*, 15 dez. 1931.

⁴⁶ *Bazar*. Rio de Janeiro, ano I, n. 6, dez. 1931, p. 60.

⁴⁷ Kees Van Dongen (1877-1968) ficou conhecido como “o pintor dos bordéis”, pois grande parte das suas obras no início da carreira foram retratos inspirados em prostitutas, cantoras e dançarinas. Depois dessa fase, passou a retratar as mulheres da sociedade europeia. Há muitas aproximações entre os retratos pintados por Van Dongen e Gilberto Trompowsky, como o grande destaque ao vestuário, as cores e entre outros. Disponível em: <https://translate.google.com.br/translate?hl=ptBR&sl=en&u=http://www.theartstory.org/artist-van-dongen-kees.htm&prev=search>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Nas fotografias publicadas, observam-se vários momentos da exposição realizada no Palace Hotel. Na fotografia que ganha a centralidade da página, é perceptível a predominância de mulheres em exposições como do artista Gilberto Trompowsky. Ao fundo, duas telas fixadas na parede se destacam pela grande dimensão. As mulheres estão bem vestidas, usam chapéus, luvas, indumentárias representativas, para a época, de bom gosto e poder aquisitivo elevado. Dessa forma, as fotografias evidenciam que o trabalho de Gilberto Trompowsky era prestigiado por esses grupos favorecidos economicamente da sociedade carioca.

O destaque a ele conferido na *Bazar* sinalizava um movimento de mão dupla no projeto da revista: se, por um lado, seus idealizadores protagonizavam o projeto de serem porta-vozes das elites financeira e letrada do Rio de Janeiro, eram, ao mesmo tempo, personagens dessas elites.

As seções estudadas até então voltadas para as notas sociais não apresentam um título comum ao longo do período pesquisado. Mas, no mês de dezembro de 1931, pela primeira vez uma crônica social recebeu o título de “Mundanismo”. No entanto, seu autor não foi identificado. “Mundanismo” ocupou duas páginas da *Bazar* e apresentou diagramação semelhante à das seções anteriores, compostas por textos e fotografias. As informações textuais e visuais foram divididas em duas colunas.

Os termos *mundano* e *mundanismo*, e suas variações, eram recorrentes na imprensa nacional. “Notas Mundanas” foi uma expressão utilizada diversas vezes n’*O Jornal* para anunciar festas de aniversários, casamentos, reuniões, exposições e eventos no Teatro Municipal do Rio de Janeiro. Outra expressão também muito usual nesse mesmo periódico foi “elegância Mundana” para se referir a eventos, jantares, exposições, bailes, entre outros. Nesse caso, *mundano* referia-se ao desfrute dos jantares, dos bailes e demais eventos festivos realizados e frequentados pelas elites cariocas.

Portanto, a palavra *mundano* e suas variações tinham um sentido positivo e de pertencimento ao cosmopolitismo da cidade. *Mundanismo* também pode ser associado aos bens de consumo de um determinado grupo. Esse consumo poderia ser de roupas, indumentárias, até mesmo de espaços de sociabilidades, onde poderiam circular, serem vistos. “Mundanismo” vinha ao encontro dos interesses dessas elites de serem vistas e de serem notícia nas páginas da revista. Era uma forma de expor o seu modo de vestir

e se portar, tornando públicos os suas formas de sociabilidade em diferentes espaços da capital carioca.

O termo *mundanismo* apareceu uma única vez na *Bazar*, mas posteriormente reapareceu como título de colunas na revista *Ilustração Brasileira*, entre março de 1937 e junho de 1941, e posteriormente na revista *O Cruzeiro*, a partir de 1945 até o final da década de 1950, sempre assinada por Gilberto Trompowsky. Tal constatação permite alguns questionamentos: “Mundanismo”, na *Bazar*, seria uma proposta do próprio Gilberto Trompowsky, diretor artístico da revista, de construir uma coluna nesses moldes, como identidade e característica particular dessa revista? Ou Trompowsky, ao inserir posteriormente o termo como título de colunas nas outras revistas, teria se apropriado de um projeto editorial pensado exclusivamente para a *Bazar*? Neste caso, quais motivações o teriam impelido a levar o termo e esse formato de crônica social às demais revistas?

A primeira alusão do texto é a um evento benéfico promovido em prol da Sociedade de Assistência aos Lázarus, realizado na embaixada Americana e que contou com apresentação de música francesa. O evento teve a presença da Sra. Getúlio Vargas, Sra. Pedro Serrado Filho, Baronesa de Saavedra, Baronesa de Bonfim, Sra. Machado Coelho, senhor e senhora Latif, Baronesa de Bonfim, entre outras.

As duas fotografias publicadas são desse evento (Figura 41). Na primeira coluna, a imagem é da Sra. Darcy Vargas⁴⁸, então primeira dama do Brasil, na saída do evento, como informa a legenda. Deve estar a caminho do carro que a levaria embora, já que se encontra na parte externa da edificação, na companhia de um senhor que segura um guarda-chuva, provavelmente para protegê-la da chuva que caía, como sugere o piso molhado, identificado na imagem pelos reflexos das figuras e da luz.

A fotografia de corpo inteiro da então primeira dama demonstra o interesse do fotógrafo em registrar sua presença e sua imagem. A Sra. Darcy Vargas usava um conjunto de saia na altura do tornozelo e a imagem sugere tratar-se de um evasé ou enviesado em godê, um casaco sobre os ombros e uma blusa de cor diferente das demais peças. Também usava um chapéu com um pequeno detalhe e uma carteira na mão.

Figura 41: A seção “Mundanismo”.

⁴⁸ O papel da primeira dama nos eventos sociais será discutido no segundo capítulo a partir de um conjunto de textos (verbais e visuais) publicado na revista *Ilustração Brasileira* na seção “Mundanismo”.



Fonte: *Bazar*, dez. 1931.

Pelo seu vestuário, deveria ser um evento diurno, já que eventos noturnos pediam trajes de gala e nesse período, a década de 1930, usavam-se vestidos longos. Os tecidos podiam ser cetim, tafetá, lamê, musselina, entre outros⁴⁹, todos eles delicados, finos e de custo elevado. A imagem remete a um momento de organização e cuidado em torno da pessoa de Darci Vargas (Figura 42), e permite supor que o senhor que segura o guarda-chuva poderia ser o segurança pessoal ou o motorista da primeira dama. Outro aspecto que corrobora a tese de a fotografia ter sido realizada no período diurno é que não se identifica o uso de flash nem a presença de sombras noturnas.

⁴⁹ Cf: MOUTINHO, Maria Rita; VALENÇA, Máslova Teixeira. *A moda no século XX*. Rio de Janeiro: Editora Senac Nacional, 2005.

Figura 42: Fotografia de Darci Vargas publicada na seção “Mundanismo” (detalhe).



Fonte: *Bazar*, dez. 1931.

A fotografia apresentada a seguir (Figura 43) foi feita no interior do evento e focou o artista com um violino nas mãos e parte da plateia, que voltava seu olhar para a apresentação do músico mirim.

O instrumento musical tocado pelo garoto, o violino, permite ler sobre a preferência musical desse grupo por elementos da cultura clássica em detrimento de outros instrumentos populares. Essa imagem é emblemática para compreendermos o gosto musical das elites naquele período, na capital da República. O texto menciona ainda uma recepção realizada pelo casal Carlos Guinle em homenagem ao ator e compositor inglês Noel Coward, de passagem pelo Brasil. A esse evento compareceram Helena Guimarães, Sr. e Sra. Alberto Betim Paes Leme, Lulú Alberto de Faria, Sr. e Sra. Jorge Lage, Sr. Jack Sampaio e Sr. Gilberto Trompowsky, diretor artístico da revista *Bazar*. E para finalizar, *Mundanismo* registrou em suas páginas o jantar oferecido pelos Sr. e Sra. Alvaro Teffé na sua residência fidalga, sendo “a última nota de grande

‘chic’ da quinzena que passou”.⁵⁰ Nesse breve texto o colunista objetiva registrar os nomes dos presentes ao evento sem trazer mais informações sobre a ocasião.

Figura 43: Fotografia da apresentação musical realizada na embaixada americana publicada na seção “Mundanismo” (detalhe).



Fonte: *Bazar*, dez. 1931.

Ao analisar as crônicas sociais da *Bazar*, observamos que a grande maioria dos eventos festivos que ganhou destaque na revista contou com a participação de diretores e colaboradores da revista. Acreditamos que a revista também cumpria a função de tornar públicos os trabalhos e locais por onde esse grupo de artistas e intelectuais circulava, o que os promovia. Alguns nomes, como Gilberto Trompowsky, Negra Bernardes Müller, o casal Raul Pedroza, Bellá Paes Lemes, eram recorrentes na revista.

⁵⁰ *Bazar*. Rio de Janeiro, ano I, n. 6, dez. 1931, p. 68.

Esse levantamento permite aventar a hipótese de que um dos projetos da revista era conferir visibilidade a esse grupo artístico e cultural do Rio de Janeiro.

* * *

CAPÍTULO III

Gilberto Trompowsky: nas páginas da revista *O Cruzeiro*

3.1 A revista *O Cruzeiro*

Neste capítulo é analisada a seção “Mundanismo” (1945-1956), produzida por Gilberto Trompowsky e publicada na revista *O Cruzeiro* durante as décadas de 1940 e 1950. Sua atuação no semanário do grupo Diários Associados teve início em 1941 e se estendeu até o final da década de 1950, quando ele encerrou a participação no periódico. Além de “Mundanismo”, Gilberto Trompowsky colaborou com outras duas seções na revista: “Esporte e Elegância” (1943-1950) e “Nome da Semana” (1955-1957). Dentre as três seções assinadas por ele, “Mundanismo” apresenta uma particularidade, pois foi publicada em outros periódicos nos quais o jornalista atuou antes da revista *O Cruzeiro*: a revista *Bazar*, edição de dezembro de 1931, e a revista *Ilustração Brasileira*, publicação do grupo Sociedade Anônima O Malho, de 1937 a 1941, perfazendo um período de quase cinco anos. Dessa forma, a escolha da seção “Mundanismo”, na revista *O Cruzeiro*, se justifica pelo fato de ter sido publicada nas três revistas em que Gilberto Trompowsky colaborou.

Tudo indica que a seção “Mundanismo” foi criação e se tornou propriedade de G.T, pois a carregava por onde trabalhava e, quando deixava de atuar em determinado periódico, a seção deixava de ser nele publicada. Dessa forma, importa compreender que espaço a seção adquiriu em cada um dos grupos editoriais em que foi publicada.

Neste capítulo, será também analisado o papel que Trompowsky desempenhou ao longo da sua trajetória de colunista social na elaboração de uma representação da burguesia brasileira, bem como na construção de um ideal, um modelo, um padrão de comportamento, de lugares e estilo de vida para a elite na capital federal e difundida para o Brasil, que consumia as revistas e imagens veiculadas. Desse modo, com base nas suas narrativas textuais e visuais, serão evidenciados quais sujeitos ganhavam visibilidade, quais práticas sociais e comportamentais se destacavam entre as demais e como essas notas sociais assumiram e ditaram formas e padrões de comportamento de uma determinada classe social.

Na revista *Ilustração Brasileira* o leitor podia acompanhar a seção “Mundanismo” uma vez ao mês, visto que era uma publicação mensal. Já n’*O Cruzeiro* a seção era

publicada semanalmente. Houve ocasiões em que foi publicada durante todo o mês, sem interrupções, perfazendo um número de quatro publicações mensais. Já em outros momentos foi publicada com algumas interrupções.

Além das seções assinadas por Trompowsky, *O Cruzeiro* também continha diversos artigos e seções variadas. Durante o período pesquisado nesta tese, 1945 a 1960, a revista apresentou um sumário variado, com Artigos, Reportagens, Seções, Contos, Humorismo, Cinema, Figurino e Assuntos Femininos. No espaço destinado a Artigos, se concentravam textos de autores nacionais como, Gilberto Freire, Raquel de Queiroz e Izabel Serrano. As Reportagens cobriam assuntos diversos, como lazer, acontecimentos políticos, sociais, entre outros. A elas era reservado um grande número de páginas, que podiam chegar a 18, sempre com muitas fotografias em grandes dimensões.

Esse perfil editorial adotado por *O Cruzeiro* marcava uma nova etapa das publicações ilustradas. De acordo com Ana Mauad, a revista trouxe inovações na área de impressão, com a utilização da rotogravura, redefinindo, dessa forma, o mercado editorial.

Tais fatores foram definitivos para mudanças no padrão estético e informativo das revistas ilustradas. Enquanto o primeiro momento foi marcado fortemente pela presença de texto, o segundo enfatiza a notícia, a interpretação dos fatos nacionais e as fotografias em grande formato.¹

A revista também inovou com um jornalismo baseado na parceria repórter/fotógrafo. Essa proposta ganhou papel de destaque a partir da contratação do fotógrafo francês Jean Mazon, que estabeleceu parcerias com o jornalista David Nasser.

De acordo com Marlise Regina Meyerer,

A primeira grande reportagem da dupla revelou para o Brasil uma tribo de índios Xavantes na Serra do Roncador. O sensacionalismo que envolveu as 18 páginas da reportagem (que incluía o ataque dos índios ao avião com tacapes e lanças) fez a revista esgotar nas bancas, marcando o modelo que adotaria por toda a sua existência, ou seja, o das grandes reportagens fotográficas.²

¹ MAUAD, Ana Maria. Na mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX. *Anais do Museu Paulista*, São Paulo, v. 13, n. 1, Jun. 2005, p. 22. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-47142005000100005&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 7 jan. 2016.

² MEYERER, Marlise Regina. *Representações do desenvolvimento nas fotorreportagens da revista 'O Cruzeiro' (1955-1957)*. Tese (Doutorado em História). Faculdade de Filosofia e ciências Humanas, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007, p. 33.

Segundo Glauco Carneiro, esse modelo de jornalismo teria alavancado as vendas do periódico e aumentado de forma significativa os lucros do grupo Diários Associados. Pois, para o referido autor, antes da introdução desse modelo de jornalismo, em 1944, a revista não dava lucro ao grupo de Chateaubriand.

O espaço intitulado Seções concentrava textos menores, em média de uma página, com temas diversos, como música ou um evento promovido por uma pessoa conhecida na sociedade. Compunha esse espaço a seção “Fototeste”, de Tetê Signorelli, presente em todas as edições pesquisadas nesta tese. Nela eram apresentadas várias imagens e, em seguida, quatro opções para marcar a alternativa correta. Ao final o leitor conferia suas respostas e contabilizava os acertos, cada um valendo 5 pontos.

O Humor também tinha um espaço cativo na revista com a seção “Amigo da Onça”³, do cartunista pernambucano Péricles. Publicada por quase 20 anos, seu personagem Amigo da Onça era individualista e gostava de zombar dos outros. Outra seção voltada para o humor era *Pif-Paf*, com charges políticas do escritor Millôr Fernandes e ilustradas também por Péricles, numa parceria que durou 10 anos.

Publicada também no espaço “Humorismo” da revista *O Cruzeiro*, a coluna “As garotas”, do ilustrador mineiro Alceu Penna, estreou na revista em 5 de abril de 1938. Seu jovem autor ocupava duas páginas em cores para comentar sobre tendências da moda e tecer orientações sobre comportamento feminino por meio de textos verbais e visuais.

Os títulos da coluna variavam de acordo com os temas abordados, como, por exemplo, “O banho das garotas” (31 de janeiro de 1942), “Garotas em exame” (22 de novembro de 1952) e “Garotas e meditação” (28 de julho de 1956).⁴ Com o tempo, a coluna ganhou mais espaço, passando de duas para quatro ou até seis páginas durante o período de 26 anos em que foi publicada na revista de forma ininterrupta.

“As garotas do Alceu”, como ficou conhecida, tinha um “estilo jovem, por exemplo, porque partilharam de práticas e propriedades que configuraram o chamado

³ Para saber mais sobre a seção “O Amigo da Onça”, ver: SILVA, Marcos. *Prazer e poder do Amigo da Onça*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

⁴ JUNIOR, Gonçalo. *Alceu Penna e as Garotas do Brasil: moda e imprensa - 1933 a 1975*. São Paulo: Amarilys, 2011.

estilo de vida jovem. Elas gostavam de usar (calçados) congas (precursor do tênis), conversar sobre futilidades, como rapazes e as últimas novidades em moda”.⁵

A sétima arte também tinha espaço nas páginas da revista. Sob o título Cinema, publicavam-se diversos artigos discutindo o lançamento de filmes e a vida de atores e atrizes de Hollywood, sempre com fotografias e textos.

Desde o seu primeiro número, em 10 de novembro de 1928, quando entrou em circulação, *O Cruzeiro* reservava um grande espaço para seções e colunas voltadas para o público feminino, tais como “Elegância e Beleza”, de Elza Marzullo, “Lar doce lar”, de Helena, e “Da mulher para a mulher”, de Maria Teresa. Essas seções eram sempre publicadas ao final da revista e tinham periodicidade semanal. Na seção “Elegância e Beleza”, as leitoras acompanhavam dicas de beleza e cuidados com o corpo. Já na coluna “Da mulher para a mulher”, assinada por Maria Teresa, tinham um espaço para tratar das suas dúvidas por meio de cartas enviadas à direção da revista. Eram publicadas também orientações e crônicas, que reforçavam as normas sociais, da boa moça, da mulher e esposa, sempre submissa aos pais e esposo.

Além dos diversos temas abordados, a revista contava com grande número de anúncios publicitários. De acordo com Marlyse Mayer, “20% do espaço da revista, fora as três capas coloridas (que eram vendidas com um ano de antecedência), eram ocupados por publicidade”.⁶ Nas páginas de *O Cruzeiro* eram recorrentes anúncios publicitários de produtos de higiene e beleza, como pasta de dente (Kolynos), sabonetes (Dorly), perfumes (Atkinsons), batons (Don Juan), gêneros alimentícios, móveis, medicamentos, cigarros (Continental), automóveis (Ford), entre outros.

A revista tinha também a colaboração de vários intelectuais do período, como Sérgio Buarque de Holanda, Nelson Rodrigues, Gilberto Freyre, Austregésilo de Athayde. Outro aspecto importante de *O Cruzeiro* foi a incorporação maciça de imagens. Além de contar com ilustrações, a revista também passou a utilizar fotografias em grande número e dimensões variadas, ou seja, o fotojornalismo.

⁵ JUNIOR, Gonçalo. *Ibidem*, p. 94.

⁶ MEYRER, *op.cit.*, p. 33.

3.2 As primeiras colaborações de Gilberto Trompowsky na *O Cruzeiro*

Gilberto Trompowsky iniciou as suas colaborações na revista *O Cruzeiro* em 9 de agosto de 1941, quando ainda atuava na *Ilustração Brasileira*. Nessa edição de *O Cruzeiro*, ele produziu um "encarte especial" sobre a peça teatral *Joujoux e Balangandans*⁷, promovida pela então primeira dama do Brasil, Darcy Vargas, com fins assistenciais. O encarte de sua autoria tinha 25 páginas com informações sobre os ensaios, figurinos, cenários e a encenação de *Joujoux e Balangandans*. Publicou fotografias da peça, croquis dos cenários, figurinos e textos sobre o evento, de forma que o leitor pudesse acompanhar os bastidores, as reuniões que antecederam a encenação, os ensaios e os nomes das pessoas envolvidas no espetáculo. Além das informações relacionadas à trajetória da peça, também dedicou um espaço para as notas sociais, conferindo destaque para nomes da elite carioca presentes à noite de estreia no Teatro Municipal do Rio de Janeiro.

A Sra. Darcy Vargas trazia um fino vestido de "Mousseline" branco bordado com missangas douradas, e um sorriso de grande satisfação iluminava o seu rosto aureolado, vendo o interesse que o espetáculo despertava e vendo principalmente coroados, pelos louros da vitória, o seu grande esforço, o grande trabalho que dispendera para obter tudo que ali naquela noite memorável se realizava. Sr. prefeito do Distrito Federal e sua sra., Henrique Dodsworth, Sr. Lourival Fontes e Sr. Regis de Oliveira, Sr. e Sra. Carlos Guinle, Sr. e Sra. E. G. Fontes, Sra. Sylvia de Bittencourt, Sr. e Sra. Barreto Pinto, srs. intervenientes do Estado do Rio e sra. Alzira Vargas do Amaral Peixoto, Sr. chefe de polícia e sra., Filinto Muller, Sr. embaixador do Chile [...].⁸

A nota social publicada na reportagem especial conferiu destaque à pessoa de Darcy Vargas, promotora do evento. De acordo com Trompowsky, Darcy estava radiante e feliz com o que via no Teatro. A roupa e os detalhes do seu vestuário também foram descritos por Trompowsky, reafirmando o seu bom gosto e elegância.

⁷ A peça *Joujoux e Balangandans* foi escrita em 1939 pelo cineasta e cronista Henrique Pongetti. Para a encenação da peça em 1941, Darcy Vargas contou com a colaboração de diversos artistas de renome daquele período. A direção do espetáculo ficou a cargo de Luiz Peixoto, nome importante no circuito cultural das décadas de 1930 e 1940. Ary Barroso e Lamartine Babo foram os responsáveis pelas canções, outros nomes como Fernando Valentim, Santa Rosa, Souza Mendes, Júlio Senna e Gilberto Trompowsky atuaram na construção do cenário e figurino. Além desses artistas, segmentos da elite política e social também colaboraram com Darcy Vargas atuando como atores no espetáculo. A peça foi dividida em dois atos, cada um composto de várias quadros.

⁸ TROMPOWSKY, Gilberto. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, ago. 1941, p. 33.

É notório que essa reportagem trouxe informações para além das questões artísticas que envolviam a peça *Joujoux e Balagandans*. Pois, juntamente com as informações sobre Darcy Vargas, Gilberto Trompowsky também cita o nome de pessoas da elite política e econômica do Rio de Janeiro que prestigiaram a apresentação. De acordo com o texto, estiveram presentes no espetáculo Henrique Dodsworth, então prefeito da cidade do Rio de Janeiro, acompanhado de sua esposa, Lourival Fontes, então diretor do Conselho Nacional de Imprensa, e o empresário Carlos Guinle, entre outros.

Nesse pequeno texto publicado na reportagem especial sobre *Joujoux e Balangandans*, há muitas semelhanças com a seção “Mundanismo” da revista *Ilustração Brasileira*, na qual Gilberto Trompowsky atuava. O modo como o autor cita os nomes dos convidados presentes no evento, a descrição do vestuário das mulheres, como o fez ao se referir a Darcy Vargas, são peculiaridades que acompanhavam as notas sociais elaboradas por ele na seção “Mundanismo”.

Provavelmente a escolha do nome de Gilberto Trompowsky para a produção do encarte pela revista *O Cruzeiro* não foi em vão. No que diz respeito à peça, Trompowsky conhecia bem o assunto, pois colaborou doando seu trabalho de figurinista e cenógrafo para o espetáculo, o que lhe permitiu participar de reuniões e ensaios. Outro aspecto refere-se ao seu nome, que já era conhecido no meio artístico e provavelmente associado a sua trajetória de colunista social na revista *Ilustração Brasileira* desde 1937, quando iniciou seus trabalhos nesse periódico com a publicação mensal da seção “Mundanismo”.

O espetáculo também contou com elite a carioca no palco do teatro, pois a peça *Joujoux e Balangandans* foi encenada por importantes nomes da elite social e política do Rio de Janeiro. O espetáculo benficiante foi “uma festa da elite e para a elite”⁹, quando esses grupos “se dispuseram a doar seus poderes simbólicos e reais para o espetáculo”¹⁰.

Dessa forma, o programa da peça possibilitou identificar vários nomes dessas elites envolvidas na encenação do espetáculo. Conforme publicado no encarte, o quadro “O baile da Ilha Fiscal”, do segundo Ato, contou com a participação do Sr. Manoel Teffé, Sr. João Saavedra, Sr. João Lage, Sra. Otávio Simenson, ministro Graça Aranha

⁹ SIMILI, Ivana Guilherme. *Mulher e política: a trajetória da primeira-dama Darcy Vargas*. São Paulo: Editora Unesp, 2008, p. 125.

¹⁰ *Ibidem*, p. 125.

e Sra. E. G. Fontes. Sobre esse quadro, Gilberto Trompowsky diz que “O Baile da Ilha Fiscal foi qualquer coisa notável, com vestimentas lindas e os nomes mais representativos da nossa sociedade evocando as grandes personalidades do 2º Império”.¹¹

Vale destacar que os figurinos desse quadro foram elaborados por Gilberto Trompowsky e ganharam no encarte uma visibilidade maior do que os dos demais quadros da peça. Tudo indica que o fato de ser ele o responsável por esse material gráfico lhe possibilitou selecionar e dar mais evidência ao seu trabalho artístico, em detrimento dos demais, agregando dessa forma prestígio e poder ao seu nome.

A página 32, que compõe o conjunto das 25 páginas do encarte, privilegiou fotografias de vários personagens da peça durante a encenação do quadro “O Baile da Ilha Fiscal”. Em dimensões variadas e sem legendas, as fotografias foram diagramadas juntamente com um pequeno texto. Nesse espaço, Trompowsky narra com muito entusiasmo os momentos que antecederam a encenação do espetáculo.

O Teatro Municipal apresentava um aspecto de raro esplendor com suas localidades completamente esgotadas, cadeiras extras, colocadas especialmente nas passagens, frisas e camarotes com sensível excesso de lotação. Grandes “corbeilles” no palco e decorações de flores nas frisas, nos balcões e nos camarotes emprestavam maior alegria ao ambiente festivo.¹²

Essa “reportagem especial”, conforme foi intitulada na revista *O Cruzeiro*, apresenta algumas semelhanças com a última colaboração de Gilberto Trompowsky na revista *Ilustração Brasileira*, publicada na edição de agosto de 1941, na qual reuniu uma série de fotografias dos ensaios, da encenação da peça, do público e textos, comentando sobre o evento e várias ilustrações alusivas ao espetáculo.

¹¹ TROMPOWSKY, Gilberto. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, ago. 1941, p. 32.

¹² TROMPOWSKY, *op. cit.*

Figura 72: Página da reportagem especial sobre a peça *Joujoux e Balangandans*, com várias fotografias.

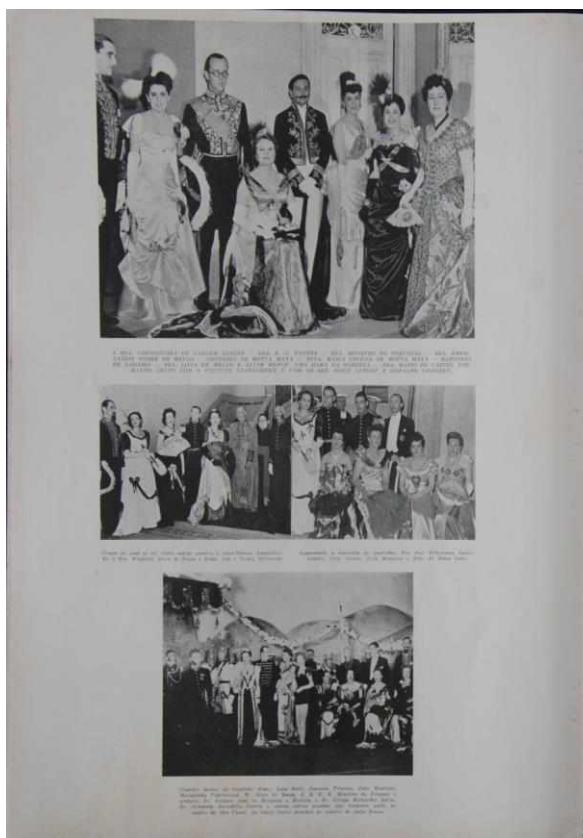


Fonte: *O Cruzeiro*, ago. 1941.

As semelhanças entre as duas publicações estão nas fotografias publicadas, nas ilustrações dos croquis e cenários da peça reproduzida nas revistas *Ilustração Brasileira* e *O Cruzeiro*, ambas em edições de agosto de 1941 (Figuras 73 e 74).

Uma das fotografias publicadas em ambas as revistas registrava vários atores do quadro “O Baile da Ilha Fiscal”. Daquelas publicadas nessa página da *Ilustração Brasileira*, uma também aparece em *O Cruzeiro*. Na legenda, foram informados os nomes dos personagens que atuaram no quadro “O baile da Ilha Fiscal”, o 2º ato da peça *Joujoux e Balagandans*.

Figura 73: Fotografias do quadro “O Baile da Ilha Fiscal” publicadas na *Ilustração Brasileira*.



Fonte: *Ilustração Brasileira*, ago. 1941.

Figura 74: Fotografias do quadro “O baile da Ilha Fiscal” publicadas n’*O Cruzeiro*.



Fonte: *O Cruzeiro*, ago. 1941.

Conforme a legenda da *Ilustração Brasileira*, os personagens da cena são Senhora Viscondessa de Vargem Alegre, Sra. e E. G. Fortes, Ministro de Portugal, Sra. Embaixatriz Nobre Mello, Condessa de Mota Maya, Srt. Maria Cecília de Mota

Maya, Baronesa de Ladário, Sra. Lívia de Mello e Alvin Menge, Sr. Mário de Castro, Príncipe Czartorisky, Jorge Ludoef e Oswaldo Lündgren. Nessa publicação os nomes dos atores não foram divulgados.

Numa proposta diferente da apresentada pela *Ilustração Brasileira*, a revista *O Cruzeiro*, ao publicar a mesma fotografia (Figura 76), privilegiou o nome dos atores que encenaram o ato e não o dos personagens. O cruzamento dessas informações permite identificar quem foram os atores da cena e o papel que cada um desempenhou na encenação.

A mesma fotografia mencionada anteriormente também foi publicada na revista *O Cruzeiro*, sem a legenda. Publicada numa dimensão maior, se comparada com a publicação da *Ilustração Brasileira*, ela ocupou quase toda a parte superior da página.

Figura 75: Fotografia publicada na revista *Ilustração Brasileira*.



Fonte: *Ilustração Brasileira*, ago. 1941.

Figura 76: Fotografia publicada na revista *O Cruzeiro*.



Fonte: *O Cruzeiro*, ago. 1941.

A imagem a seguir (Figura 77) foi publicada na revista *Ilustração Brasileira*. Trata-se de um croqui de um figurino da peça juntamente com uma fotografia de duas personagens utilizando o figurino representado no croqui.

Figura 77: Ilustração do croqui e fotografia do figurino para a peça *Joujoux e Balangandans*.



Fonte: *Ilustração Brasileira*, ago. 1941.

A imagem a seguir (Figura 78), publicada na revista *O Cruzeiro*, é a mesma do croqui veiculada na *Ilustração Brasileira*. Juntamente com a ilustração, foram publicadas outras duas fotografias de personagens utilizando o mesmo figurino.

Figura 78: Ilustração do croqui e fotografia do figurino para a peça *Joujoux e Balangandans*.



Fonte: *O Cruzeiro*, ago. 1941.

Apesar das aproximações entre as imagens nas duas revistas, percebem-se os diferentes usos delas em cada publicação. Em *O Cruzeiro* as imagens ganharam dimensões maiores. Já na *Ilustração Brasileira* foram diagramadas em dimensões menores e com legendas, diferenciando-se da primeira, que apresentou legenda em algumas imagens apenas, explicitando dessa forma os padrões estéticos de cada grupo editorial. Na edição de agosto de 1941 da *Ilustração Brasileira* não constam os créditos das fotografias. Já em *O Cruzeiro* as informações sobre os fotógrafos foram disponibilizadas, sendo eles Edgar Medinna e Luthero de Ávila, ambos integrantes do departamento de fotografia da revista.

Após a participação de Gilberto Trompowsky na revista *O Cruzeiro*, edição de 9 de agosto de 1941, ele deixou de atuar na revista *Ilustração Brasileira*. Trabalhamos com a hipótese de que o seu desligamento do grupo editorial Sociedade Anônima O Malho vincula-se ao início da sua colaboração com a revista do grupo Diários Associados, de Assis Chateaubriand, que ocorreu simultaneamente à publicação elaborada por ele na revista *Ilustração Brasileira*, enquanto colaborador da seção “Mundanismo”.

Como mencionado anteriormente a última colaboração de G. de A., pseudônimo adotado por Trompowsky na revista *Ilustração Brasileira*, foi na edição de agosto de 1941 com a reportagem sobre a peça *Joujoux e Balangandans* e a última publicação de “Mundanismo” no periódico ocorreu em julho do mesmo ano. A partir da edição de setembro de 1941, a seção “Mundanismo” foi suprimida da revista sem nenhuma justificativa para os seus leitores.

3.3 “Esporte e Elegância”: a primeira seção de Gilberto Trompowsky n’*O Cruzeiro*

Após a sua atuação na revista *Ilustração Brasileira*, que se encerrou em 1941, Gilberto Trompowsky só voltou a atuar na imprensa ilustrada a partir de 1943, quando, em 29 de maio desse ano, passou a assinar a crônica social “Esporte e Elegância” na revista *O Cruzeiro*. Essa seção estendeu-se até o início dos anos de 1950 com algumas variações no número de páginas e dimensões das fotografias. “Esporte e Elegância” era assinada por G. de A, pseudônimo adotado por Gilberto Trompowsky ao longo da sua trajetória na imprensa ilustrada. Nesse espaço, o artista tecia comentários sobre eventos realizados no Jockey Club da cidade do Rio de Janeiro. Em média a crônica ocupava

duas páginas composta por um pequeno texto e várias fotografias de dimensões variadas. As fotografias registravam alguns convidados presentes no Hipódromo, na grande maioria as mulheres, que eram as figuras privilegiadas pelas lentes do fotógrafo.

Na seção, o texto era geralmente diagramado no centro de uma das páginas e em seu entorno distribuíam-se as fotografias, o que conferia maior destaque às imagens devido ao espaço maior destinado a elas em detrimento do texto.

Essa foi uma marca assumida na revista *O Cruzeiro* desde o início das suas atividades, pois contava com um departamento de fotografia e a colaboração de fotógrafos como Jean Mazon, Edgar Medina, Salomão Sclion, Lutero Ávila, Peter Scheir, José Medeiros, entre outros. Nessa seção, nem sempre as fotografias apresentavam os créditos do fotógrafo e, quando isso era feito, o nome era Edgar Medina.

A tabela abaixo, elaborada a partir da pesquisa realizada no site da hemeroteca digital da Biblioteca Nacional, permite observar a periodicidade da seção “Esporte e Elegância” na revista *O Cruzeiro*.

Tabela 2: Quantidade de publicações da seção “Esporte e Elegância” na revista *O Cruzeiro* no período de 1943 a 1950.

Ano	Seção “Esporte e Elegância”
1943	7
1944	38
1945	12
1946	7
1947	2
1948	2
1949	5
1950	1

Fonte: Levantamento realizado pela autora.

Observamos nessa tabela que a seção foi publicada durante quase toda a década de 1940 e se estendeu até o ano de 1950. A seção teve maior número de publicações em 1944, quando chegou a trinta e oito publicações no ano. Após o ano de 1944, a seção apresenta uma diminuição no número de publicações. Acreditamos que essa redução está associada ao fato de G. de A., pseudônimo de Gilberto Trompowsky, iniciar uma nova colaboração na revista a partir de maio de 1945. Nessa nova iniciativa, Trompowsky (re)lançava a seção “Mundanismo” n’*O Cruzeiro*.

As fotografias publicadas na seção “Esporte e Elegância” podem ser pensadas a partir de uma série, como propõe Boris Kossoy¹³. A série de fotografias publicadas nesse espaço permite identificar três perspectivas diferentes da seção: a primeira é composta por publicações/edições que privilegiaram fotografias de um público misto (homens e mulheres), a segunda por fotografias em que predominava o público feminino e, por último, o público predominantemente masculino.

A primeira série de fotografias foi publicada nas edições do ano de 1943, quando predominaram fotografias contendo homens e mulheres nos espaços do Jockey Club. A seção contou também com algumas edições nas quais os homens foram os grupos privilegiados. Posteriormente, a partir das edições de 1944, a seção passou a privilegiar majoritariamente o público feminino presente no espaço do Jockey Club.

Dessa forma, buscaremos refletir sobre o perfil dessas três séries que a seção “Esporte e Elegância” produziu durante o período em que foi publicada. A escolha dessas fotografias se deu em função daquelas mais representativas e que apresentaram maior recorrência. Dentre as várias edições pesquisadas, selecionamos três publicações representativas das séries mencionadas anteriormente, com o objetivo de refletir sobre o público privilegiado na seção e as representações elaboradas a partir das narrativas visuais e textuais.

Como representativa da série de publicações “Esporte e Elegância” que privilegiava o público misto, homens e mulheres, selecionamos a edição de 5 de junho de 1943.

¹³ KOSSOY, Boris. *Fotografia & História*. Cotia: Ateliê Editorial, 2001.

Figura 79: Seção “Esporte e Elegância” da revista *O Cruzeiro*.



Fonte: *O Cruzeiro*, 5 jun. 1943.

Na referida edição, a seção foi composta por cinco fotografias de dimensões variadas (Figura 79). Das cinco, quatro privilegiaram o público masculino e feminino no espaço do Jockey Club. A imagem diagramada na parte superior da página mostra um grupo de cinco senhores e duas senhoras, todos bem vestidos, e pela disposição do grupo, em semicírculo, tudo indica que estavam conversando e deram uma pausa para posar para o fotógrafo, visto que direcionaram o olhar para as lentes do fotógrafo. Sobre essa imagem foi publicada a seguinte informação “O general Fimó Freire e senhora num grupo de amigos”.

Essas fotografias compõem uma narrativa, na qual identificamos tanto personagens femininos quanto masculinos. À exceção da última fotografia, diagramada na parte inferior/direito da página, que privilegiou apenas mulheres, as demais são compostas por ambos os públicos.

Os homens, em primeiro plano na imagem, ganham maior destaque, têm seus nomes destacados nas legendas, e é nítida a intenção do fotógrafo de registrá-los em uma postura mais formal, como se estivessem ali tratando de algum assunto relacionado a negócios ou mesmo política.

Nessas fotografias as mulheres casadas aparecem como companhia desses homens, assumindo, dessa forma, um papel figurativo ao lado dos seus pares. Seus nomes são suprimidos nas legendas e nos textos da seção e as referências a elas são enunciadas a partir dos nomes de seus respectivos esposos. Isso é evidente na legenda da foto publicada nessa edição: “Sr. embaixador do Uruguai, sr. embaixador da Argentina, sra. ministro da Venezuela no Chile, sr. Secretário do Uruguai, sra. Secretário do Uruguai, sra. Oscar Justo e sra. T. Queiroz”¹⁴. Dessa forma, tais fotografias criaram uma narrativa demarcando o papel da mulher burguesa/esposa de figura proeminente na sociedade daquele período. Como mulheres, provindas de famílias abastadas, da década de 1940, eram educadas para serem boas esposas, cuidar dos filhos e do lar.

Sobre esse assunto, Carla Bassanezi Pinsky, no livro *Mulheres dos anos dourados*¹⁵, destaca que o ideal dominante na sociedade brasileira durante os anos Anos Dourados baseava-se numa relação marcada pela autoridade e poder dos homens sobre as mulheres. Dessa forma, a autora destaca que os maridos “chefes da casa” eram os provedores e que deveriam sustentá-las economicamente, enquanto às mulheres cabia desempenhar os afazeres domésticos e cuidar dos filhos e familiares.

De acordo Pinsky, nesse período, as tarefas do casamento conferiam atribuições e direitos diferentes para homens e mulheres, pautadas na desigualdade, visto que as decisões importantes, como gastos da família, educação dos filhos, local de moradia eram avaliadas e definidas pelos homens. Para a autora algumas revistas, como *Jornal das Moças*, *O Cruzeiro*, *Querida* e *Cláudia*, cada uma ao seu modo, reforçavam o ideal de

¹⁴ TROMPOWSKY. Gilberto. Esporte e Elegância. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, ano XV, n. 32, jun. 1943, p. 48.

¹⁵ PINSKY, Carla Bassanezi. *Mulheres dos anos dourados*. São Paulo: Contexto, 2014.

casamento baseado no modelo nuclear, “aquele da família composta por casal com filhos vivendo sob o mesmo teto”¹⁶. Dessa forma, percebemos que a seção “Esporte e Elegância” também reforçava o modelo de família da sociedade brasileira do período, caracterizado pelo patriarcalismo, que reservava à mulher um lugar de submissão.

Nessas fotografias, os homens estão usando um vestuário esporte-fino, ternos, gravatas, lenço de bolso, chapéus, trajes que mantinham a aparência de “refinamento e elegância” masculina para o período. As mulheres também acompanham os homens na aparência: usam vestidos, joias, luvas, chapéus com adereços, casacos de pele, indumentárias essas destacadas nas notas de Trompowsky, como podemos conferir na passagem a seguir: “A sra. ministro da Venezuela no Chile, que o Rio hospeda no momento, vestido de flores estampadas e chapéu branco com véu preto. O secretário do Uruguai e sra. Oscar Justo de Berro, “Tailleur” impremê. A sra. T de Queiroz, “Tailleur” de veludo preto e pequeno chapéu de plumas azuis e rosadas, formando “degradés”.¹⁷

Nas fotografias da seção, o traje esporte fino predominou, mostrando a importância para essas elites “em se manter a aparência principalmente em espaços onde ver e ser visto é a principal diversão”. Esses espaços funcionavam como uma espécie de vitrine, na qual eram exibidos a aparência desses grupos e o seu poder econômico, associados aos bens de consumo adquiridos.

A publicação da seção “Esporte e Elegância no Jockey Club”, da edição de 16 de dezembro de 1944, representa o conjunto de seções que priorizaram o público feminino em seus registros fotográficos (Figura 80).

¹⁶ PINSKY, *ibidem*, p. 211.

¹⁷ TROMPOWSKY. Gilberto. Esporte e Elegância. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, jun. 1943, p. 48.

Figura 80: Publicação da seção “Esporte e Elegância no Jockey Club”.



Fonte: *O Cruzeiro*, 16 dez. 1944.

Nessa edição há três fotografias de senhoras presentes no Jockey Club. A publicação contém o título da crônica em letras bem grandes e diagramadas nas duas páginas, juntamente com três fotografias, suas respectivas legendas e um pequeno texto. São fotografias do público feminino, registros de corpo inteiro e todas em primeiro plano, permitindo, dessa forma, que o leitor visualizasse o vestuário das senhoras flagradas pelas lentes do fotógrafo. O modo como as fotografias foram diagramadas uma ao lado da outra, em sequência, permite ao leitor construir uma narrativa sobre a circulação dessas senhoras no Jockey Club. As legendas, na parte superior das imagens, fazem referência ao nome de cada uma das senhoras retratadas na página, juntamente com dizeres que as relacionam com o bom gosto e elegância dos eventos esportivos realizados nos espaços do Jockey.

A nota de elegância nas tardes esportivas do Jockey Club motiva sempre novas atenções. O bom gosto é um imperativo nunca descurado. Belíssimos modelos.

Senhoras Raul Santiago Bergallo e Egberto Silva. Senhoritas Lysia Coimbra Bueno, Elizabeth Springfield, Hilda Marinho e Julieta Mendes.¹⁸

Já os textos, sempre em tamanho reduzido, informam o nome de cada uma das senhoras, no mesmo molde da edição anterior, a partir dos nomes dos seus respectivos esposos, e as suas indumentárias.

Podemos assim admirar os modelos de grande linha das senhoras: Raul Santiago Bergallo – vestido azul marinho com bordados dourados, chapéu de penas e “crosses” de variado colorido. Egberto Silveira – “tailleur” de lã preta, com enfeites “d’hermine” na lapela, motivo que se repete no pequeno chapéu.¹⁹

As descrições de Trompowsky davam ênfase aos modelos das roupas, aos tecidos utilizados e às cores de cada traje. Os acessórios também eram destacados pelo cronista social. Dessa forma, o texto complementa o registro fotográfico, que, em preto e branco, não permitia ao leitor visualizar as cores das roupas e dos acessórios. Nesse sentido, texto e imagem se relacionam e dialogam. Segundo Ana Mauad, sobre o semanário *O Cruzeiro*, “o espaço fotográfico coloca-se, nesta revista, como adjacente à linguagem verbal, numa relação de complementaridade”.²⁰

A seção “Esporte e Elegância” também cumpria a função de estimular as leitoras da revista ao consumo. Essa relação estabelecida entre a seção e a publicidade na revista pode ser pensada a partir dos códigos de elegância e de bom gosto aí divulgados. Esses códigos, representados por roupas, calçados, bolsas e chapéus que apareciam na seção, também eram anunciados na revista.

Sobre a importância de *O Cruzeiro* na construção de um mercado consumidor feminino, vale destacar as contribuições da historiadora Lilian Mendes. Para a autora, a linha editorial da revista divulgava um ideal de mulher voltada para ser uma boa mãe e uma boa esposa, mas que, ao mesmo tempo, deveria ser moderna, o que passava pelo ato de consumir. Esse consumo variava desde produtos de beleza, eletrodomésticos, moda, cinema até gêneros alimentícios.

Dessa forma, Mendes ressalta que a revista,

¹⁸ TROMPOWSKY, Gilberto. Esporte e Elegância. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, dez. 1944, p. 125.

¹⁹ TROMPOWSKY, *op. cit.*

²⁰ MAUAD, Ana Maria. *Sob o signo da imagem: a produção da fotografia e o controle dos códigos de representação social pela classe dominante no Rio de Janeiro, na primeira metade do século XX*. 2v. Tese (Doutorado em História). Programa de Pós-Graduação em História Social, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 1990, p. 229.

Além de agir como um veículo de educação e orientação para as leitoras, fomentava um novo mercado consumidor em expansão, o mundo feminino. Assim o projeto político e econômico baseado no modelo capitalista industrial estadunidense, preconizado por *O Cruzeiro*, buscava moldar uma nova mulher produzida para ser adequada a essa nova sociedade moderna e industrial. Nessa diretriz, a revista “auxiliou” didaticamente a construir essa nova mulher através de suas propagandas e colunas.²¹

Sobre o ato de consumir na sociedade moderna, a historiadora Mara Rúbia Sant’Ana considera que

Na configuração social em que o sujeito moderno está constituído como tal, para sua integração na sociedade é importante a adequada manipulação das fichas simbólicas e disso decorre que a possessão dos objetos, materiais e imateriais, torna-se mais do que simples aquisição feita aqui ou acolá.²²

Dessa forma, o público leitor que desejasse partilhar desse ideal de elegância e bom gosto divulgado nas notas sociais de G. de A. poderia consumir com facilidade os produtos anunciados na revista, visto que *O Cruzeiro* veiculava em suas páginas grande quantidade de anúncios publicitários de lojas de produtos femininos e masculinos. A diversidade de anúncios nas páginas da revista *O Cruzeiro* pode ser percebida no levantamento realizado na publicação de 16 de dezembro de 1944. Essa edição veiculou dez anúncios de lojas de artigos como roupas, chapéus, relógios e calçados. Algumas delas eram voltadas exclusivamente para o público feminino, como a MC Modas, responsável por comercializar produtos como chapéus, roupas e bolsas, ou a Catalina, especializada em roupas esportivas e, conforme o seu slogan estampado na revista, “uma vitrine permanente da elegância carioca”²³.

²¹ MENDES, Lilian Marta Grisolio. Questões de gênero no mundo capitalista: a mulher desejada nas páginas da revista *O Cruzeiro*. *Revista EDUCAmazônia - Educação Sociedade e Meio Ambiente*, Humaitá, Apesam/Gisrea/Ufam/CNPq/Edua, ano 5, v. VIII, jan.-jun. 2012-1, p. 142.

²² SANT’ANA, Mara Rúbia. *Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009, p. 53.

²³ TROMPOWSKY, Gilberto. Esporte e Elegância. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, dez. 1944, p. 69.

Figura 81: Anúncio publicitário da loja MC Modas.

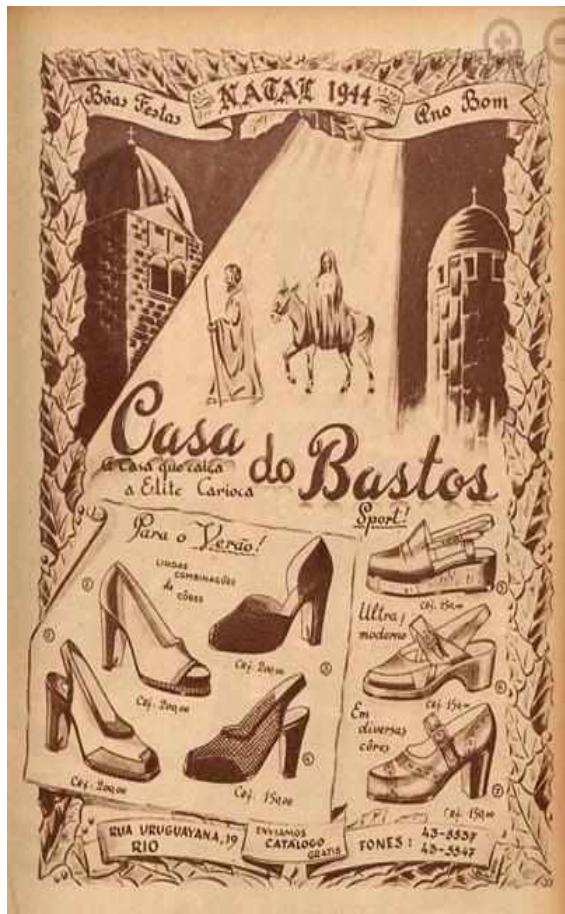


Fonte: *O Cruzeiro*, 16 dez. 1944.

Além de Catalina e MC Modas, outras lojas femininas, como Casa José Silva, Notre Dame de Paris, Casa Lú Modas, também anunciavam seus produtos nas páginas da revista *O Cruzeiro*. Entre as voltadas para o público masculino, a Loja Tavares comercializava gravatas, ternos, camisas e chapéus. As lojas de sapatos também tinham espaço reservado na revista, sendo uma delas a Casa do Bastos: “A casa que calça a elite carioca”²⁴. Outra marca de sapatos femininos que também anunciava na revista era a “Gambier – um calçado da moda para o mundo elegante”. Ademais, vale destacar que havia inúmeros anúncios de produtos de beleza, como perfumes, batons, loções corporais, entre outros.

²⁴ *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, dez. 1944, p. 59.

Figura 82: Anúncio publicitário da loja de calçados Casa do Bastos.



Fonte: *O Cruzeiro*, 16 dez. 1944.

Vale destacar que foi durante a década de 1940 que várias agências publicitárias estadunidenses, como Mc Cann Erickson, Lincoln, Standard, Grant e Continental, se instalaram no Brasil. Nesse período, os Estados Unidos buscavam, por meio da política pan-americana, ampliar seu mercado consumidor e alavancar o crescimento industrial nacional. Para tanto, o governo criou o Office of Inter-American Affairs, órgão responsável por implementar a política da boa vizinhança na América Latina. Conforme a historiadora Ana Maria Maud²⁵, “a estratégia de criar um mercado latino-americano para os produtos dos EUA era perfeitamente explicitada entre os diretores e figuras de relevo do Office e estimulada por várias agências de publicidade”²⁶. Dessa

²⁵ MAUAD, Ana Maria. Embrulhado para presente? Fotografia, consumo e cultura visual no Brasil (1930-1960). *Domínios da imagem*, Londrina, v.1, n. 2, maio 2008, p. 27-36.

²⁶ MAUAD, *ibidem*, p. 29.

forma, aquelas aqui instaladas tiveram um papel importante na construção e ampliação do consumo de produtos estadunidenses.

Associada à consolidação das agências de publicidade no país e à chegada de empresas dos Estados Unidos no Brasil, como Standard Oil, Coca-Cola e RCA Victor, e à intensificação das campanhas publicitárias nas revistas, elaborou-se uma nova imagem da mulher brasileira. Essa mulher, na avaliação de Mauad, era “um misto de atriz de Hollywood com dona de casa prática e responsável por prover o lar do conforto e das possibilidades de uma vida doméstica moderna e feliz”²⁷. A mulher era o principal alvo das campanhas publicitárias nas revistas e a principal consumidora de indumentárias, produtos de alimentação, casa e de higiene e beleza²⁸.

Ainda sobre os anúncios publicitários nas revistas, Mauad ressalta que houve uma substituição gradativa das ilustrações pelas fotografias, visto que imagens fotográficas criam um efeito maior de realidade para fins comerciais.

Nesses anúncios publicitários percebemos uma recorrência dos termos elegante e elegância, sempre associados aos produtos anunciados na revista. O termo também se relaciona diretamente ao título da seção – “Esporte e Elegância” – e ao modo como G. de A. se referia às senhoras em sua seção: mulheres elegantes.

A ideia de elegância que perpassava as notas sociais de G. de A. estava associada às roupas utilizadas pelas senhoras e senhoritas retratadas em seus textos e imagens. A elegância também era vislumbrada no local onde se registravam esses momentos, o Jockey Club do Rio de Janeiro. Essa noção está explícita no texto redigido por ele, publicado na seção “Esporte e Elegância” da edição de 30 de outubro de 1943: “No inverno ou no verão o hipódromo da Gavea é sempre frequentado por um público de escol. Há um grande grupo apaixonado por este esporte elegante e refinado, que não deixa de comparecer cada domingo”.²⁹

Gilberto Trompowsky representou, na maioria das crônicas “Esporte e Elegância”, dois tipos de público feminino, um mais jovem, composto por mulheres solteiras integrantes das famílias tradicionais, e o outro formado por senhoras casadas e integrantes da elite política e econômica da capital carioca. Apenas as mulheres

²⁷ MAUAD, *ibidem*, p. 32.

²⁸ MAUAD, *ibidem*, p. 29.

²⁹ TROMPOWSKY, Gilberto. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, out. 1943, p. 69.

solteiras tinham seus nomes citados nas notas sociais. O modo como Trompowsky fazia referência às mulheres colunáveis demonstrava aspectos patriarcais e machistas da sociedade brasileira daquele período.

Na edição de 16 de dezembro de 1944, as senhoras “Raul Santiago Bergello e Egberto Silveira”, representam o grupo de mulheres casadas publicadas nas seções (Figura 83).

Figura 83: Senhoras “Raul e Egberto” no Jockey Club.



Fonte: *O Cruzeiro*, 16 dez. 1944.

Nessa imagem, as senhoras “Raul e Egberto” foram fotografadas circulando pelo Jockey Club. Isso é perceptível pela disposição delas, uma levemente à frente da outra, os gestos da passada das pernas e dos pés indicando movimento, portanto caminhando. Na cena em questão as senhoras “Raul e Egberto” aparecem no primeiro plano da fotografia, contrastando com a imagem ao fundo do público nas arquibancadas do hipódromo. A senhora da esquerda tem o olhar voltado para as arquibancadas, já a senhora à direita o dirige para a câmara, denunciando a presença do fotógrafo no espaço.

Parte da indumentária utilizada por elas, como as bolsas e as luvas, não foram mencionadas por Trompowsky em seu texto, mas o leitor, ao visualizar texto e imagens, se informava mais sobre essas colunáveis da seção. De acordo com a legenda, elas usavam vestido e *tailleur* nas cores azul marinho e preto, respectivamente. As cores, os tecidos e o corte militar demonstram uma tendência da moda brasileira durante a Segunda Guerra Mundial.

Na edição de 30 de outubro de 1943, G. de. A. escreve: “Os últimos gritos da moda não vêm mais da Europa, mas o bom gosto da brasileira supriu perfeitamente esta falta”³⁰. Nas palavras do artista, as brasileiras naquele período não podiam contar com a moda europeia, mas demonstraram que tinham “bom gosto” e conseguiram superar a ausência dos produtos europeus. Provavelmente Trompowsky estava se referindo às dificuldades de importação de tecidos e roupas para o Brasil em decorrência da Segunda Guerra Mundial (1939-1945).

Nessa fotografia, como em grande parte das veiculadas nessa seção, as mulheres são representadas de forma elegante, bem vestidas e bem arrumadas, fazendo uso de indumentárias refinadas e atuais para a época. Dessa forma, tais elementos constituem símbolo do gosto burguês da sociedade carioca, uma vez que a moda foi utilizada para agregar capital simbólico às representações construídas dessas mulheres associadas à imagem de mulheres afinadas às últimas tendências da moda.

Privilegiou-se nos registros fotográficos desse número o público feminino. Casadas e solteiras eram fotografadas circulando pelo Jockey Club desacompanhadas de seus respectivos esposos. Nesse fragmento visual (Figura 83), observa-se, ao fundo,

³⁰ TROMPOWSKY, Gilberto. Esporte e Elegância. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, out. 1943, p. 69.

nas arquibancadas, a presença de vários homens com o olhar voltado para o horizonte, certamente acompanhando a corrida de cavalos, enquanto outros conversavam entre si.

Provavelmente, entre um olhar para os cavalos e uma conversa com o amigo do lado, o público masculino acompanhava a circulação das mulheres na arena, espaço localizado abaixo da arquibancada. Além dos olhares tutelares do público masculino sobre o feminino, e a supressão dos nomes dessas senhoras em detrimento dos nomes dos respectivos esposos, nessas fotografias elas invertem o lugar ocupado pelos homens nas edições anteriores.

Nessas imagens, as mulheres são protagonistas, foram privilegiadas em primeiro plano pelo fotógrafo, aparecem sozinhas, algumas com fisionomia mais séria, outras sorridentes, mas sem a presença de seus pares. Essas imagens são sugestivas para pensar o próprio nome da seção, “Esporte e Elegância”: aos homens destinava-se o *Esporte*, as apostas, os páreos de cavalo e às mulheres atribuía-se a *Elegância*, o estar bem vestida e ter uma postura adequada para circular nesse espaço.

Figura 84: Comemoração do dia 15 de novembro na seção “Esporte e Elegância no Jockey Club”.



Fonte: *O Cruzeiro*, 25 nov. 1944.

Um número mais reduzido das crônicas “Esporte e Elegância” centrava-se no público masculino, tratando de festividades cívicas. Nessas ocasiões, as fotografias privilegiavam nomes ligados à política brasileira, como o então presidente da república do Brasil, Getúlio Vargas, ministros, embaixadores e diplomatas.

Um desses eventos foi objeto da seção na edição de 25 de novembro de 1944, quando se realizou um almoço e o “Grande Prêmio Getúlio Vargas” em celebração ao dia 15 de novembro, data em que se comemora a Proclamação da República do Brasil. Nessa ocasião o destaque foi o então presidente Getúlio Vargas e os Ministros de Estado, Embaixadores e Ministros estrangeiros. Foram publicadas cinco fotografias. A primeira, no canto superior esquerdo da página, registrou o momento da chegada de Vargas no evento. Recebido com flores lançadas por crianças, que formavam um cordão de isolamento para a sua passagem, ele estava sorridente enquanto era recepcionado na entrada do salão.

Cercado de ministros e militares, as fotografias indicavam o caráter oficial da cerimônia. Em eventos dessa natureza, a seção privilegiava fotografias de políticos, militares e diplomatas presentes e só em raros momentos as senhoras eram capturadas pelas lentes dos fotógrafos. Nessa ocasião estiveram presentes nomes ligados ao exército brasileiro, como o Ministro da Aeronáutica, Salgado Filho, também presidente do Jockey Club naquele período. Segundo a legenda da fotografia, diagramada na parte inferior e esquerda da página, tratava-se de um registro feito durante o seu pronunciamento.

As outras fotografias registraram Getúlio Vargas, juntamente com os demais ministros e diplomatas, sentados à mesa, em um almoço de homenagens e discursos. Ao fundo das imagens, no entorno das mesas, observa-se a presença de garçons, prontos para atender as reivindicações dos convidados.

Essa edição foi uma das poucas em que “Esporte e Elegância” não privilegiou o público feminino presente no Jockey Club. Uma breve alusão às mulheres foi feita em um parágrafo com os seguintes dizeres: “O frio fez com que capas e peles, abrigos de raposas e modelos escuros ainda aumentassem mais a elegância do certame”.³¹

As crônicas de “Esporte e Elegância”, produzidas por Trompowsky, apresentavam muitas semelhanças com a seção “Mundanismo”, assinada pelo artista

³¹ TROMPOWSKY, Gilberto. Esporte e Elegância. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, nov. 1944, p. 67.

na revista *Ilustração Brasileira*. Apesar dos títulos diferentes, “Esporte e Elegância” dava visibilidade a uma elite política e econômica carioca também privilegiada por Trompowsky na *Ilustração Brasileira*. Se na revista *Ilustração Brasileira* a seção “Mundanismo” fazia referência a uma diversidade de eventos festivos que ocorriam em diferentes locais na cidade do Rio de Janeiro, já as crônicas de “Esporte e Elegância” centravam-se nos acontecimentos realizados no Jockey Club, um lugar que havia se constituído enquanto símbolo de elegância e refinamento para os grupos mais abastados da sociedade carioca.

Algumas pessoas, como o Ministro Salgado Filho, o Chanceler Osvaldo Aranha, o Ministro Souza e Costa e Décio Moura, Roberto Marinho Filho e suas respectivas esposas e filhos, eram nomes recorrentes nas páginas assinadas por Gilberto Trompowsky.

Era comum também um número grande de estrangeiros presentes nessas ocasiões, como a Embaixatriz da Inglaterra, Lady Charles, os Embaixadores do Uruguai e do Chile, entre outros.

Apesar dessa característica de enunciar nomes conhecidos da cena política brasileira, Gilberto Trompowsky também conferia destaque especial à juventude presente no Jockey Club. Eram comuns os elogios a grupos de moças que, aos olhos do artista, embelezavam ainda mais o espaço.

Como sempre acontece, no hipódromo da Gávea há um grupo de irradiante mocidade decorando a tarde esportiva: Srtas Magali Santerre Guimarães, Margot e Perla Maciel, Nicole Hime, Lucia Laport Moura Monteiro, Gutierrez e tantas outras.³²

Nessas fotografias registrou-se uma elite econômica e política em momentos de descontração e lazer no Jockey Club. Nelas as pessoas aparecem bem vestidas, com trajes de esporte fino, mulheres com joias, luvas, casacos de pele, chapéus e todos esses adereços associados à riqueza e poder de consumo desses grupos.

Conforme a historiadora Ana Mauad³³, as revistas ilustradas desempenharam, por meio das suas crônicas e notas sociais, o papel de divulgar e impor valores e normas, elaborando realidades “num processo que transformaria a cidade em cenário e a

³² TROMPOWSKY, Gilberto. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, set. 1943, p. 66.

³³ MAUAD, 1990, *idem*, p. 206.

burguesia em seu principal ator”³⁴. Dessa forma, a imprensa serviu de suporte para divulgar os valores, os gostos e os gestos da burguesia carioca, apresentados como necessários para uma conduta moderna e elegante nos espaços de sociabilidades da cidade do Rio de Janeiro. Construiu-se, assim, a ideia de que a burguesia era “como modelo a ser copiado e como exemplo a ser seguido”³⁵ pelos demais grupos sociais.

A coleção de fotografias da seção “Esporte e Elegância” priorizou imagens em que essa elite foi fotografada em momentos de sociabilidade, em espaços públicos, onde aparecem sorridentes, em harmonia e bem vestidos. A imagem assim construída e elaborada é de uma elite educada, *glamourosa*, refinada e antenada às tendências internacionais.

3.4 “Mundanismo”: o retorno de Gilberto Trompowsky às páginas d’*O Cruzeiro*

A publicação da seção “Mundanismo” na revista *O Cruzeiro* só ocorreu a partir de 5 de maio 1945 e se estendeu até o final da década de 1950. Em *O Cruzeiro*, ela não possuía o mesmo espaço, pois ocupava a metade da página diagramada em uma coluna na vertical, portanto, em uma dimensão bem menor do que na revista *Ilustração Brasileira* (Figuras 85 e 86).

O título era diagramado na parte superior do texto acompanhado de pequenas ilustrações a ele alusivas. Nesse aspecto a seção muito se diferenciava da apresentada na revista *Ilustração Brasileira*, visto que nessa última as ilustrações eram maiores em número e em dimensão. Sobre essa mudança gráfica/visual é preciso considerar que a seção passava a integrar outro grupo editorial, os Diários Associados, que nesse momento já havia incorporado o fotojornalismo em grande escala nos seus periódicos. Isso pode ser um dado que interferiu na quantidade das ilustrações presentes na seção “Mundanismo”, visto que a fotografia havia conquistado o gosto dos leitores e as ilustrações perderam espaço para essa nova técnica.

³⁴ MAUAD, 1990, *idem*, p. 206.

³⁵ MAUAD, 1990, *idem*, p. 206.

Figura 85: Seção “Mundanismo” publicada na revista *Ilustração Brasileira*.



Fonte: *Ilustração Brasileira*, fev. 1941.

Figura 86: Seção “Mundanismo” publicada na revista *O Cruzeiro*.



Fonte: *O Cruzeiro*, 14 abr. 1945.

Em *O Cruzeiro*, em geral a seção “Mundanismo” fazia cobertura de um a três eventos festivos por edição. A seção fazia alusão a eventos como jantares, apresentações musicais, recepções de boas-vindas, batizados, apresentações teatrais promovidas pela elite política e econômica da capital carioca. A maioria desses eventos era realizada em residências de membros dessas elites e/ou espaços públicos, como o Teatro Municipal do Rio de Janeiro, Palácio do Itamarati, entre outros.

Figura 87: Seção “Mundanismo”.



Fonte: *O Cruzeiro*, 24 nov. 1945.

Tomando como referência a edição de 24 de novembro de 1945, destacamos um modelo de escrita que perpassava a maioria dos textos de Trompowsky. A abertura da

seção sempre era uma referência aos nomes das pessoas proponentes do evento. Nessa edição, “Mundanismo” reportava-se a uma recepção realizada na residência do professor e da senhora Leonídio Ribeiro, no bairro de Botafogo. Após apresentar brevemente os anfitriões do evento, o texto segue informando detalhes sobre os demais convidados presentes na ocasião, como, entre muitos outros, os embaixadores dos Estados Unidos da América, da Argentina, e artistas, como o músico pianista Egídio de Castro Filho e a pintora Regina Veiga. Além de elencar os nomes dos convidados presentes na ocasião, Trompowsky também conferia destaque às roupas e acessórios das senhoras presentes, como fez ao referir-se a algumas convidadas do evento.

Alda de Paula Séne completava a sua “toilette” com um chapéu da linha parisiense florido. A senhora Clô Veiga de Moraes Grey modelo estampado e chapéu de linha parisiense, 1945. A senhora Yvette Yong Barrense gracioso chapéu com flores do campo de um sabor também muito parisiense.³⁶

As informações buscavam conferir destaque às vestimentas e indumentárias, como o chapéu de algumas senhoras, mesmo que de forma bem resumida. A referência ao vestuário informava ao leitor o modo como essas senhoras da elite carioca se vestiam a cada ocasião. Detalhes como o tecido, a cor e o modelo da roupa eram revelados ao leitor, possibilitando dessa forma que acompanhasse as tendências da moda.

Na revista *O Cruzeiro*, a seção dispunha de pouco espaço para as ilustrações, por isso foram poucos os croquis nela apresentados e, quando o eram, tinham uma dimensão bem menor se comparados com as ilustrações da seção “Mundanismo” na revista *Ilustração Brasileira*. Dessa forma, a possibilidade de o leitor realizar uma leitura visual e textual, com textos e ilustrações se complementando, agora se tornava quase impossível, pelo pouco espaço destinado às imagens.

O texto apresentava um caráter informativo, registrando os nomes dos convidados presentes na ocasião, o que permitia ao leitor se informar sobre as pessoas que frequentavam esses espaços. A seção continha uma ou duas ilustrações de dimensão reduzida, semelhantes a um busto. Nessa edição as ilustrações são alusivas a duas mulheres não identificadas pelo artista.

Nessa fase da seção “Mundanismo” em *O Cruzeiro*, passam a ser privilegiados os eventos festivos ocorridos nas residências da elite carioca. Eram apresentações musicais,

³⁶ TROMPOWSKY, Gilberto. Mundanismo. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, nov. 1945, p. 102.

jantares, almoços promovidos para comemorar a chegada de um amigo querido ou para se despedir de outro com viagem marcada para o exterior. Essas notas sociais, além de mencionar os promotores do evento e o bairro onde se localizava a residência, teciam comentários sobre o interior dessas. Assim, ao ler “Mundanismo”, podemos perceber que a coluna, a um só tempo, dava visibilidade ao gosto burguês da alta sociedade carioca e ditava normas de bom gosto.

Gilberto Trompowsky sempre iniciava a sua seção informando sobre a natureza do evento. Nas primeiras linhas do texto, o leitor era informado se aquela nota social referia-se a um jantar, uma recepção, um batizado ou um casamento, como se pode observar na publicação de 8 de dezembro de 1945:

Tôda a Beleza, tôda a espiritualidade da linguagem da música através do lirismo que existe na "sonata" – para o piano e violino – de Gabriel Faurè, enchem de harmonia os grandes salões e "amplo" de mármore. Magdalena Tagliaferro e Mamita Echeverria se reafirmam magníficas intérpretes.³⁷

Nessa ocasião, “Mundanismo” referia-se a um evento musical realizado na residência do "senhor e senhora Carlos Guinle" em homenagem ao compositor Gabriel Faurè, interpretado por Magdalena Tagliaferro e Mamita Echeverria. Após essas observações, Trompowsky sempre listava o nome dos convidados presentes, que ganhavam visibilidade e importância no meio social, já que em várias ocasiões o autor mencionava que não havia espaço para citar todos os convidados.

A senhora Lúcia de Faria Proença. O senhor e a senhora Nino Morais e Barros, da sociedade paulistana. O senhor Michel Simon. O senhor e Senhora Ranulfo Bocaiúva da Cunha. As senhoritas Ernestina e Maria Izabel Bento Coelho.³⁸

Ainda sobre as reuniões festivas, Trompowsky tecia comentários descrevendo o mobiliário e objetos dos locais onde elas se realizavam, como no trecho a seguir: "O ambiente requintado, os cristais, os lustres e as molduras douradas pareciam guardar ainda as ressonâncias da música".³⁹

Na seção “Mundanismo” eram recorrentes comentários alusivos à decoração das residências. Como ocorreu na edição de 15 de dezembro de 1945, com os seguintes dizeres: “Um grande mundo se movimenta nos salões claros, decorados com cortinas

³⁷ TROMPOWSKY, Gilberto. Mundanismo. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, dez. 1945, p. 96.

³⁸ TROMPOWSKY, *op. cit.*

³⁹ TROMPOWSKY, *op. cit.*

claras, lustres de cristal e peças antigas de valor”⁴⁰. As descrições de Trompowsky revelavam, para o público leitor, o interior das residências das elites cariocas. Objetos como lustres, cristais e móveis antigos compunham a decoração delas e representavam para esses grupos objetos de bom gosto e refinamento. Nesse sentido, a seção “Mundanismo” também pode ser pensada como um meio de intervenção na construção de um padrão burguês no modo de decorar e organizar os lares dos seus leitores. Ter esses objetos na residência, naquele período, representava o poder econômico dessas elites, que podiam adquirir certos objetos de decoração, como quadros e peças de cristal, para ornamentar os seus lares.

Tomando como referência as notas sociais de Gilberto Trompowsky, é possível mapear as áreas onde essa elite morava e circulava, entre elas, principalmente, os bairros de Botafogo, Jardim Botânico e Copacabana.

Ao ler “Mundanismo” percebemos o quanto essa burguesia carioca buscava referências europeias para se constituir enquanto grupo. Em várias publicações Trompowsky faz alusão a seus embarques e desembarques em países europeus, como França e Inglaterra. O gosto musical também era pautado em referências francesas. Na edição de 8 de dezembro de 1946, Trompowsky escreveu sobre uma “reunião musical” realizada na residência da sra. e sr. Carlos Guinle. Na ocasião as cantoras Magdalena Tagliaferro e Mamita Echeverria interpretaram o músico francês Gabriel Fauré (1845 - 1924), um representante da música francesa romântica e moderna.

Sobre o comportamento dos convidados durante o evento, o autor descreve: “Nas fisionomias se notam bem a concentração do pensamento, a expressão de sonho e devaneio, que só a boa música sabe proporcionar aos seus apreciadores”⁴¹ Nas suas palavras, a boa música a ser ouvida pelas elites era, de referência, francesa, sinônimo de bom gosto.

⁴⁰ TROMPOWSKY, Gilberto. Mundanismo. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, dez. 1945, p. 96.

⁴¹ TROMPOWSKY, *op. cit.*

Figura 88: Seção “Mundanismo”.



Fonte: *O Cruzeiro*, 12 de jan. 1945.

“Mundanismo” também fornece pistas do gosto desse grupo pela “cidade das Hortênsias”, Petrópolis. Na edição de 14 de abril de 1945, comenta que a vida cultural do Rio de Janeiro não se havia iniciado, em função dessas pessoas ainda se encontrarem em suas casas de campo em Petrópolis. Algumas famílias, como Morgan Snell, Leite Garcia, barões de Saavedra, casal Latif, casal Willemensens Júnior e casal Gulliez, possuíam fazendas em Petrópolis. Uma das propriedades destacadas por Trompowsky foi a da família de Saavedra. Segundo ele, “a residência dos Barões de Saavedra, em Corrêas, inteligente mistura do antigo com o moderno, que se deve ao talento de Lúcio Costa e que abriga um dos mais belos murais de Portinari, é outro ponto de agradáveis

reuniões”⁴². Os nomes do arquiteto Lúcio Costa e do artista Cândido Portinari são referência importante no Brasil naquele período. Quando mencionados por G. de A. na seção, conferem bom gosto e status de elegância à família que lançou mão dos seus trabalhos.

3.5 Os colunáveis nas notas sociais de Gilberto Trompowsky

A cada evento narrado por Gilberto Trompowsky na seção “Mundanismo”, leitores e leitoras acompanhavam os nomes dos seus colunáveis. Alguns apareciam com mais frequência, enquanto outros fizeram breve aparição. Muitos deles eram recorrentes nas páginas de periódicos desse período em seções de política, de economia, entre outras. Nas várias seções de “Mundanismo” pesquisadas para esta tese, deparamos com a menção a grande número de colunáveis, pois a cada evento aproximadamente 60 nomes eram mencionados. Portanto, a grande quantidade de nomes inviabilizou um levantamento mais detalhado de todos. Dessa forma, realizamos um levantamento dos nomes e sobrenomes que apareceram com maior frequência na seção.

“Sr. e Sra. Horácio Lafer”, como eram descritos por Trompowsky em suas notas, era um empresário de prestígio da sociedade carioca. Co-fundador da Klabin Irmãos e CIA (KIC), empresa do ramo de papelaria, trabalhava com a importação de papéis e produzia artigos para escritório, repartições públicas, entre outras. Além de ser um pioneiro no Brasil no ramo da produção do papel, Horácio Lafer também ocupou cargos políticos, como o de deputado federal, e assumiu ministérios importantes, como o da Fazenda durante o segundo governo de Getúlio Vargas (1950-1954).

O casal Gilda e Carlos Guinle também foram nomes recorrentes nas páginas de “Mundanismo”. Família abastada do Rio de Janeiro, foram responsáveis pela construção do hotel Copacabana Palace e do Palácio das Laranjeiras, ambos no Rio de Janeiro, e do porto de Santos, em São Paulo. Os Guinle eram nomes privilegiados nas notas sociais de Gilberto Trompowsky, como ocorreu na edição de maio de 1945: “o senhor e a senhora Carlos Guinle, a senhora Gilda Guinle, reafirmando a sua elegância e distinção num sóbrio modelo de veludo preto”⁴³. Gilda Guinle era representada por

⁴² TROMPOWSKY, Gilberto. Mundanismo. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, abr. 1945, p. 86.

⁴³ TROMPOWSKY. Gilberto. Mundanismo. *O Cruzeiro*. 26 maio 1945, p. 88.

Trompowsky como uma mulher de muito bom gosto, fina e educada. Com grande incidência também eram notícias nas páginas de “Mundanismo” os eventos festivos realizados na residência dos Guinle.

Sra. e sr. Roberto Simonsen também foram nomes de prestígio nas notas sociais de Trompowsky. Simonsen foi um empresário de grande renome nacional e sua trajetória empresarial esteve ligada a empresas do setor de construção e planejamento urbanístico. Simonsen ocupou cargos importantes, como a presidência da Confederação da Indústria (1934), a Federação da Indústria do Estado de São Paulo (FIESP) e, em 1937, entrou para a academia Paulista de Letras (1939). Além da atuação nesses órgãos de representatividade, produziu várias obras sobre economia brasileira, como *A situação econômica e financeira do Brasil* (1928) e *História econômica do Brasil* (1500-1820).

Nome também de grande prestígio nas notas sociais de Trompowsky foi o de Salgado Filho. Nomeado Ministro do Trabalho, Indústria e Comércio em 1932, durante o governo de Getúlio Vargas, permaneceu no cargo até 1934. Logo em 1933, já se elegeu como deputado classista. Salgado Filho também assumiu em 1941 o ministério da Aeronáutica.

Com grande presença nas páginas da seção também esteve o nome de Henrique Dodsworth, prefeito da cidade do Rio de Janeiro durante o período de 1937 a 1945. Além de Henrique, o seu primo Jorge Dodsworth também estava na lista dos colunáveis. Jorge Dodsworth estudou na Escola Naval e em 1944 assumiu o comando Naval do Rio de Janeiro, tendo sido Ministro da Marinha depois de 1945. A cada ocasião Gilberto Trompowsky tecia comentários sobre as esposas desses senhores. Na edição de 15 de novembro de 1945, sobre o traje da senhora Risa Batista Dodsworth Martins, esposa de Jorge Dodsworth, escreveu: “A senhora Dodsworth Martins completa a sua “toilette” com um fino chapéu de flores...”.⁴⁴

O Barão de Saavedra e sua senhora eram também nomes muito frequentes nas notas sociais de Gilberto Trompowsky. À frente do banco carioca Boavista e presidente da Câmara Portuguesa de Comércio, era um homem influente na economia brasileira. A presença do casal era constantemente confirmada nos eventos realizados pelas elites política e econômica do Rio de Janeiro, além de promoverem reuniões em sua

⁴⁴ TROMPOWSKY, *ibidem*, p. 96.

residência. Como indicou a seção “Mundanismo” de 18 de agosto de 1945, quando o casal ofereceu uma recepção em sua casa: “A residência dos barões de Saavedra, em Correas, inteligente mistura do antigo com o moderno, que se deve ao talento de Lúcio Costa e que abriga um dos mais belos murais de Portinari, é outro grande ponto de agradáveis reuniões.⁴⁵”

O mapeamento desses nomes evidencia quais eram os grupos privilegiados por Trompowsky em suas notas. A maioria dessas famílias burguesas do Rio de Janeiro estava ligada a algum ramo da indústria nacional, e também circulavam e ocupavam os cargos políticos, assumindo Ministérios importantes do governo brasileiro e cargos como o de deputado federal.

3.6 “O Nome da Semana”: a última participação de Gilberto Trompowsky em *O Cruzeiro*

A tabela a seguir (Tabela 3), elaborada a partir da pesquisa realizada no site da hemeroteca da Biblioteca Nacional, apresenta a periodicidade da seção “Mundanismo” na revista *O Cruzeiro*.

Tabela 3: Número de publicações da seção “Mundanismo” na revista *O Cruzeiro*.

Ano	“Mundanismo”
1945	25
1946	43
1947	10
1948	34
1949	5
1950	1
1951	18
1952	29
1953	31
1954	22
1955	8
1956	13
1957	24

⁴⁵ TROMPOWSKY, Gilberto. Mundanismo. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, 8 de out. 1945, p. 86.

Após a observação da tabela percebemos que a partir da segunda metade da década de 1950, a publicação da seção “Mundanismo” foi sendo reduzida na revista *O Cruzeiro*, se comparada com a década anterior. Esse fato ocorreu quando Gilberto Trompowsky passou a colaborar, nesse mesmo periódico, com outra seção, intitulada “O Nome da Semana”. Nesse novo espaço, assinava o seu próprio nome, e não G. de A., pseudônimo que o acompanhava na seção “Mundanismo”. “O Nome da Semana” de Gilberto Trompowsky dava visibilidade às mulheres da elite política, econômica e artística da sociedade carioca, que poderiam ser uma artista plástica, como Olga Mary⁴⁶, ou uma escritora, como Cecília Meireles⁴⁷, até uma embaixadora, como Odette de Carvalho e Souza⁴⁸. A cada semana um novo nome era privilegiado pelo colunista social. Nesse espaço, ele tecia comentários sobre a vida de uma senhora; dava ênfase a sua trajetória de vida, onde havia nascido, sua formação, se era casada, se tinha filhos, viagens realizadas, enfim, produzia uma pequena biografia.

Figura 89: Publicação da seção “O Nome da Semana”.



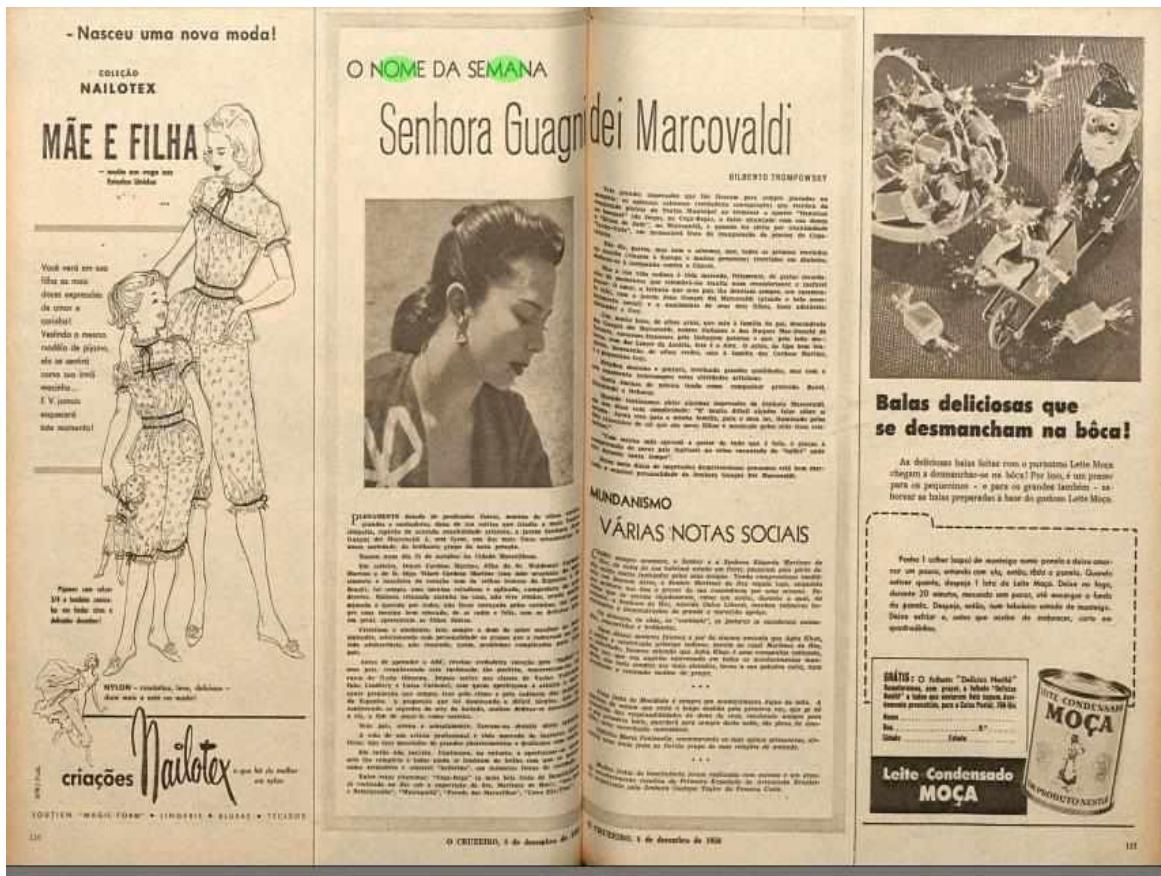
Fonte: *O Cruzeiro*, 8 out. 1955.

⁴⁶ TROMPOWSKY, Gilberto. O Nome da Semana. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, set. 1956, p. 84.

⁴⁷ TROMPOWSKY, Gilberto. O Nome da Semana. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, fev. 1956, p. 97.

⁴⁸ TROMPOWSKY, Gilberto. O Nome da Semana. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, dez. 1955. p. 100.

Figura 90: Publicação das seções “O Nome da Semana” e “Mundanismo” conjuntamente na revista *O Cruzeiro*.



Fonte: *O Cruzeiro*, 8 out. 1956.

Nas situações em que ambas as seções foram publicadas de forma conjunta, a seção “Mundanismo” não foi informada no sumário da revista, constando apenas referência à seção “O Nome da Semana”, conferindo dessa maneira um lugar secundário a “Mundanismo”. O conteúdo da seção também sofreu algumas mudanças nesse período. Além do título “Mundanismo”, ela ganhava um subtítulo que indicava o tema abordado naquela edição. Na publicação de 8 de dezembro de 1956, Trompowsky anunciava “Várias Notas Sociais”. Nessa edição, reportou-se a três eventos ocorridos na cidade do Rio de Janeiro.

Durante a década de 1950, “Mundanismo” começou a passar por um processo de mudança. Os textos, que nos anos de 1940 explicitavam detalhes sobre o evento, os convidados e o vestuário das colunáveis, começaram a ficar mais breves e se aterem mais à natureza do evento. Nesse período, eles focaram mais em noticiar o evento, onde esse ocorreu e os nomes dos convidados presentes. Em poucas ocasiões a seção fez

menção ao vestuário das senhoras, como era de praxe na década de 1940. Essa mudança é percebida na seção de 12 de maio de 1956, na qual Trompowsky menciona rapidamente o vestuário das senhoras “colunáveis”.

Os vestidos é que formam um “degradé” interessante, indo do branco (Sra. Thomé) ao preto (elegante modelo da Sra. Ethel Neele), passando pelos estampados cinza (Lady Thompson e Sra. Jorgensen) Numa perfeita harmonia de tons.⁴⁹

Se antes ele citava na seção os modelos das roupas, os tecidos utilizados, os bordados e as indumentárias de cada senhora elegante da sociedade carioca, agora as referências eram feitas de forma mais singela, destacando principalmente as cores utilizadas.

As ilustrações que também haviam acompanhado a seção “Mundanismo” na década anterior, tanto na revista *Ilustração Brasileira* quanto n’*O Cruzeiro*, agora caíam em desuso na seção. Seria o pequeno espaço da página reservado à seção que teria contribuído para a ausência das ilustrações? Ou as fotografias haviam se consolidado no gosto no público leitor e as ilustrações de Trompowsky se tornaram obsoletas? Ou, ainda, será que Alceu Penna, ilustrador da revista, havia conquistado no grupo editorial um lugar de destaque e isso tornava difícil a permanência de Gilberto Trompowsky como ilustrador/artista gráfico na revista?

Durante a década de 1950, a dimensão do espaço em que a seção “Mundanismo” era diagramada passou por alterações. Se, durante a década de 1940, esse espaço equivalia à metade da página, passou a corresponder a somente um quarto dela.

⁴⁹ TROMPOWSKY. Gilberto. Mundanismo. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, ano XXVIII, n. 30, maio 1956, p. 82.

Figura 91: Seção “Mundanismo”, reduzida a um quarto da página.



Fonte: *O Cruzeiro*, 12 maio 1956.

Provavelmente a colaboração de Gilberto Trompowsky com a seção “O Nome da Semana” contribuiu para a diminuição do espaço de “Mundanismo” em *O Cruzeiro*, visto que foi a partir do momento em que aquela foi lançada, em 1955, e publicada de forma interrupta, que esta teve seu espaço significativamente reduzido. Isso se percebe na tabela a seguir.

Tabela 4: Número de publicações das seções “O Nome da Semana” e “Mundanismo” nos anos de 1955 e 1956 na revista *O Cruzeiro*.

Período/Ano	“Mundanismo”	“O Nome da Semana”
1955	8	26
1956	13	25

Fonte: Levantamento realizado pela autora.

Os dados mostram que houve uma redução na publicação da seção “Mundanismo” em comparação com a seção “O Nome da Semana” nos anos de 1955 e 1956. Em algumas ocasiões a seção “Mundanismo” não foi publicada durante aproximadamente três meses. Isso ocorreu no início de 1956, quando “Mundanismo” foi publicada em 21 de janeiro e só retornou em 24 de março.

Importante ressaltar que, em janeiro de 1954, a revista *O Cruzeiro* passou a contar também com a colaboração do colunista Jacinto de Thormes, pseudônimo de Maneco Muller. Seu início na revista foi marcado com a reportagem “As dez mais elegantes do Brasil”. Juntamente com essa reportagem, publicou-se uma nota da redação apresentando o mais novo membro do grupo Diários Associados.

Jacinto de Thormes (30 anos) é o colunista social mais famoso da imprensa brasileira. A sua coluna do “Diário Carioca” é feita de informação, ironia e alguns termos do seu vocabulário particular. Foi ele que abandonou os velhos moldes de crônicas mundana para lançar o colunismo informativo, bem humorado e às vezes indiscreto, hoje muito imitado.⁵⁰

Jacinto de Thormes, anunciado como “o colunista social mais famoso na imprensa brasileira”, começava a trabalhar na revista *O Cruzeiro*. Com a experiência que tinha adquirido no jornal *Diário Carioca*, onde criou a seção as “Dez mais elegantes do Brasil” e adquiriu popularidade, passava a atuar no grupo Diários Associados de Assis Chateaubriand.

Com o passar dos meses, Jacinto de Thormes começou a ganhar mais espaço na revista *O Cruzeiro*, colaborando com várias colunas sociais. Na edição de 6 de fevereiro de 1954, comentava sobre a festa carnavalesca realizada na residência do industrial Jorge de Mattos. Essa reportagem contou com fotografias de Jorge Audi e pequenos textos de Jacinto de Thormes, os quais deram visibilidades ao evento e às pessoas que o prestigiaram.

⁵⁰ *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, 1954, p. 8.

As colunas sociais de Jacinto de Thormes foram ganhando espaço na revista *O Cruzeiro*. Com títulos variados e sempre com muitas fotografias, chegavam a ocupar dez páginas da revista. Essas reportagens faziam a cobertura de festas de casamento⁵¹, bailes dançantes⁵², apresentavam a trajetória de mulheres da elite carioca⁵³ e ainda era lançada, no início e no final do ano, uma lista com o nome das dez mulheres mais elegantes do Brasil⁵⁴, uma das colunas mais esperadas pelo público leitor, conforme anuncia *O Cruzeiro*.

Tudo indica que, com o passar dos anos, ele caiu no gosto dos leitores e foi consolidando um lugar na revista enquanto colunista social. Mas na mesma medida em que Jacinto ganhava projeção no grupo editorial Diários Associados, Gilberto Trompowsky e sua seção “Mundanismo” começavam a perder espaço. No período mencionado anteriormente, de janeiro a março de 1956, quando Trompowsky chegou a ficar quase três meses sem publicar a seção “Mundanismo”, Jacinto de Thormes continuou publicando. Nesse Interstício, Jacinto de Thormes publicou as seguintes reportagens: “Acontecendo muito”, em 4 de fevereiro de 1956, “Watching society”, em 18 de fevereiro de 1956, “Noite na copa”, em 25 de fevereiro de 1956, “Os gregos”, em 03 de março de 1956, e “Recepção no River Side”, em 31 de março de 1956. Ambas as reportagens se referiam a eventos sociais realizados pelas elites política e econômica do Rio de Janeiro.

A seção “Mundanismo”, mesmo sem prestígio como nos anos de 1940, ainda se manteve na revista até o ano de 1957. Para muitos, como para o próprio Jacinto de Thormes, o segredo dessa “sobrevivência” estava associado ao modelo do colunismo social produzido por Trompowsky. De acordo com Jacinto de Thormes, em uma reportagem publicada em homenagem aos vinte anos de Trompowsky como colunista social, “[ele] não se envolve no noticiário aflito e escandaloso atual das colunas. Graças

⁵¹ THORMES, Jacinto. Maricy, a noiva do ano. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, 19 jun. 1954, p. 16-22.

⁵² THORMES, Jacinto. Foi muito Black-tie, foi muita lagoinha. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, 26 nov. 1955, p. 116 e 117.

⁵³ THORMES, Jacinto. Glamour. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, dez. 1955, p. 8-13.

⁵⁴ THORMES, Jacinto. As dez mais elegantes do Brasil em 1954. *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, 8 jan. 1955, p. 4-11.

a isso, o seu sucesso social é inabalável e à proporção que nós, colunistas, vamos sendo mais lidos, ele vai se tornando mais querido".⁵⁵

Na avaliação de Jacinto de Thormes, Gilberto Trompowsky era um dos poucos cronistas sociais das décadas anteriores que ainda circulava e produzia nos periódicos cariocas. Na avaliação daquele, este não se indisponha com os seus colunáveis, era cauteloso nas palavras, o que o tornava "querido" entre os seus leitores. Para Thormes, o seu próprio colunismo era mais lido do que o de Trompowsky, entretanto esse último era mais querido. Provavelmente essa preferência à qual Jacinto de Thormes se refere pode estar associada às características do seu trabalho, o qual constituiu um marco das crônicas sociais produzido antes da década de 1950.

Conforme a nota da redação sobre Jacinto de Thormes, publicada na edição de 9 de janeiro de 1954 "Foi ele que pela primeira vez abandonou os velhos moldes da crônica mundana para lançar o colunismo informativo, bem humorado e às vezes indiscreto, hoje muito imitado"⁵⁶. Acreditamos que as crônicas mundanas a que a redação da revista se referia fosse uma alusão a seção "Mundanismo" de Gilberto Trompowsky. Dessa forma, na ocasião em que Jacinto de Thormes passou atuar em *O Cruzeiro*, a revista buscou valorizar o seu trabalho como uma produção distinta das crônicas sociais produzido até então.

* * *

⁵⁵ THORMES, Jacinto. Gilberto Trompowsky, vinte anos de crônica social. *O Cruzeiro*, 9 jun. 1956, p. 42.

⁵⁶ *O Cruzeiro*. Rio de Janeiro, 9 jan. 1954, p. 6.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A expressão “crônicas floridas”, ponto de partida dessa pesquisa permitiu compreender um dos papéis “encenados” por Gilberto Trompowsky ao longo da sua trajetória artística, qual seja, de cronista social. Percorrer a sua trajetória nas revistas ilustradas descreveu as relações que Trompowsky estabeleceu com cada um dos grupos editoriais em que atuou. Na *Bazar*, Trompowsky foi um dos idealizadores do projeto da revista, período em que se vinculou a outros artistas e cronistas sociais da época. Nesse espaço, se aproximou desse gênero jornalístico que retomaria mais tarde em outras revistas. Na *Ilustração Brasileira*, Trompowsky assumia o pseudônimo de G. de A e colaborava mensalmente com textos e ilustrações com a seção “Mundanismo” (1937-1941). Nesse periódico percebemos as relações que as crônicas sociais estabeleceram com as questões políticas do seu tempo, o Estado Novo. A partir da figura de Darcy Vargas observam-se as mudanças nas representações da então primeira dama com a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) em 1939. Trompowsky na revista *O Cruzeiro*, colaborou com três seções distintas, “Esporte e Elegância”, “Mundanismo” e o “Nome da Semana”, onde a inserção do artista se configurou mais na produção das crônicas sociais e menos nas ilustrações recorrentes na *Ilustração Brasileira*.

Identificamos no decorrer da pesquisa que em cada uma das revistas Trompowsky privilegiou um determinado seguimento da elite carioca. Na *Bazar*, protagonizou uma elite letrada, ganhando visibilidade nas publicações: as comemorações e eventos promovidos por pintores, artistas e escritores. Com a sua inserção na *Ilustração Brasileira* a elite política passa ganhar visibilidade nas crônicas sociais do artista, tornando-se recorrentes os nomes do então presidente do Brasil, Getúlio Vargas e sua esposa Darcy Vargas. Em *O Cruzeiro*, Trompowsky privilegiou uma elite econômica. Nomes tradicionais como Saavedra, Teffé, Lage, Guinle ligados a setores da indústria, bancos e empresas foram recorrentes nas crônicas sociais. Verificamos também que, à medida em que as fotografias foram ganhando mais espaço em relação as ilustrações nas revistas, Trompowsky foi mudando a sua forma de atuação. Isso foi mais evidente em *O Cruzeiro*, na qual as ilustrações do artista foram

inexpressivas, pois, das três seções que o autor colaborou, apenas “Mundanismo” continha ilustrações; as demais “Esporte e Elegância”, “O Nome da Semana” usavam o recurso fotográfico.

Nas revistas em que atuou, Trompowsky também se destacou como notícia, configurando-se como parte do grupo que apresentava em suas crônicas. As informações sobre as exposições realizadas por ele, os projetos decorativos para os bailes carnavalescos do Teatro Municipal do Rio de Janeiro, os croquis elaborados para festas a fantasia, a sua participação nos eventos festivos das elites cariocas, foram veiculadas com frequência. Trompowsky circulou por diferentes espaços frequentados pela elite carioca, como o Teatro Municipal, Jockey Club, o Palace Hotel, o que o tornou conhecido e aceito nesse grupo, constituindo-o assim em um artista que soube representar o gosto burguês dessas elites cariocas.

Considerando o tempo de atuação de Trompowsky nas revistas (1931-1957), a regularidade das seções assinadas por ele e a circulação desses periódicos acreditamos que a sua inserção na imprensa contribuiu também para o seu protagonismo na construção de modelos de comportamento, de definição de padrões de gosto para as elites brasileiras da época. A pesquisa possibilitou identificar a articulação entre as imagens veiculadas com os discursos produzidos por Trompowsky, no sentido de dar visibilidade a homens e mulheres da elite carioca.

No decorrer da pesquisa, identificamos que Trompowsky estabeleceu redes de sociabilidade por onde passou, circulando entre artistas, intelectuais, empresários e políticos. Um nome recorrente nas suas seções foi o de Jacira Bastos Dodsworth, esposa de Henrique Dodsworth, prefeito do Rio de Janeiro no período de 1935 a 1947. Houve ocasiões em que foi registrada pela imprensa a presença de Dodsworth nas exposições do artista, sinalizando assim as relações de aproximações de Trompowsky com o poder político. Observamos ainda que Trompowsky se insere nesse projeto de modernização do país com seu elogio ao estilo de vida urbano, requintado para poucos.

Assim, por meio das crônicas de Trompowsky foi possível discutir as representações sobre a mulher, a cultura e a vida social no Rio de Janeiro. Nos seus textos e ilustrações, as mulheres, por exemplo, ganhavam a centralidade, apresentadas sempre bem vestidas, educadas e de muito bom gosto; elas eram apresentadas a partir dos nomes e sobrenomes de seus esposos, uma características das crônicas sociais do período, o que conferia a essas mulheres um papel estratégico.

Ao final desse trabalho, acreditamos que outras possibilidades de pesquisa se abrem a partir do *corpus* documental que tivemos acesso, tanto sobre a sua atuação de cronista social nas revistas ilustradas quanto pelas demais atividades artísticas em que ele atuou. Um dos caminhos seria compreender o pintor Trompowsky e sua produção de quadros e painéis, a participação em exposições e a sua relação com outros artistas do seu tempo. O Trompowsky figurinista, cenógrafo e decorador também se apresenta enquanto uma perspectiva de estudo. Sua produção nessa área artística teve início no final da década de 1920, quando produziu suas primeiras decorações para bailes em clubes recreativos cariocas até ganhar espaço nas decorações dos bailes carnavalescos no Teatro Municipal. Enfim, essa é apenas uma versão entre outras tantas possíveis sobre a atuação artística de Gilberto Cavalcanti e Livramento Trompowsky, o G. de A.

* * *

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Fontes (Periódicos)

Bazar, Rio de Janeiro, 1931-1932.

Correio da Manhã, Rio de Janeiro, 1931-1935.

Ilustração Brasileira, Rio de Janeiro, 1937-1941.

O Cruzeiro, Rio de Janeiro, 1931-1959.

O Jornal, Rio de Janeiro, 1931-1935.

2. Bibliografia

BARBOSA, Marialva. Tecnologias do novo século. In: *História cultural da imprensa: Brasil, 1990–2000*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007, p. 21-48.

BARTHES, Roland. Neste ano o azul está na moda. In: *Inéditos: imagem e moda*. V. 3. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BLOCH, Marc. *Apologia da história*: ou o ofício do historiador. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2001.

BONADIO, Maria Cláudia. *O fio sintético é um show!*: moda, política e publicidade. 2005. Tese (Doutorado em História). Universidade Estadual de Campinas, 2005.

BORGES, Maria Eliza Linhares. *História & fotografia*. Belo Horizonte: Autêntica, 2011.

BRIGGS, Asa, BURKE, Peter. *Uma história social da mídia: Gutemberg à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

BURKE, Peter. *A Escola dos Annales, 1929-1989*: a revolução francesa da historiografia. São Paulo: Fundação Editora da Unesp, 1997.

CARNEIRO, Márlon de Oliveira Borges. *O projeto gráfico da revista Ilustração Brasileira: um projeto moderno?* 2010. Monografia (Bacharelado em História). Universidade Federal de Uberlândia, 2010.

CASTRO, Ruy. *A noite do meu bem: a história e as histórias do samba-canção*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

CHATAIGNIER, Gilda. *História da moda no Brasil*. Perdizes São Paulo: Estações das Letras, 2010.

DE LUCA, Tânia Regina. *Leituras, projetos e (Re)vistas(a) do Brasil (1916 – 1944)*. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

DORNELLES, Beatriz. Características de produção da Coluna Social ao longo do século XX: dos EUA ao RS. *10º Encontro Nacional de História da Mídia – Alcar 2015*. UFRGS: Porto Alegre, 2015. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/10o-encontro-2015/gt-historia-da-midia-impressa/caracteristicas-de-producao-da-coluna-social-ao-longo-do-seculo-xx-dos-eua-ao-rs/view>. Acesso em: 12 dez. 2017.

DUBOIS, Philippe. *O ato fotográfico*. Campinas: Papirus, 2004.

DULCILIA, Buitoni. *Mulher de papel*. São Paulo: Loyola, 1981.

FEIJÃO, Rosane. *Moda e modernidade na belle époque carioca*. São Paulo: Estação das Letras, 2011.

FERREIRA, Alexandre L. de Alvarenga. *Colunismo social: elementos utilizados pelo colunismo social que remetem ao processo de projeção e identificação do público, caracterizados por Edgar Morin*. 2006. 40f. Monografia. (Graduação em Comunicação Social). Centro Universitário de Belo Horizonte, Belo Horizonte, 2006.

FERRON, Wanda Maleronka. *Fazer roupa virou moda. Um figurino de ocupação da mulher (São Paulo – 1920-1950)*. 1996. 331f. Tese (Doutorado em História Econômica) Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 1996.

GOMES, Castro Gomes. Cultura política e cultura histórica no Estado Novo. In: ABREU, Marta; SOIHET, Rachel; CONTIJO, Rebeca (Orgs.). *Cultura política e leituras do passado: historiografia e ensino de história*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.

GONTIJO, Silvana. *80 anos de moda no Brasil*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.

JUNIOR, Gonçalo. *Alceu Penna e as Garotas do Brasil: moda e imprensa – 1933 a 1975*. São Paulo: Amarilys, 2011.

LEHMKUHL, Luciene. O lugar da imagem da reinstalação warburgiana. *ArtCultura*, Uberlândia, v. 7, n. 11, p. 227-232, jul./dez. 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOPES, Lara. *Páginas singulares: propagandas de cigarro na revista Ilustração Brasileira*. 2014. 225f. Dissertação (Mestrado em História). Programa de Pós-graduação em História. Universidade Federal de Uberlândia, 2014.

MARTINS, Ana Luiza. *Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República*. São Paulo: Edusp, 2001.

MARTINS, Ana Luiza; DE LUCA, Tânia Regina. *Imprensa e cidade*. São Paulo: Editora Unesp, 2006.

MAUAD, Ana Maria. Embrulhado para presente? Fotografia, consumo e cultura visual no Brasil (1930-1960). *Domínios da imagem*, Londrina, v. 1, n. 2, maio 2008, p. 27-36.

_____. Na mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX. *Anais do Museu Paulista*, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 133-174, jun. 2005. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-47142005000100005&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 28 jan. 2016.

_____. *Sob o signo da imagem: a produção da fotografia e o controle dos códigos de representação social pela classe dominante no Rio de Janeiro, na primeira metade do século XX*. 1990. 2v. Tese (Doutorado em História). Programa de Pós-Graduação em História Social, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 1990.

MENDES, Lilian Marta Grisolio. Questões de gênero no mundo capitalista: a mulher desejada nas páginas da revista *O Cruzeiro*. *Revista EDUCAmazônia – Educação Sociedade e Meio Ambiente*, Humaitá, Apesam/Gisrea/Ufam/CNPq/Edua, ano 5, v. VIII, jan.-jun. 2012-1, p. 136-149.

MENDES, Valerie. *A moda no século XX*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. Fontes visuais, cultura visual, História visual. Balanço provisório, propostas cautelares. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 23, n. 45, jul. 2003. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01882003000100002&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 11 set. 2012.

MEYRER, Marlise Regina. *Representações do desenvolvimento nas fotorreportagens da revista 'O Cruzeiro'*. (1955-1957). Tese (Doutorado em História). Faculdade de Filosofia e ciências Humanas, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

MICELI, Sergio. *Imagens negociadas: retrato da elite brasileira (1920-1940)*. São Paulo: Companhia das Letras. 1996.

_____. *Intelectuais à brasileira*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001, p. 209.

MOUTINHO. Maria Rita; VALENÇA, Máslova Teixeira. *A moda no século XX*. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2000.

NACIF, Maria Cristina Volpi. *Obra consumada: uma abordagem estética da moda feminina no Rio de Janeiro entre 1932 e 1947*. 1993. Dissertação (Mestrado). Rio de Janeiro. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1993.

OLIVEIRA, Valéria Ochoa. *A arte na belle époque: os simbolismos de Eliseu Visconti e as Musas*. Uberlândia: Edufu, 2008.

KOSSOY, Boris. *Fotografia & História*. Cotia: Ateliê Editorial, 2001.

PINSKY, Carla Bassanezi. *Mulheres dos anos dourados*. São Paulo: Contexto, 2014.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. *Elegância, beleza e poder na sociedade de moda dos anos de 1950 e 1960*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

_____. *Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

SANT'ANNA. Benedita de Cássia Lima. *D'O Brasil Ilustrado (1855-1856) à Revista Ilustrada (1876-1989): trajetória da imprensa periódica literária ilustrada fluminense*. Jundiaí: Paco Editorial, 2011.

SEVCENKO, Nicolau. *A corrida para o século XXI: no loop da montanha-russa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

_____. O prelúdio Republicano: astúcias da ordem e ilusões do progresso. In: NOVAIS, Fernando A. (Coord.); SEVCENKO, Nicolau (Org.). *História da vida privada no Brasil. Republica: da Belle Époque à Era do Rádio*, v. 3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p. 7-48.

SILVA, Geanne Paula de Oliveira. *Estado Novo e imprensa ilustrada: propaganda política na revista Ilustração Brasileira (1935-1944)*. 2008. 76f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em História). Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2008.

SILVA, Marcos. *Prazer e poder do Amigo da Onça*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

SIMILI, Ivana Guilherme. *Mulher e política: a trajetória da primeira-dama Darcy Vargas (1930-1945)*. São Paulo: Editora Unesp, 2008.

_____. Pedagogias da moda na política: as aparências da primeira-dama Darcy Vargas. In: BONADIO, Cláudia; MATTOS, Maria de Fátima da S. Costa G. (Orgs.). *História e cultura da moda*. São Paulo: Estações das Letras e Cores, 2011.

SOBRAL, Julieta. *O desenhista invisível*. Rio de Janeiro: Folha Seca, 2007.

SODRÉ, Nelson Werneck. A grande imprensa. In: *História da imprensa no Brasil*. 4. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOUZA, Gilda de Mello e. *O espírito das roupas: a moda no século XIX*. Companhia das Letras: Rio de Janeiro, 1987.

VELLOSO, Mônica Pimenta. Os intelectuais e a política cultural do Estado Novo. In: DELGADO, Lucília de A. N.; FERREIRA, Jorge (Orgs.). *O Brasil Republicano – O tempo do nacional-estatismo: do início da década de 1930 ao apogeu do Estado Novo*. V. 2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

3. Sites

Kees Van Dongen (1877-1968). Disponível em: <https://translate.google.com.br/translate?hl=ptBR&sl=en&u=http://www.theartstory.org/artist-van-dongen-kees.htm&prev=search>. Acesso em: 10 jan. 2018.

Lula Cardoso Ayres (1910-1987). Disponível em: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa10279/lula-cardoso-ayres>. Acesso em 27/01/2017.