

Cultura e Outros Tecidos
Contributo para o estudo sobre a evolução
do Vestuário e a Moda na Madeira,
no período entre guerras, 1918-1939

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Licínia Isabel Freitas Macedo
MESTRADO EM GESTÃO CULTURAL



UNIVERSIDADE da MADEIRA

A Nossa Universidade

www.uma.pt

junho | 2015

T/M
351.85
MAE Cul
+ED-R(2 ex.)

Cultura e Outros Tecidos

Contributo para o estudo sobre a evolução
do Vestuário e a Moda na Madeira,
no período entre guerras, 1918-1939

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Licinia Isabel Freitas Macedo

MESTRADO EM GESTÃO CULTURAL

ORIENTADOR

Paulo Miguel Fagundes de Freitas Rodrigues



Faculdade de Artes e Humanidades
Mestrado em Gestão Cultural

**Cultura e outros tecidos: contributo para o estudo
sobre a evolução do Vestuário e a Moda na Madeira,
no período entre guerras (1918-1939).**

Licínia Isabel Freitas Macedo

Dissertação submetida a aprovação para obtenção do Grau de Mestre em Gestão Cultural,
sob a orientação do Professor Paulo Miguel Fagundes de Freitas Rodrigues.

Universidade da Madeira, Funchal, Dezembro 2015

AGRADECIMENTOS

O caminho percorrido até este trabalho adquirir forma contou com muitos obstáculos, mas a paixão pelo tema e a pesquisa que envolveu motivaram-me e deram-me a força para aqui chegar.

Reconheço que o apoio recebido foi grande e valioso. Assim, ao Professor Paulo Miguel Rodrigues Fagundes de Freitas Rodrigues que coordenou e orientou este estudo na sua vertente científica e metodológica, quero expressar a minha grande admiração e reconhecimento pelo apoio e paciência ao longo de todo o trabalho.

A minha gratidão estende-se aos meus pais, sem eles nada sou, obrigada pelo grande apoio e constante presença em toda a minha vida.

O maior agradecimento devo àqueles que estiveram sempre comigo, apesar de eu, muitas vezes, não poder estar com eles. O meu filho, a quem estou grata pelo amor incondicional que sempre demonstrou, pela paciência e pelo grande apoio. Obrigada, por me trazeres à razão e por me conduzires a bom porto nesta tese.

Ao meu colega e amigo, Bernardo, o meu reconhecimento e agradecimento pelo apoio e ajuda neste trabalho.

A todos, o meu mais sincero agradecimento.

RESUMO

As décadas de 20 e 30 do século XX, repletas de acontecimentos, introduziram transformações relevantes, a vários níveis, por todo o mundo. No ocidente, após a I Grande Guerra e o tempo de crise que se seguiu, a economia desenvolveu-se e a moda foi uma das áreas que, nessa onda, se alterou também. Os grandes centros da moda eram, então, Paris e Londres.

Este trabalho pretende enquadrar o Funchal na Europa no que respeita à moda, e mostrar as influências que tiveram as novas tendências, e os grandes centros que as difundiram, na indumentária feminina de alguns estratos da sociedade funchalense. As povoações do resto da ilha eram ainda muito ruralizadas e grande parte da população não era sequer alfabetizada, logo não lia jornais. Na cidade abriram-se novas lojas trazendo diferentes produtos: novos e variados tecidos, malas, meias e, às bancas, chegaram revistas com artigos sobre estas temáticas que estimularam o uso das novidades do vestuário e impulsionaram a expansão e democratização da moda e da atenção dada ao corpo, ao seu bem-estar e à sua apresentação.

A análise de vários periódicos permitiu-nos constatar a forma como eram recebidas no Funchal estas novidades, como uma parte das senhoras funchalenses manifestavam grande preocupação em estar na moda; as crónicas a ela dedicadas; o tipo de texto usado; e o retrato social que faziam. O grande objetivo deste trabalho é, efetivamente, contribuir para um maior conhecimento dessa realidade no Funchal e, assim, para um melhor conhecimento da sua história e cultura.

Palavras-chave: moda, vestuário, suplementos femininos, tendências, tecidos, cultura, capitais da moda.

ABSTRACT

The twenties and thirties of the twentieth century, were full of events and have introduced relevant transformations, at various levels, throughout the world. In the West, after World War I and the time of crisis that followed, the economy developed and fashion was one of the areas that, in this wave, also changed. During this time the great centers of fashion were Paris and London.

This work intends to frame Funchal in Europe with regard to fashion, and show the influences that have had the new tendencies, and the great centers that spread them, in the feminine clothing of some strata of the society of Funchal. The settlements on the rest of the island were still very ruralized, and much of the population was not even literate, so they did not read newspapers.

In the city new stores were opened bringing different products: new and varied fabrics, bags, socks and magazines. Magazines that arrived to the stands with articles on these themes that stimulated the use of clothing news and promoted the expansion and democratization of fashion and attention given to the body, its well-being and its presentation.

The analysis of several newspapers allowed us to verify the way in which these news were received in Funchal, as a large part of the ladies of the city showed great concern to be fashionable, the articles dedicated to it; the type of text used, and the social picture they made. The main objective of this work is, effectively, to contribute to a better knowledge of this reality in Funchal and, thus, to a better knowledge of its history and culture.

Keywords: Fashion, clothing, women's supplements, tendency, textiles, culture, fashion capitals.

ABREVIATURAS

ARM – Arquivo Regional da Madeira

M&B – *Modas & Bordados*

DM – *Diário de Madeira*

DN – *Diário de Notícias da Madeira*

JM – *Jornal da Madeira*

CM – *Comércio da Madeira*

ÍNDICE

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| INTRODUÇÃO..... | 8 |
| 1. PANORAMA HISTÓRICO, CULTURAL E SOCIAL NO PERÍODO ENTRE GUERRAS, NA EUROPA, EM PORTUGAL E NA MADEIRA (1918-1939). | 11 |
| 2. ENQUADRAMENTO DA MODA NA SOCIEDADE..... | 18 |
| 2.1. O conceito de moda: breve abordagem | 18 |
| 2.2. A importânciada moda nas sociedades..... | 27 |
| 3. MODA E VESTUÁRIO..... | 30 |
| 3.1. A evolução no período entre guerras..... | 30 |
| 3.1.1. Os anos 20 | 31 |
| 3.1.2. Os Anos Trinta | 36 |
| 3.2. PANORAMA NACIONAL..... | 41 |
| 3.2.1. A revista <i>Modas & Bordados</i> | 41 |
| 3.3. No panorama regional | 56 |
| 3.3.1. Textos e cartas publicadas em jornais sobre moda. | 60 |
| 3.3.2. Suplementos Femininos..... | 89 |
| 3.3.3. As influências estrangeiras (britânica, francesa e alemã): cortes e modelos, tecidos e cores..... | 105 |
| 3.3.4. A publicidade..... | 106 |
| 3.3.4.1. Lojas e tecidos..... | 106 |
| 3.3.4.2. Máquinas de costura | 129 |
| 3.3.5. O comércio dos tecidos | 131 |
| 3.3.5.1. Firms (estrangeiras, nacionais e regionais). | 131 |
| 4. PROJETO | 138 |

| | | |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1. | Apresentação, objetivos e enquadramento do projeto..... | 138 |
| 4.2. | Estudo da exequibilidade e das condições de viabilização do projeto. 140 | |
| 4.3. | Recursos financeiros e previsões orçamentais..... | 142 |
| 4.4. | Calendarização: faseamento do projeto e tempo provável de execução 142 | |
| 4.5. | Estratégias de divulgação..... | 143 |
| 5. | CONCLUSÕES | 144 |
| 6. | ÍNDICE DE FIGURAS E GRÁFICOS | 148 |
| 7. | ANEXOS | 151 |
| 8. | FONTES E BIBLIOGRAFIA | 158 |
| 8.1. | Fontes | 158 |
| 8.1.1. | Testamentos..... | 158 |
| 8.1.2. | Periódicos..... | 158 |
| 8.1.3. | Alfândega do Funchal..... | 158 |
| 8.2. | Bibliografia | 159 |
| 8.2.1. | Bibliografia Geral | 159 |
| 8.2.2. | Teoria e Método | 159 |
| 8.2.3. | História | 160 |
| 8.2.4. | Madeira..... | 161 |
| 8.2.5. | Vestuário e Moda..... | 162 |
| 8.3. | Suporte digital e Internet..... | 163 |

INTRODUÇÃO

Esta dissertação insere-se no vasto campo de investigação que podemos designar e considerar das relações e inter-relações entre a moda e a cultura. Estudámos o caso do Funchal, no período entre guerras, 1918 - 1939.

Neste estudo pretende-se, no que diz respeito à moda, analisar as realidades europeia e portuguesa e perceber como as funchalenses se enquadram nelas, adotando as tendências vindas de fora. Tivemos sempre em conta o período acima referido e, conseqüentemente, as características e as influências culturais da época.

Algumas das questões colocadas ao longo deste trabalho estarão relacionadas com a proveniência dos tecidos, procurámos saber quais os mais usados na confeção do vestuário feminino, quais as tendências da moda que chegavam e a sua origem e como eram divulgadas na Madeira. Obrigámo-nos também a saber qual a proveniência do movimento marítimo e o que descarregavam no porto do Funchal no que respeita a bens relacionados com a moda.

Este estudo conduziu-nos à análise de periódicos locais que foram: o *Diário da Madeira*, *Diário de Notícias*, *Comércio da Madeira* e *Jornal da Madeira*. Neles fizemos o levantamento de todo o tipo de textos (crónicas, cartas, etc.) e anúncios publicados, ligados ao tema. Damos especial atenção aos que publicaram Suplementos Femininos e os assuntos que tratavam. Sinalizámos as lojas de artigos destinados a bem vestir e apresentar-se existentes no Funchal e as características da sua publicidade. Procurámos deste modo conhecer a realidade da moda funchalense e apresentar uma primeira abordagem a respeito de como a sociedade, em geral, e alguns grupos, em particular, tinham conhecimento e respondiam às tendências da moda internacional da sua época. É ainda assim crucial acrescentar que, neste quadro, concentramos a nossa atenção no género feminino, procurando aferir se as mulheres tinham acesso à informação e de que modo acediam aos produtos existentes e ao mundo da moda.

Os estudos existentes sobre a forma de vestir levam-nos à história do traje e concluímos não existirem estudos realizados sobre moda especificamente respeitantes à Madeira. Deste facto resultaram diversas dificuldades ao longo do processo de investigação e várias limitações, decorrentes não só da circunstância da autora não ser licenciada em História, como do facto, atrás referido, de ser escassa, a bibliografia sobre o assunto para a Madeira.

No que diz respeito ao estado da arte, podem destacar-se dois trabalhos específicos sobre moda. O primeiro, de Kenia Moreira Cabral, que apresentou uma Dissertação ao Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem na Universidade do Sul de Santa Catarina (2006), onde desenvolveu alguns conceitos sobre a linguagem da moda, analisando o seu início e a evolução desde a alta-costura ao *Prêt-à-Porter*. O segundo, de Tânia Vanessa Araújo Gomes, sendo a sua Dissertação de Mestrado em História Contemporânea: Economia, Sociedade e Relações Internacionais da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, sob o título *Uma Revista feminina em tempos de guerra: o caso da “Eva” (1939-1945)*. Apesar de este trabalho não se inserir no mesmo período da nossa Dissertação, mas no período subsequente, interessou-nos o facto de ser o seu objeto a análise da revista *Eva*, considerada uma referência no desenvolvimento da mulher portuguesa no período entre guerras e também pretendemos fazer a análise da revista *Modas & Bordados*.

Existem ainda alguns outros investigadores portugueses com estudos e/ou análises sobre este tema, nos trabalhos de Válder Carlos Cardim (1998), Maria Alice Ramalheite Pinto (2002), Maria Luzia Fouto Prates (2003), Cristina L. Duarte (2004), Maria Helena Vilas Boas Alvim (2005) e Gabriela Mota Marques (2007).

A nível internacional, existem vários trabalhos (e de diverso teor), podendo destacar-se os de Carl Köhler (1963), Roland Barthes (1987), Elizabeth Wilson (1989), Gilles Lipovestky (1989), Fred Davis (1994), James Laver (2002), François Baudot (2006), Umberto Eco (2009), entre outros.

No desenvolvimento deste nosso estudo no Capítulo 1, intitulado “*Panorama histórico, cultural e social entre guerras (1918-1939), na Europa, em Portugal e na Madeira*” em que fazemos uma revisão da literatura, procuramos expor a ideia de moda no período definido para este estudo. Ao mesmo tempo, pretende-se traçar, de forma rudimentar, o panorama histórico da Europa, de Portugal e da Madeira.

O Capítulo 2, “*Enquadramento da moda na sociedade*” introduz e desenvolve o conceito de moda e nele procuramos demonstrar a importância, função e relevância que tem nas sociedades. Esta análise é apresentada com base nos estudos realizados pelos autores identificados com trabalhos nesta área de estudo.

No Capítulo 3, “*Moda e vestuário*”, analisamos a evolução da moda no período entre guerras, primeiro, as mudanças ocorridas nos anos 20 e, depois, as novas alterações do gosto nos anos 30, procurando fundamentá-las.

No panorama nacional analisamos a revista feminina *Modas & Bordados* publicada em Portugal, e considerada uma revista de referência pelos 64 anos da sua publicação, que

vão muito para além das que observámos no âmbito deste estudo. O panorama regional, foi analisado através dos textos e cartas publicados em periódicos, pelos suplementos femininos e pela publicidade das lojas, dos tecidos e de outros acessórios, assim como do importante instrumento necessário à sua confeção do vestuário – as máquinas de costura.

Dedicámos também atenção ao comércio dos tecidos realizado no Funchal, tendo identificado, com este objeto, firmas estrangeiras, portuguesas e madeirenses. Recorremos ainda a documentos dos fundos do Governo Civil e da Alfândega, do arquivo regional, a fim de identificar cargas que entravam no porto desta cidade relacionadas com este tipo de comércio. Procurámos igualmente perceber como este funcionava, assim como o das peças e dos acessórios de moda. Nesta análise incluíram-se alguns testamentos, com o intuito de perceber, por exemplo, se haveria roupas a transitar de geração e, a existir esta prática, quais seriam.

Com esta análise pretende-se conhecer a realidade social do Funchal no período entre guerras (1918-1939), procurando traçar uma linha de preferência e de gosto pela moda em particular, no que diz respeito ao corte das roupas, aos modelos, aos tecidos e às cores preferidas, assim como, ao processo comercial que se desenvolvia na cidade. E, ainda, perceber qual a influência das tendências britânicas.

Na conclusão apresentamos uma breve análise comparativa da realidade funchalense, com a lisboeta e europeia.

Terminamos esta Dissertação com a apresentação de um projeto que consiste na realização de um programa para televisão, que reúne convidados de diferentes áreas (arte, moda, cultura e história) com o objetivo de debate ou conversa entre os convidados e o público presente onde seja possível a todos os participantes pontencializarem a sua visão do mundo e conhecerem melhor aquela que foi a realidade madeirense no período entre guerras.

1. PANORAMA HISTÓRICO, CULTURAL E SOCIAL NO PERÍODO ENTRE GUERRAS, NA EUROPA, EM PORTUGAL E NA MADEIRA (1918-1939).

«Se me fosse permitido escolher na miscelânea de livros que serão publicados cem anos após a minha morte, sabe em qual deles pegaria? (...) Não, não pegaria num romance, nesta futura biblioteca, nem tão pouco num livro de história (...). Pegaria muito simplesmente, meu amigo, num figurino para ver como as mulheres se vestirão um século depois do meu pensamento.

E esses trapos dir-me-iam mais sobre a humanidade futura, que todos os filósofos, todos os romancistas, todos os pregadores, todos os sábios»¹.

Anatole France

A Grande Guerra e o pós-guerra provocaram grande desestabilização nos países por ela afetados. E a sociedade portuguesa sofreu o maior abalo desde a época das guerras civis, na primeira metade do século XIX. Para além do conhecido caos político-partidário, a inflação portuguesa de 1918 a 1924, foi uma das maiores da Europa, mais grave do que a que atingiu a Inglaterra, a França ou a Espanha. Durante o conflito, verificou-se que a inflação foi mais acentuada do que a desvalorização cambial, e depois deu-se exatamente ao contrário².

O deflagrar da 1.^a Guerra Mundial, trouxe a Portugal, muitas mudanças e Raul Brandão assinalou entre elas “a aparência das pessoas da classe média urbana [...] sobretudo das mulheres mais jovens, com vestidos justos e cabelos curtos, ‘à Joãozinho’³, que nesta época começaram a procurar empregos, por exemplo, de secretária [...]”⁴.

A guerra permitiu também que muita gente fizesse dinheiro a abastecer as tropas e o Estado, ou a vender o que produziam para as cidades. Por paradoxal que possa parecer, notou-se no país, durante os anos de 1919-1920, um relativo crescimento económico. E, na verdade, “iria ser tão bom ou melhor do que o das outras economias europeias” sendo o pós-guerra em Portugal, portanto, simultaneamente próspero e apocalíptico⁵.

A sociedade portuguesa, durante estes anos, tornou-se mais igualitária, com caras novas, onde os “ricos” não eram os mesmos e os “pobres” também não, apareceram aliás os chamados “novos ricos”⁶. A vida, na expressão de Raul Brandão, “modificou-se nos

¹ Citado por ROCHE, Daniel (1991).

² RAMOS, Rui, (1993-1994), p. 597.

³ MARQUES, Gabriela Mota (2007), *apud*, RAMOS, RUI (2009).

⁴ TELO (II, 1994) e *História de Portugal* (Dir. Medina e Dir. Mattoso).

⁵ António Telo (2010).

⁶ António Telo (1994 e 2010).

últimos vinte anos, primeiro com lentidão, e, depois da guerra, num tropel que mete medo”⁷.

Entre 1914 e 1939⁸, verificaram-se muitos fatores que contribuíram para a ocorrência de modificações significativas na moda, que nos permitiram definir também períodos distintos. Assim de 1914, ano em que se inicia a Grande Guerra, a 1918, data do armistício, temos um período de transformação progressiva, que marcou o surgimento de uma nova mulher, que se liberta, a nível da vestimenta, das enormes restrições que estiveram em voga até 1914. Também a este respeito, como em muitos outros, é o sec. XIX que termina.

Em 1919, a mulher já era outra, assumira um perfil novo, diferente da fase anterior. De 1919 até 1929, ano do crash da bolsa de Nova Iorque acontecimento que inicia a “Grande Depressão”, temos um novo período, marcado por transformações contínuas e progressivas. Nesta fase, em Portugal, decorreu uma maior expansão da moda, juntamente com uma maior libertação moral. A mulher adquire novos hábitos, começando a usar roupas mais ousadas e até algo masculinas. São os chamados “Loucos anos Vinte”, desenfreados a muitos níveis, mas que irão culminar, politicamente, com viragens de sentido conservador e autoritário.

De 1929, início da Grande Depressão, a 1939, quando se inicia a II Guerra Mundial, decorreu um período que poderemos considerar de interpolação entre aquele que findara em 1929 e aquele a que a guerra irá dar lugar. Nesta última fase, a mulher ganhou uma maior liberdade, embora com um retorno à valorização de uma silhueta mais feminina, nova e própria. Nesta fase o cinema, influenciou muito a moda, ditando, inclusive, novas tendências.

O ano 1931 marca a chegada da crise económica mundial a Portugal⁹. Na Madeira, este, foi considerado o ano de todas as crises e seria até “o último de ‘revoluções’ saídas à rua, aquele do grande e derradeiro susto da ditadura”. Fernando Rosas, destaca que a revolta na Madeira teve na sua origem causas regionais específicas, como o “descontentamento provocado pela crise económica (crise das exportações tradicionais, do turismo, das indústrias dos bordados e dos lacticínios, desemprego crescente), pela crise financeira (falência das principais casas bancárias madeirenses) e pelo consequente reavivar dos sentimentos autonomistas”¹⁰. Estas crises e as respostas então dadas seriam de

⁷ Raul Brandão foi escritor, jornalista e militar. *Apud*, RAMOS, Rui (2009), p.612.

⁸ CARDIM, Valter Carlos (2013), pp. 40-41.

⁹ António Telo (1994).

¹⁰ ROSAS, Fernando, (1993-1994), p. 222

grande importância para o comércio insular, na medida em que iriam fazer acelerar o seu crescimento.

No início dos anos 30, em relação à Europa, a sociedade portuguesa era periférica, dependente, com peso predominante do sector primário, onde os grupos dominantes eram largamente marcados pela importância económica e política dos sectores agrários/rentistas e do comércio internacional/colonial, com a chamada *burguesia* industrial em emergência, mas ainda débil¹¹.

Desta forma, nos anos 30, Portugal, estava marcado pelos efeitos das crises de 1921, pela valorização do escudo em 1924 e pela Grande Depressão de 1929, que prejudicaram a evolução da sua economia, os negócios e as finanças públicas.

Segundo Fernando Rosas, é na segunda metade dos anos 30, após um período convulso de clarificação e de institucionalização, que o “Estado Novo” se afirma económica, política e institucionalmente. O País viveu então uma série de mudanças, com repercussões múltiplas também na Madeira.

No que respeita ao indivíduo e à sociedade verificaram-se muitas alterações também no período entre guerras¹² incluindo-se nelas uma nova preocupação, a da aparência física, o que para alguns representou uma época de libertação do corpo e de uma relação diferente entre o corpo e o vestuário. Segundo Philippe Ariès e Georges Françoise, o vestuário antigo escondia o corpo e apertava-o. Com a evolução da moda, o vestuário passa a mostrá-lo mais. Para as mulheres a evolução é muito notória: “o espartilho e a cinta perdem importância relativamente às calcinhas e ao *soutien*. Os vestidos tornam-se mais curtos, e as meias realçam as pernas. Os tecidos, mais leves, revelam discretamente a linha do corpo”¹³.

No entanto, para os homens “a evolução, começada em 1914, ainda é modesta: limita-se à substituição dos colarinhos quebrados e dos chapéus rígidos pelos colarinhos leves e pelos chapéus de feltro moles. A sobre casaca dá lugar ao casaco e torna-se um fato de cerimónia”¹⁴.

A dimensão da imagem do indivíduo, a sua aparência, depende agora mais do próprio corpo e é preciso cuidá-lo. As revistas femininas alertam as leitoras para este aspeto, que se torna muito importante na formação da ideia de beleza e também para algo novo: o exercício físico ou, se preferirmos, a ginástica. As mulheres são assim estimuladas

¹¹ ROSAS, Fernando, (1993-1994), p. 243.

¹² ARIÈS, Phillipe e DUBY, Georges (1991), p.97.

¹³ *Idem, ibidem.*

¹⁴ *Idem, ibidem.*

a fazer exercício e a ter uma alimentação cuidada. Com estas mudanças, renova-se um desejo: o da sedução. E as revistas femininas, para além de abordarem as questões da elegância e do saber vestir adequadamente a cada situação. A *Marie Claire*, por exemplo, revista lançada em 1937, prescreve às mulheres:

“que permaneçam atraentes se querem conservar o marido. [...] Os cuidados de beleza, a *maquillage*, o *baton* já não são apanágio das mulheres *coquettes* e das semi-mundanas: doravante fazem parte das maneiras honestas de realçar os encantos”.

No início do século XIX em Portugal, existiam já revistas que promoviam a preocupação da mulher consigo mesma, com a família e o com o marido. Em 1822 por exemplo, foi publicado “*O Toucador*”, de Almeida Garrett e Luís Francisco Midosi, um “periódico sem política, dedicado às senhoras portuguesas”. Neste periódico faziam-se recomendações às senhoras sobre o que usar e como usar as roupas, tendo por termo de comparação a moda parisiense “que usem vestidos vaporosos, em tecidos de cetim, gaze e *percale*, que adornem os cabelos com chapéus de palhinha ornados de leves plumas e flores, que evitem toucados e adereços pesados, etc.” E, saliente-se, os jovens redatores desta pioneira revista, não se limitavam a sinalizar as modas, procuravam também incutir nas leitoras uma pedagogia de sedução¹⁵. A pouca duração deste periódico, por falta de assinantes, não impediu porém, como mostra Maria Helena Santana, a proliferação de revistas do mesmo tipo de que são exemplo *A Guarda Avançada dos Domingos* «dedicada às mais belas», 1835), *O Jardim da Damas* (1846) e *O Mundo Elegante* (1858), entre outros títulos sugestivos.

Ao longo do séc. XIX a moda difunde-se, democratiza-se e ajusta-se à medida das necessidades e das posses de novos grupos sociais emergentes. Assim, o novo homem do liberalismo apresentava-se galante, mas à vontade em todas as circunstâncias. Com o tempo, a indumentária masculina tende a reger-se por padrões de crescente sobriedade, como por exemplo o “*paletot* largo, o casaco curto e calças claras a dominarem, alternando com o traje de passeio de estilo escocês, em tecidos axadrezados”.

Com a Grande Guerra, nos países envolvidos diretamente no conflito, aumenta o número de mulheres treinadas para enfermeiras, para conduzir ambulâncias ou até veículos militares, para além das que trabalhavam nas fábricas de armamento. Ou seja, começaram a ter uma vida muito mais ativa lidando com novas necessidades e tudo isto se repercutiu no vestuário. Esta nova realidade deu-lhes uma maior liberdade e um novo papel na

¹⁵ MATTOSO, José (dir.), (2011), pp. 429-451.

sociedade e fez com que a moda adotasse roupas mais apropriadas às ocupações das suas utilizadoras¹⁶.

Da mesma forma que a moda evoluiu, também se alteraram e se reinventaram os ideais de beleza física, mudaram-se os arquétipos e isto refletiu-se nas imagens.

Nos retratos oitocentistas juvenis¹⁷, por exemplo, as modelos tinham um rosto angelical e olhos lânguidos, ombros e seios roliços e cintura de vespa, e os rapazes apresentavam-se com um olhar pensativo ou resoluto, peito largo e porte garboso.

Já no século XX, as fotografias estilizadas familiarizaram-nos com outros traços caraterísticos, no homem o bigode e a face redonda, na mulher o rosto tornou-se mais anguloso, o olhar sensual e ganhou uma silhueta esguia e alongada de curvas mais naturais. Todas estas transformações não eram, no entanto, súbitas, algumas persistiam no tempo e marcavam aspetos culturais.

Durante a primeira metade do século XX, privilegiava-se a aparência feminina, “já que este foi, para o melhor e para o pior, “o século das mulheres”. A emancipação das jovens [ditas] burguesas, motivadas pela atividade laboral e pela liberalização dos costumes, permitiu-lhes tirar partido da beleza e mesmo do corpo, mostrando mais e usando roupas mais práticas, algo que nunca tinha acontecido. Assim, também o crescente dinamismo das indústrias da moda foi gerador de novas formas de submissão.

Com a viragem do século, o vestuário feminino, como refere Maria Helena Santana, “foi-se aligeirando gradualmente”. Alguns fatores, como já referimos, contribuíram para que tal acontecesse, devendo destacar-se a guerra e a entrada progressiva das mulheres no mercado de trabalho, mudança de vida que exigiu roupas práticas. Durante o período da guerra, por exemplo, a mulher portuguesa, em geral, passou a usar roupas cada vez mais simplificadas e menos luxuosas. À medida que a guerra foi avançando, os conselhos para o reaproveitamento da *toilette*, termo então muito comum, foram cada vez mais publicitados nos periódicos femininos, mantendo-se esta prática mesmo após o fim do conflito¹⁸.

Neste sentido, as dificuldades que surgiram durante o período de 1914-1918 fizeram com que a moda adquirisse uma caraterística nova, a versatilidade, juntamente com uma maior liberdade. Uma mesma peça de vestuário, segundo Carlos Valter Cardim, podia ser usada em diversas ocasiões, o que antes seria inaceitável, principalmente entre os grupos de elite mais abastados financeiramente.

¹⁶ CARDIM, Valter Carlos (2013), p. 20.

¹⁷ MATTOSO, José (dir.), (1993), pp. 429-451. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

¹⁸ CARDIM, Valter Carlos (2013), pp. 26-27.

Exemplo desta mudança ou simplificação foram: o *Tailleur*, “[...] a grande invenção utilitária desta época: discreto, fácil de combinar e adequado às várias circunstâncias do dia-a-dia, conferiu uma urbanidade democrática à aparência feminina”; as saias, agora justas na anca, continuaram compridas e rodadas; e os chapéus, que passaram a dar uma “nota de extravagância à *toilette* sóbria das senhoras”¹⁹.

Tudo isto foi o resultado do acompanhamento das revistas de moda que proliferaram e de que são exemplo: *Ilustração Portuguesa*, magazine semanal, 1906, 2.^a série, Lisboa, da empresa do jornal *O Século*, que a partir de 1909 conta com a colaboração de várias mulheres; “*Modas & Bordados*”, suplemento de *O Século*, 1912, Lisboa; *Eva*, publicada pela empresa *Diário de Notícias*, 1925, Lisboa; *Jornal da Mulher do Lar*, 1925, Lisboa, com publicação semanal; *A Moda, Jornal para Senhoras*, 1925, Lisboa; *Vida Feminina, Revista mensal da mulher e para a mulher*, 1925, Lisboa; *Feminina*, 1926, Lisboa; *Jornal da Mulher, revista ilustrada mensal*, 1926, Lisboa; *A Moda Ilustrada*, 1926, Lisboa; *Revista Feminina*, 1926, Lisboa; *Jornal de Beleza*, para a mulher, quinzenário de distribuição gratuita, 1931; *Chic et Simplicité*, entre outras.

Para além de indicarem as tendências estéticas, as cores e os tecidos para cada estação, algumas destas revistas, também davam sugestões sobre o vestuário mais adequado à mulher da chamada “classe média”, tendo em conta as diferentes ocasiões e também o bom gosto. *A Modas & Bordados* é disto um bom exemplo. Para além destes conselhos, começaram a publicar, mais regularmente, nas seções de moda, textos que ensinavam a mulher a confeccionar a sua própria roupa ou os seus complementos²⁰.

Destaque-se que algumas destas revistas eram recebidas no Funchal, como foi o caso da *Modas & Bordados*. Mas, para além destas revistas, também os periódicos funchalenses publicavam crónicas e artigos de moda, havendo alguns deles que tinham semanalmente secções dirigidas especialmente às mulheres. Estavam neste caso o *Diário de Notícias* e o *Diário da Madeira*, e deles falaremos mais adiante.

¹⁹ MATTOSO, José (dir.), (1993), pp. 429-451.

²⁰ CARDIM, Valter Carlos (2013), p. 28.

TELEGRAMAS DE PORTUGAL

A lingua portuguesa na Polonia

LISBOA, 30.—Foi recabida com muito agrado a noticia de que o ministro do Brasil em Varsovia, Sr. Figueira de Melo, antigo secretario da embaixada em Lisboa, tem realizado na Polonia um notavel trabalho a favor da lingua portuguesa.

Um monumento

LISBOA, 30.—Na villa do Orato foi inaugurado o monumento ao professor Moreira, illustre filho da villa, tendo sido pronunciados nobres discursos sobre a vida daquele ilustre homem, por varias individualidades, estas admiradoras.

Eleições

LISBOA, 30.—Realisaram-se eleições d'a novos vereadores da Lisboa e Porto, tendo sido eleitos na capital Antonio Ribeiro Ferreira, engenheiro Boaventura Baló, Fortunada Costa, Francisco Marques, Ivo Cruz, José S. Sanches, Julio Martins, Luiz Alexandre Cunha, Aires Joaquim e Manuel Epifanio Santo. Os Presidentes destas camaras, que passam a ser remunerados, serão da livre nomeação do Governo.

Banquete de homenagem

LISBOA, 30.—Vai realizar-se no dia 5 de Dezembro um banquete em homenagem ao jornalista Julio Galoia, Agente Geral das Colonias, pela sua acção como presidente da Comissao Executiva da Exposição Histórica do Oeiras.

Serviços coloniais

LISBOA, 30.—Pelo Ministerio das Colonias foi publicada uma portaria nomeando Jeronymo Antonio Fonseca, antigo director dos serviços da repartição de estabilidade colonial para, lottelamento, exercer o cargo de Inspector superior da fazenda nas colonias.

Importação de batata

LISBOA, 30.—O sr. Ministro do Comercio e Industria determinou que só por intermedio do respectivo gremio possa ser importada batata para consumo, sem prejuizo da batata nacional.

Bispo do Porto

LISBOA, 30.—O sr. Bispo do Porto, D. Antonio de Castro Matreias, que gosa de grandes sympathias no norte de Portugal, foi hoje alvo duma imponente manifestação de sympathia, tendo milhares de pessoas manifestado o seu respeito por B. Ex.ª, continuando a frente da sua diocese.—E. N.



V. Ex.ª tem interesse em ver uma bonita colecção de sêdas e adorns para vestidos da noite? Visite hoje, 1 de Dezembro, a grande exposição no Largo do Chafariz Casa Espirito Santo

Chapeus para Senhora

Recebemos as ultimas novidades. A ultima palavra na Moda. Conserta-se e tingo-se em todas as cores.

Saão Nacional
Rua dos Carreiros, 18 L.º

Vestidos de soirée

Surtido completo de sêdas na

"LOJA DOS AMIGOS"

RUA DOS CAPELISTAS
Veja a nossa exposição de hoje nas nossas vitrines

Sente-se Va. Exa. torturado pela irritação enlouquecedora dos MALES DA PÉLE?

Si a irritação enlouquecedora de qualquer molestia da pele lhe esteja alterando a saúde, impedindo o sono e levando-o ao desespero — si tudo o que já

teve Va. Exa. experimentado foi debalde em trazer-lhe alivio, a efficacia deste simples tratamento pela Cuticura lhe será como uma asombrosa revelação.

CONSEQUE-SE ALÍVIO INSTANTÂNEO E PERMANENTE

Lave-se a parte doente, pela manhã e à noite, com o Sabonete Cuticura e agua morna. Em seguida, applicar a Pomada Cuticura. Este tratamento diário alivia a irritação e abrange a indolencia instantaneamente. Vem, o que ainda a neither, a ação vigorante, curativa e nutritiva da Cuticura mostra-se a cada dia, curando os mais graves casos de prurido, eczema, psoriasis, e outras doenças da pele, que se curam com o uso regular da pomada e do sabonete.

POMADA E SABONETE

Cuticura

ALVANDA em todos os farmacia e armazens. TALCO CUTICURA, essencialmente medicinal, com óleos essenciaes balsamicos. Alivia e cura, refectiva e nutritiva e previne a queda pelo inflamação e irritação da pele.

CURA ECZEMA PSORIASIS PRURIDO FOGAGEM E TODAS AS ERUPÇÕES IRRITANTES



Mocidade!

Fortifical-vos tomando Cerveja, porque ela vos dará força, robustez e aprumo inexcedível, próprios duma raça

VIGOROSA E SAUDAVEL

Habilitem-se ao concurso da «Empresa de Cervejas da Madeira Lda.»

RADIOS "FORDSON"

Para corrente alterna e contínua (Caixa de nogueira)

5 valvulas 795\$00
7 valvulas 1340\$00
11 valvulas 1700\$00

Para corrente alterna e contínua (Caixa de Balleite, colorida, proprio para presente de Natal)

7 valvulas 890\$00

Para corrente contínua

7 valvulas 1480\$00

Antenas completas

Anti-parasitas 175\$00

Belden 70\$00

Vendas a prestações

Agente: Araujo & Camara, Lda.

Rua dos Murças, 46

Desde 20 a 300 Esc.
CARTEIRAS PARA SENHORA
As exigencias dos Apartments
Vendo Studium
CARRERA, 59

Casa
Aluga-se com 8 quartos,
cozinha, agua, luz e bom quintal. Trata-se na Travessa do Pina, 32. k510

Pregunte: e todos lhe dirão que Danilo é a melhor marca de Meias de seda

A VENDA NA "Loja das Meias"

Notas Mundanas

Perdido de casamento
— Pelo sr. Alvaro R. Gomes, escrito em proprio tomavel, foi pedida um casamento a sr.ª Julia Adelaide de Freitas, filha do fidejudo empregado de Irma Francisco da Costa, Fm. sr. José de Freitas, e irmã do sr. José Quirino de Freitas, empregado da mesma firma. Do futuro lar desejamos os maiores felizes.

Para o campo
— Afin de passar uns dias, viajou para Camara de Lobos a senhora D. Zelia Serrão.

Doentes
— Sabes por noticias recebidas de Lisboa, que se tem accionado as melhoras da mal. recd. podes Fernando Augusto de Silva, nosso antigo colega de redacção e velho amigo.

Estimados
— Tambem se accionam as melhoras de sr. Vasco Tago de Nobrega Quental, que dia entrara no Hospital das Mercaderes, para seguir um tratamento mais eficaz.

— O sr. Rogelio J. Silva encontra-se doente no Campo.
— O commendação sr. Ernesto Honorato Ferreira está passando fatigado de saúde.

— O sr. Cristiano Jaime de Assunção está melhorando de seu estado de saúde.
— Está doente o sr. Manuel Joaquim de Trindade.

— Desceja-se melhor o nosso amigo sr. commendação João de Araujo, escrito orrente da Repreza da Cabrestaria.

Antecessarios
Fazem hoje casa, as sr.ªs:
D. Maria José do Rego Leite Monteiro.
D. Virginia Rodrigues Vilas.
D. Rita de Freitas Albuquerque.
D. Matilde de Freitas Vilas.
D. Maria Conceição Marques.
D. Maria Luiza de Restauração Portugal de Nobrega.

8 de or.ª:
Carlos Alberto M. Agrela Gonçalves.
Dr. Alfredo Maria Rodrigues.
Carlos Augusto Gonçalves.

Belesa é necessaria
Em todas as manifestações da vida
Os produtos da Academia Cientifica de Belesa, ... são indispensaveis á vida
Produtos para todos os tratamentos de belesa, para todas as peles, que coniam 40 anos de absoluto resultado
Peça V. Ex.ª os prospectos indicativos, que fornecem os Depositarios a
CASA LONDRINA

Municipal HOJE, Quarta-Feira, Matiné ás 2.30

Ultima exhibição do famoso filme de aviação

DOIDOS DO AR
Jornais sonoros—Prime musical e desenhos de Popeye!

Matiné ás 6.30 — O expulso: filme que obtve o premio **NOBEL**

O Veneno Europeu
A's 9 horas da noite — O maior exito que um filme pôde obter!

O Grande Ziegfeld
O mais bello e o mais deslumbrante de todos os filmes! 200 GIRLS!!!

Cerza de três horas de exhibição! 10 espetaculos num rd!

Sexta-feira, 3. Recta da Colonia Estrangeira—Entrada da comédia da Paramount

Candidata a Millionaria (Hande across de table)
com o iliguo vedete Carlos Lombardi e Fred Mc Murray
O accento, o humorismo, a elegancia e a beleza sem conta deste filme fazem dele uma das comédias mais encantadoras da actualidade!

Emulsão "ZIOR"

Oleo de Fígados de Bacalhau Bergen com hipofosfito

Produto rigorosamente dosado

Os depositarios

Farmacia Portuguesa
ANDRADE & C.ª

2540

Lotaria, 4 de Dezembro
(1.ª edição)

Bilhete 200\$; meio 100\$; quinto 42\$; decimo 21\$; e canteias a 11\$00.

Vende: A Agência do "SEculo"
24 — Rua da Sã — 24
FUNCHAL — MADEIRA L. 28

Sapatos para homem
Não comprem sem ver os que tem á venda

STUDIUM Carreira, 59

Campe — Vende-se
Aqui se diz. k583

Costureiras
Precisam-se bem habilitadas e com pratica de vestidos e casacos. Quem não estiver nas condições encusa de responder.
Trata-se no dia 10 as 12, R. da Mouraria, 1. L14

Figura 1 - Página do Diário de Notícias apresentando publicidade dirigida ao público feminino, à sua beleza e ao seu bom gosto.

Fonte: DN, 1 de dezembro de 1937, p. 2.

2. ENQUADRAMENTO DA MODA NA SOCIEDADE

«Tal como acontece connosco o pano sobe ou desce dos tornozelos aos joelhos, o vermelho está na moda durante algum tempo, os cintos são mais largos ou mais estreitos e os pequenos paus passados através das narinas ora parecem ficar melhor em osso, em vez de madeira polida, ora surgem mais clássicos ou excêntricos conforme são curtos ou compridos.»²¹

A. Leroi-Gourhan

2.1. O conceito de moda: breve abordagem

Foi em Itália, nos meados do século XVII²², que começaram a circular dois novos vocábulos: *moda e modanti*, o primeiro teve muito uso no vocabulário específico do meio, enquanto o segundo “caiu rapidamente em animação suspensa, ou seja, acabou entre os termos obsoletos.” A moda, a primeira palavra a circular de grande sucesso verbal, tem sido objeto de várias reflexões e estudos. Massimo Baldini, reúne várias definições, que considera “mais ou menos neutras”: para R. S. Steinmetz, “a moda é uma mudança periódica de estilo, considerada mais ou menos obrigatória”; para Georges Darwin, a moda está igualmente sujeita às leis da evolução: “o vestuário está sujeito à lei do progresso e as modas sucedem-se com uma continuidade quase perfeita. Em ambos os casos, uma forma é substituída por outra que se demonstra mais adaptada às condições ambientais do momento”²³.

Já na opinião de Charles Baudelaire, a moda é um sintoma do gosto pelo ideal, uma tentativa de reformar a natureza do ponto de vista estético: “Todas as modas são sedutoras, mas sedutoras de modo relativo, uma vez que cada uma representa um esforço novo, mais ou menos feliz, em direcção ao belo, aproximações a um ideal cujo desejo estimula permanentemente o espírito humano insatisfeito”²⁴.

No seu interessante ensaio de meados dos anos noventa do século XX, o antropólogo Ted Polhemus, autor de estudos sobre movimentos e sobre *street styles*, observou: “Somos a única criatura que muda intencionalmente o seu aspecto. O leopardo não pode mudar as suas manchas e o camaleão, apesar de poder mudar de cor, não se pergunta todas as manhãs: “De que cor quero ser hoje?” A realidade sócio-cultural condiciona, sem dúvida,

²¹ LEROI-GOURHAN, A. (1978), p. 47, *apud*, ALVIM, e Helena Vilas-Boas (2005).

²² BALDINI, Massimo (2006), pp. 9-29. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

²³ DARWIN, Georges (1900), pp. 6-37, *apud*, BALDINI, Massimo (2006).

²⁴ BAUDELAIRE, Charles (1992), p.307, *apud*, BALDINI, Massimo (2006).

todos os seres humanos a fazer essas escolhas, mas isso não nega os determinismos não-biológicos e não-genéticos do aspecto do *homo sapiens*”²⁵.

Com isto, Massimo Baldini²⁶ mostra-nos que a moda desempenha um papel central nesta mudança intencional, é a moda que nos convida a escolher entre a sedução e a elegância, entre o conformismo e a contestação, entre a juventude e a maturidade. Com efeito, a moda tornou-se um fenómeno social de difícil definição, dada a sua amplitude e a diversidade de opiniões de que tem sido objeto. Encontram-se muitas definições de moda mas, segundo Baldini, uma coisa é certa: a moda é um fenómeno social bastante complexo e volúvel, sobretudo a partir da segunda metade do século XX.

A moda, no seu início ou nos tempos felizes em que a chamada burguesia era a *burguesia* e a moda era a moda, vigorava o modelo “gotejante”²⁷, isto é, a moda difundia-se passando das chamadas *classes altas* para as mais *baixas*. Então, acrescenta Baldini, tudo era muito mais simples.

Outra das conclusões apresentadas é que “vivemos numa sociedade de modas, onde as únicas coisas sem marca [*griffe*] são as embalagens de sal de cozinha”²⁸ que, hoje, já a tem. Para Baldini há causas, próximas e remotas, para justificar a moda dos dias de hoje e os seus ritmos frenéticos: o primeiro fator, segundo ele, foi a “Revolução Francesa e a abolição das leis sumptuárias”. Estas, durante séculos, regulamentaram minuciosamente as roupas, as cores e os tecidos que cada categoria social devia usar. No século XIV, proibiam certos extratos sociais de usar determinado vestuário, da mesma forma que autorizavam os grupos sociais mais altos a usar determinadas peças, com o objetivo declarado de os limitar nos excessos do luxo, regulamentar os sinais exteriores do prestígio e “radicar uma consciência do significado e do valor das aparências”²⁹.

Com a Revolução Francesa, sublinha Flügel, “o homem abandonou a pretensão de ser belo e preocupou[-se] unicamente em ser prático”³⁰e, assim, confiou às mulheres a tarefa de serem as sentinelas da vanguarda da moda.

O segundo fator, posterior, é o que Baldini designa de “Revolução Têxtil”, que tornou a moda uma indústria. O grande número de inovações técnicas fez aumentar significativamente a produção no sector da manufatura têxtil. A este respeito pode destacar-se Henry Browne, que em 1721, patenteou uma máquina capaz de separar fibras

²⁵ POLHEMUS, Ted, *Scamplng & Mixing*, in AAVV (1995), p.109, *apud*, BALDINI, Massimo (2006).

²⁶ BALDINI, Massimo (2006), p.9.

²⁷ UGO Volli (1988), p.103, *apud*, BALDINI, Massimo (2006).

²⁸ BALDINI, Massimo (2006), p.11.

²⁹ BALDINI, Massimo (2006), p.12.

³⁰ FLÜGEL, Jonh Carl (1982), pp.123-124, *apud*, BALDINI, Massimo (2006).

de cânhamo das partes lenhosas. Não obstante, a grande viragem dá-se na geração seguinte, em 1764, com a invenção de uma máquina de fiar simples e económica, invenção de James Hargreaves.

O terceiro fator é o início da “democratização da moda”, da igualdade das aparências que caracteriza a moda contemporânea, deveu-se à chamada *burguesia*. Para Squicciarino, “só com a ascensão da burguesia, com a possibilidade real das classes inferiores substituírem a aristocracia parasitária da época, é que a moda, enquanto expressão de uma atitude de competitividade, se tornou um fenómeno socialmente relevante”³¹.

A invenção da máquina de costura, considerada importante e que contribuiu para a atual situação da moda, foi o quarto fator. A primeira tentativa de construir máquinas com esta finalidade remonta a 1755, pela mão de Karl Wiesenthall. Contudo só em 1830 é que o costureiro francês Barthélemy Thimonnier construiu a primeira. Ainda assim os costureiros parisienses consideraram que estas eram concorrentes demasiado perigosas e em 1831 destroem o estabelecimento que as fabricava. Em meados do século XIX, o industrial Isaac Singer³² deu à máquina de costura a sua forma moderna, adoptando em 1856 um sistema de vendas baseado em pagamentos a prestações, que iria permitir a sua distribuição por todo o mundo ocidental. Esta novidade mecânica veio alargar socialmente, e de uma forma considerável, a capacidade de serem confeccionadas em casa as roupas, permitindo que se “exprimissem as (...) preferências de vestuário com maior liberdade”³³.

“Por outras palavras, a máquina de costura foi o instrumento através do qual muitas mulheres deram largas à sua própria subjectividade estética, o instrumento, por excelência, de libertação do seu narcisismo. Em suma, para muitos essa foi a única e a mais económica via para entrar no mundo da moda”.

Assim, a máquina de costura, como observa Marshall McLuhan, foi a responsável pela criação da longa linha direita do vestuário, assim como o linótipo, na tipografia, contribuiu para nivelar o estilo do discurso.

Como quinto fator, ainda de acordo com Baldini, temos o aparecimento das revistas de moda. Em 1797, saiu em França a primeira revista de moda, *Les Journal des Dames et des Modes*. O aparecimento deste novo sector contribuiu para a divulgação dos modelos

³¹ SQUICCIARINO, Nicola (1986), p.129, *apud*, BALDINI, Massimo (2006).

³² Isaac Cantor Singer nasceu a 27 de Outubro de 1811, em Pittstown em Nova Iorque. Em 1850, inventou uma máquina de costura que operava a 900 pontos por minuto. Em 1857, associou-se a Edward Clark e formaram a IM Singer Company. Em 1860 eram considerados os maiores fabricantes de máquinas de costura em todo o mundo.

³³ BALDINI, Massimo (2006), p.14. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

que faziam a moda na época e que todas as mulheres da alta sociedade tinham interesse em vestir. Estas revistas, para além de oferecerem modelos em papel ou figurinos a cores, “levavam também as informações da última moda parisiense aos alfaiates de província e às leitoras mais isoladas, contagiando-os”.

Os grandes armazéns, são considerados por este autor como o sexto fator e de grande importância para o desenvolvimento da moda. Apresentaram-se como sendo os primeiros grandes empórios comerciais a surgir em Paris e Londres no século XIX. O primeiro grande armazém *La belle jardinière* abriu em Paris, em 1824, mas foi entre 1850 e 1860 que, graças à introdução dos primeiros elétricos de tração animal, se alargou a zona de atração a todos os bairros da cidade. Ao primeiro grande armazém seguiram-se outros. Em Paris, foi inaugurado o *Louvre*, em 1855; o *Printemps*, em 1865, e o *La Samaritaine*, em 1869. Todos eles contribuíram para educar os consumidores a adquirir produtos fabricados em série.

O sétimo fator que contribuiu para a situação atual da moda e para a sua evolução, também de acordo com Baldini, foi a ascensão social dos *Coiffeurs*. Surgem como novos protagonistas no mundo da moda, considerados muito importantes e, no seu desenvolvimento, caracterizados como uma “espécie singular”, vestiam-se de modo elegante e “intitulavam-se, orgulhosamente, os primeiros oficiais da *toilette* feminina”³⁴. Eram, numa tradução literal, os cabeleireiros de outrora. Bem pagos pelos seus serviços, conseguiram conquistar autonomia criativa em relação aos seus clientes e, no mundo da moda, foram os primeiros a declarar-se artistas, a par dos pintores e escultores. Na altura, destacava-se *Le Gros*, que ocupava um lugar de primeiro plano e nos dias em que as ruas de Paris se enchiam de gente financeiramente abastada, o *Le Gros*, colocava as modelos, previamente penteadas e produzidas, na rua, a passear pelas avenidas mais bem frequentadas com a finalidade de mostrar as suas novas criações.

Em 1857, Charles-Frédéric Worth, à época um dos grandes impulsionadores da moda inaugurou em Paris, na Rue de La Paix, a sua “loja-laboratório”. Foi neste seu espaço que Worth inventou a chamada *Haute Couture* e transformou o alfaiate, de artesão repetitivo e tradicional, em criador “génio” artístico moderno³⁵. E, fez algo inédito na sua loja, pôs à venda alguns vestidos já confeccionados, com o intuito de afirmar “o princípio de que o alfaiate, não é quem veste o vestido, é o *verdadeiro senhor da Moda* e, portanto, não trabalha à ordem de um cliente, por mais ilustre que seja, satisfazendo sobretudo os

³⁴ VILERMONT, Marie di (1891), p.681, *apud*, BALDIM, Massimo (2006).

³⁵ LIPOVETSKY, Gilles (1989), p.80.

desejos, os gostos e as idiossincrasias (...)” de cada um³⁶. Assim, foi Worth quem, pela primeira vez, fez com que o alfaiate não fosse o servo da casa, mas sim “uma espécie de artista, um empresário autónomo, que faz negócio com quem quer que seja no mercado e não precisa de agradar a ninguém, decidindo “*ele o que irá agradar a todos*”³⁷. Esta foi, como se percebe, uma mudança substancial. Acrescente-se que, não só o conceito de estação foi também criado por Worth, como este foi o primeiro a ter manequins a vestir os modelos por ele concebidos.

Mas, segundo Baldini, faltavam ainda dois fatores para fazer da moda aquilo que ela é hoje: as mulheres, apaixonadas por ela, e a chamada revolução do *prêt-a-porter* (do pronto-a-vestir).

No que diz respeito às mulheres e à sua paixão pela moda, Baldini considera que este é um “sucesso no feminino”, por terem sido elas a favorecer o *ethos* da mudança, o culto do novo. Foram/são elas, enquanto género, mais do que os homens, que a valorizaram/e valorizam promovendo a “mania do vestuário”. Queriam aparecer e mostrar-se. A Revolução Francesa deposita nas mãos femininas a liderança da moda mas, só com a Primeira Guerra Mundial, e com a generalização do trabalho feminino, as mulheres tiveram a possibilidade de passar a gerir tal liderança com plena autonomia económica. Foi a partir de então que a moda se desenvolveu “vertiginosamente”.

Como último fator, temos *oprêt-a-porter* (pronto-a-vestir), a partir dos finais dos anos sessenta do século XX, que teve como maior efeito o de ter estetizado a moda industrial e ter feito oscilar o pêndulo da moda de elite para a moda de massa.

Feito este rápido olhar sobre história da moda, podemos refletir sobre o que disse Flaiano no seu *Diário noturno*: “a moda é o auto-retrato de uma sociedade e o horóscopo que ela própria faz do seu destino”³⁸.

O fenómeno da moda, foi também analisado por diversas áreas do saber como a sociologia, a psicologia e na literatura, por romancistas, poetas ou literatos; por importantes figuras da Igreja, políticos, economistas, filósofos e semiólogos. Alguns dos contributos mais importantes chegaram-nos de autores como Simmel (1895), Veblen (1899), Kroeber (1919), Flügel (1930), Barthes (1960), König (1971), Lipovetsky (1987) e Davis (1992).

³⁶ Ugo Volli (1988), p. 94, *apud* BALDINI, Massimo (2006).

³⁷ BALDIM, Massimo (2006). Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

³⁸ FLAIANO, Ennio (1994), *apud*, BALDINI, Massimo (2006).

Assumindo a moda como um fenômeno, nos anos 40, G. Bouthoul sintetizou-a no seu *traite de sociologie*, da seguinte forma: primeiro, que ela “é um fenômeno periódico de natureza sobretudo psicológica”; segundo, que “cada moda consiste numa invenção, seguida por uma imitação cada vez mais vasta”; terceiro, que “as modas são mais frequentes e influenciam um número relativamente maior de indivíduos nas sociedades dinâmicas, onde o bem-estar moral e material é mais comum” e, finalmente, que “a moda está quase sempre ligada a considerações de hierarquia social”³⁹.

Contudo, ao longo dos séculos, ela teve também vários inimigos que a apresentavam como um fenômeno digno de vergonha. Conservadores e tradicionalistas, filósofos e teólogos, religiosos e moralistas, muitos defenderam que a moda tinha os ferretes do mal, e que, como diz um conhecido provérbio italiano, “o diabo está sempre vestido segundo a última moda”⁴⁰.

Neste sentido, será interessante refletir sobre as causas do nascimento e do êxito da moda. Segundo Baldini, o sucesso da moda deve-se não só ao seu “poder de sedução”, mas também, a alguns fatores políticos, sociais, económicos, culturais, tecnológicos e psicológicos, que permitiram o seu aparecimento e favoreceram a sua consolidação. Como escreveu Baudelaire, “todas as modas são sedutoras, mas sedutoras de um modo relativo, uma vez que cada uma representa um esforço novo, mais ou menos feliz, em direção ao belo”⁴¹.

Como vimos, foram muitos os fatores que favoreceram a criação das condições necessárias ao êxito da moda, destacando-se como causas relevantes e criadoras de um “*habitat*” favorável ao seu aparecimento: “*Asociedade aberta*”; “*A moda, a invenção da escrita e o nascimento do eu*”; “*A moda, as cidades e as cortes*” e “*A moda e as cortesãs*”⁴².

Quanto ao primeiro fator, Massimo Baldini, considera-o interessante e pertinente, atendendo a que esta passagem, de uma “sociedade fechada” para uma “sociedade aberta”, foi das mais importantes transições realizadas pela humanidade, remetendo-nos para a antiga Grécia e para o desenvolvimento das atividades comerciais⁴³. Nesta sequência, o autor afirma que, “enquanto nas *sociedades fechadas* predomina o traje, isto é, o vestuário tradicional, nas *sociedades abertas* pode nascer e reinar a *moda*”.

³⁹ Cf. Gaston Bouthoul (1994), p.334, *apud*, BALDINI, Massimo (2006).

⁴⁰ BALDINI, Massimo (2006).

⁴¹ BAUDELAIRE, Charles (1992), p.307, *apud*, BALDINI, Massimo (2006).

⁴² BALDINI, Massimo (2006).

⁴³ POPPER, R. Karl (1996), *apud*, BALDINI, Massimo (2006).

Segundo Gabriel Tarde, a moda é a imitação no espaço, ao passo que o traje é a imitação no tempo. Por outras palavras, a moda é a imitação dos contemporâneos e o traje a imitação dos antepassados. “(...) A sociedade aberta é, pelo contrário, uma sociedade que está pronta a receber inovação e mudança, é uma sociedade que amplia de modo significativo a série de escolhas individuais, que abandona as formas conservadoras da imitação-traje e tradição. Na sociedade aberta, a distância tende a diminuir, pois é uma sociedade onde se permite que as classes mais baixas imitem as classes mais altas”⁴⁴.

Uma das causas relevantes para o aparecimento da moda, foi “*a invenção da escrita e o nascimento do eu*”. De acordo com Lipovetsky, a roupa, o penteado e a maquilhagem são os sinais mais diretamente espetaculares da afirmação do eu. Este autor considera, ainda, que a moda é a rainha do aspeto exterior, pois é o instrumento privilegiado da expressão e da singularidade pessoal⁴⁵. Apresentada desta forma a moda é, assim, fruto do amadurecimento da afirmação do eu, da valorização social do indivíduo e da sua personalidade, causas intimamente interligadas, pela importância e relevância que têm na sociedade e pelos aspetos culturais que nela interferem. Assim sendo, a moda não pode nascer nas culturas que não conhecem a escrita, pois o nascimento do eu é o resultado da interiorização da invenção da escrita que, mais tarde e como referimos, será da imprensa. Neste sentido, a moda não só é um produto da sociedade aberta, mas também do alfabeto grego e da imprensa de Gutenberg.

No que respeita a estas duas últimas ideias, que foram relevantes e que criaram um *habitat* favorável ao aparecimento da moda, Baldini, salienta que a moda é “filha da cidade e não do campo, mais precisamente dos centros cosmopolitas de comércio”.

Esta particularidade apontada pelo autor, permitiu-nos refletir e verificar que, na Madeira, ela ocorre, realmente e só, na cidade do Funchal. Tendo realizado um levantamento de notícias e textos sobre moda, publicados na imprensa escrita do Funchal, que analisámos, fica demonstrado que tudo o que girava em redor da moda se centrava, de facto, no Funchal, onde chegavam as novidades e tudo acontecia.

Por último, e ainda segundo Massimo Baldini, era nas mulheres e nos jovens que a moda encontrava mais defensores, considerando também que as mulheres e as damas da corte eram as mestras da elegância por excelência, assumindo ou (re)construindo, em todas

⁴⁴ TARDE, Gabriel (1976), *apud*, BALDINI, Massimo (2006).

⁴⁵ LIPOVETSKY, Giles (1989), *apud*, BALDINI, Massimo (2006).

as épocas, uma nova imagem feminina e contribuindo para “formar o gosto e para criar os cânones de beleza de todas as mulheres”⁴⁶.

Já Gertrud Lehnert⁴⁷, defende que os fatores sociais, políticos e económicos podem ter contribuído para explicar a existência da moda e as evoluções que esta sofreu, mas não são suficientes para a descrever como fenómeno. Segundo ele, não há dúvida de que desempenharam um papel bastante importante, sem subestimar o que foi desempenhado pelo gosto: do Belo, das cores, das linhas e das formas e, em seu entender, “a moda segue as suas próprias leis formais, igualando-se à Arte neste ponto”. É uma outra forma de ver o aparecimento, a evolução e o conceito de moda aliando-o, enquanto expressão e criação, à Arte e à estética.

Com uma ideia semelhante apresenta-se Elizabeth Wilson⁴⁸, que, para além de referir a ligação da política da moda à moda enquanto arte (visto esta estar ligada simultaneamente à evolução dos estilos que circulam na arte dita “séria” e de vanguarda e ao gosto e cultura populares), defende que a moda é, realmente, “uma forma de arte visual, uma criação de imagens, com o seu visível enquanto meio de expressão”⁴⁹. Deste modo, como qualquer outro empreendimento estético, a moda pode ser considerada como uma ideologia, sendo a sua função resolver, formalmente, a um nível imaginário, as contradições sociais que são insolúveis⁵⁰.

Em *Histoire de la coiffure féminine* (1892), a condessa Marie de Villermont afirma que “a moda não faz os povos, mas em certo sentido os povos fazem as modas”, acrescentando que, a moda é também um ótimo observatório para identificar quem é que detém realmente o poder na sociedade, sendo que todas as sociedades fechadas, ao contrário das sociedades abertas são, como referiu Massimo Baldini, imunes ao fenómeno da moda.

Mas então, o que é a moda? Roland Barthes defende que a moda é sobretudo “uma linguagem: através dela, através do sistema de signos que a constitui, por muito frágil que pareça, a nossa sociedade – e não somente a feminina – mostra, comunica o seu ser, diz o que pensa sobre o mundo”⁵¹. Outra definição de moda e outra forma de entender a moda em sociedade, sendo ela, um fator social ou cultural, chega-nos de Alison Lurie, que

⁴⁶ “A moda e as cortesãs”, BALDINI, Massimo (2006).

⁴⁷ LEHNERT, Gertrud (2001), pp.6-14. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

⁴⁸ WILSON, Elizabeth (1989).

⁴⁹ Hollander, Anne (1975), *apud*, WILSON, Elizabeth (1989).

⁵⁰ JAMESON, Frederic (1984), *apud*, WILSON, Elizabeth (1989).

⁵¹ Barthes, Roland (1998), *APUD*, BALDINI, Massimo (2006).

considera o vestuário como uma “expressão de aspetos escondidos, e em grande parte inconscientes, da psique individual e de grupo, como formas de comunicação normalmente não intencional e não-verbal, uma linguagem de signos”⁵².

Voltando a Roland Barthes⁵³, que utiliza a linguística e a semiologia de uma maneira mais sofisticada, a moda é uma coisa irracional. Para ele, o signo tal como a linguagem, fazem parte de um sistema de diferenças arbitrariamente definidas. A moda, para Barthes, é um sistema fechado e arbitrário e os significados que gera são inteiramente relativos.

Concluimos por isso que a moda retrata uma sociedade, dizendo-nos, através da sua linguagem se esta é aberta ou fechada e que esta é, também, um instrumento que reflete a nossa personalidade e forma de estar numa sociedade. Por outro lado, concordo com a ideia defendida por alguns autores de que a moda nasce na cidade, é cosmopolita e está intimamente ligada à arte e à estética, sendo assim uma forma de interpretar e afirmar o gosto pelo belo e uma forma, muito pessoal, de ver as formas e linhas estéticas.

Em conclusão retivemos o pensamento de Massimo Baldini:

“A moda é filha de uma complexa constelação de causas: o aparecimento da sociedade aberta e da invenção da escrita e da imprensa, das cortesãs e das cidades cosmopolitas e comerciais, da secularização do amor e da afirmação do relativismo, mas também de duas atitudes mentais convergentes, a primeira antiga e a segunda moderna: o amor pelo novo e a tirania do presente”⁵⁴.

⁵²LURIE, Alison (1981), *apud*, WILSON, Elizabeth (1989).

⁵³BARTHES, Roland (1987), *apud*, WILSON, Elizabeth (1989).

⁵⁴BALDINI, Massimo (2006), p.40.

2.2. A importância da moda nas sociedades

É evidente que a moda sempre teve grande importância nas sociedades ao longo dos tempos mas, quais serão as motivações que lhe são inerentes em cada época ou em cada mudança?

Segundo Gillo Dorfles, esta é uma questão muito pertinente, embora, não de fácil resposta. Podem reforçar-se antigas teorias, como a que defende que o homem, desde a antiguidade mais remota, considerou o vestuário um importante elemento simbólico da própria condição social. Afirmando o autor que: “Aquilo que hoje se define como símbolo de posição social existiu sempre, quer se tratasse das plumas e tatuagens de um chefe tribal, ou dos uniformes com penachos e enfeites de um general medieval”⁵⁵.

Segundo Cristina L. Duarte, a moda reflete sempre o tempo em que foi produzida. A autora, definiu *Belle Époque*, como sendo o período que vai do início do século XX à Primeira Guerra Mundial, no qual se assistiu à mudança da condição feminina e, no que respeita ao vestuário, deu como exemplo, a camisa e o corpete, substituídos pela combinação, permitindo que a mulher pudesse vestir-se e despir-se sem qualquer ajuda. O traje de noite manteve o luxo e o requinte até à década de 20, permanecendo as influências orientais⁵⁶. Portugal acompanhou e viveu com intensidade este tempo de mudança, à semelhança do que acontecia na Europa, admitindo a mesma autora que:

“A jovem República Portuguesa também participou, sofrendo as dificuldades económico-financeiras geradas pelo esforço bélico [sendo] exigida às mulheres uma participação activa no mundo do trabalho, e assim o traje teve também de se tornar mais prático. As saias subiram e nasceu a paixão pelas meias”.

A mudança económica e social que sucedeu à guerra, atingindo também o nosso país, traduziu-se numa simplificação progressiva do aparato feminino e, no que diz respeito ao homem, numa uniformização completa do traje masculino de confeção.

O período entre as duas guerras marcou uma grande mudança. Em Paris, por exemplo, e ainda seguindo Cristina L. Duarte, surgiram novas “vedetas, com várias mulheres a destacarem-se num trabalho que Worth tinha destinado aos homens”.

⁵⁵DORFLES, Gillo (1984), p. 125. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

⁵⁶DUARTE, Cristina L., (2004), p. 30. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

Na verdade, se o caminho trilhado pela sociedade tivesse sido o da paz, em vez de o da guerra, talvez o corpo da mulher ficasse preso às convenções, ou então, talvez “viesse a ser de novo sujeito a uma gaiola”. O conflito alastrou ao corpo das nações e a verdade é que a silhueta feminina “ganhou um novo *look* militarizante”. Em *O que é a Moda*, Cristina L. Duarte⁵⁷ considera que, como uma extensão da nossa pele, o vestuário pode ser observado como um meio para nos definir socialmente, um mecanismo para o controle da nossa temperatura, ou até, como um fenómeno de atração em relação ao outro. E em sua opinião a moda é considerada, inevitavelmente, uma das manifestações de uma sociedade.

Esclareça-se que existem várias opiniões a este respeito. Uma delas é a de Bruno du Roselle, segundo a qual “a moda é a expressão vestimentária [sic] de uma dada população num momento preciso da sua história”⁵⁸. Neste sentido, a moda faz parte de um todo, de um grupo, de uma sociedade “(...) na moda, há um ‘nós’ que quer distinguir-se de ‘outros’”. Mas esta distinção só é possível e concreta se for reconhecida, razão pela qual a moda, como uma prática colectiva, que faz parte da cultura, integra o indivíduo na sociedade e na história⁵⁹.

Para Georg Simmel, filósofo alemão, que também desenvolveu várias ideias sobre este tema, a moda é algo pertencente a uma sociedade, que a une e diferencia de outras e:

“expressa, da forma mais visível e concreta, a realidade essencialmente dialéctica e dinâmica da sociedade, feita de interconexões e liames, mas também de inevitáveis conflitos entre os indivíduos, entre as múltiplas e diferentes formações sociais, entre os indivíduos e os grupos ou as classes”⁶⁰.

Ainda, segundo este autor, as condições vitais da moda, como uma manifestação constante na história da nossa espécie, podem descrever-se como a imitação de um modelo, que satisfaz uma necessidade social, conduz o indivíduo ao trilho que todos percorrem e fornece um símbolo universal que faz do comportamento de cada indivíduo um simples exemplo. Assim, para este autor, a moda significa, por um lado, a anexação do igualitariamente posto e, por outro, a unidade de um círculo por ela caracterizado, alcançando, desta forma o fechamento do grupo perante o outro ou, os outros. E, à semelhança do que vimos anteriormente, Simmel – concorda com a noção de que a moda marca/define um determinado grupo (“classe social”), une-o e, ao mesmo tempo,

⁵⁷ DUARTE, Cristina L., (2004), p.39.

⁵⁸ ROSELLE, Bruno du (1980), *apud*, DUARTE, Cristina L. (2004).

⁵⁹ DUARTE, Cristina L. (2004), p.40.

⁶⁰ SIMMEL, George (2008). Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

diferencia-o de outros, que, no caso da moda, “se encontram mais abaixo”. Unir e diferenciar são, portanto, as duas funções básicas, que se juntam num mesmo propósito. Sendo que uma, embora constitua a oposição lógica à outra, seja a condição da sua realização.

Neste quadro, “a individualidade e a consciência do corpo situam-nos no pano de fundo que é a sociedade”⁶¹. A moda fomenta, assim, um processo de identificação, em todas as culturas, fazendo com que o vestuário ultrapasse a função de mera proteção corporal, considerado por Anthony Giddens, como “uma forma de demonstração simbólica, uma maneira de dar forma exterior a narrativas de auto-identidade”⁶². Em suma, podemos considerar que:

“A moda possui raízes permanentes, profundamente consolidadas na natureza humana, que ultrapassam os contextos sociais e económicos necessariamente passageiros. Ela enraíza-se igualmente em elementos fundamentais de ordem antropológica. Estudá-la significa ter em consideração que ela diz respeito ao homem e a todos os seus meios de expressão – e por isso a moda não está apenas inscrita no vestuário, mas em todos os domínios da vida”⁶³.

⁶¹ DUARTE, Cristina L. (2004), p.63.

⁶² GIDDENS, Anthony (1994), *apud*, DUARTE, Cristina L. (2004).

⁶³ DUARTE, Cristina L. (2004), p.46.

3. MODA E VESTUÁRIO

«A moda já não é um adorno estático; um acessório decorativo da vida colectiva, é o fecho da abóbada. A moda cumpriu estruturalmente o seu percurso histórico, atingiu o auge do seu poderio, conseguiu remodelar a sociedade inteira à sua imagem: era periférica, agora é hegemónica (...)»⁶⁴

Gilles Lipovetsky

3.1. A evolução no período entre guerras

As mulheres conquistaram o direito de voto na Inglaterra e na Alemanha, em 1918, ano que foi o culminar de muitos acontecimentos que, desde 1914, marcaram o início do século XX. A Europa estava no término da Primeira Guerra Mundial e a sociedade transformou-se aos poucos e com ela, o vestuário, que se foi adaptando às mulheres e aos homens, que eram outros depois da Grande Guerra.

Ela provocou um corte em todos os movimentos artísticos, e não apenas na moda. Tal como os escritores e os pintores, também muitos estilistas foram mobilizados, alguns alistaram-se voluntariamente. A situação era tensa e a escassez de materiais obrigava a mudanças radicais, pelo menos no que dizia respeito ao vestuário do dia-a-dia. O vestuário masculino pouco se modificou, o que também se deveu ao facto de a maior parte dos homens usar uniforme, fosse de livre vontade ou por obrigação. O vestuário feminino, porém, “tornou-se ainda mais austero e funcional”⁶⁵.

As silhuetas eram pouco volumosas, as saias tornavam-se um pouco mais curtas e nos casacos femininos, fossem eles curtos ou compridos, encontravam-se elementos do vestuário militar. No que diz respeito às saias que, até então, se usavam compridas e apertadas no tornozelo, a partir desta altura, começavam a colocar uma espécie de túnica comprida, por cima da saia, que ia até abaixo do joelho⁶⁶, dando à mulher uma imagem muito mais prática. Os chapéus, durante este período, também foram alterados, tornaram-se mais pequenos e as aplicações foram dispensadas. O próprio adorno era desaprovado, e as jóias foram mais ou menos desterradas⁶⁷, isto é, retiradas da *toilette*. Pode considerar-se que, atendendo ao terminar de uma guerra, as alterações no vestuário até foram poucas

⁶⁴ LIPOVETSKY, Gilles (1989), p.19.

⁶⁵ LEHNERT, Gertrud (2001), p.17.

⁶⁶ LAVER, James (2002), p. 209.

⁶⁷ SEELING, Charlotte (2000), p. 655.

dado que as roupas femininas eram já talhadas para o trabalho nas fábricas. Por isso, talvez, ao contrário do que seria de esperar, o mais importante mestre da moda da segunda metade do século XIX não era francês, mas sim inglês, Charles Frederick Worth.

Segundo Gertrud Lehnert, este criador inaugurou o seu primeiro salão de moda “Worth & Bobergh” em 1857, na rue de la Paix, em Paris, juntamente com Otto Gustav Bobergh, um comerciante de sedas sueco. Nesse espaço, era possível encontrar “um vasto leque dos mais luxuosos tecidos e requintados cortes, que podiam ser escolhidos pelas próprias clientes”⁶⁸, sempre segundo o conselho do próprio Worth e, mais tarde, do seu filho.

Sendo Worth o grande mestre da moda e inventor da Alta-costura parisiense, que contribuiu para modificar o conceito de moda as suas confeções não resultavam do gosto das suas clientes, nem do seu desejo. Em vez disso, criava coleções que apresentava às senhoras da sociedade, estas, por sua vez, só tinham de escolher o tecido, entre os padrões e cores que Worth lhes apresentava. Esta casa tornou-se uma verdadeira instituição, chegando a ser famosa além-mar.

3.1.1. Os anos 20

No início dos anos 20, o mundo saía de um conflito de proporções até então inimagináveis, que abalara as estruturas político-económicas e sociais dos países e abria caminho à sua nova organização⁶⁹. Era a altura da libertação e os *dourados anos 20* assinalavam-se com o charleston e o jazz, o cabelo curto, os lábios vermelhos, o amor livre, os cigarros, o controlo da natalidade, as saias curtas e, finalmente, a Grande Depressão⁷⁰. Sim, porque os *années folles*, como também foram chamados, duraram apenas cinco anos, de 1924 a 1929, um período vivido de forma intensa, de um lado e outro do Atlântico. Muitas mulheres passaram a comandar as suas próprias vidas, passeavam sozinhas pelas ruas das grandes cidades, conduziam carros próprios e usavam vestidos práticos que lhes permitiam trabalhar, praticar desporto e levar uma vida dinâmica, até então inimaginável. Até os novos penteados eram fáceis de cuidar e os chapéus simples de

⁶⁸ LEHNERT, Gertrud (2001), p. 8

⁶⁹ MARQUES, Gabriela Mota (2007), p. 189.

⁷⁰ SEELING, Charlotte (2000), pp. 85-98.

colocar, pois eram criados a pensar no conforto, “ao contrário dos antigos, que requeriam um esforço de equilíbrio para serem utilizados de forma correcta e elegante”⁷¹.

Com os homens na frente de batalha, as mulheres viram-se obrigadas a levar uma vida mais independente e pela primeira vez exerciam certas profissões, muitas vezes por necessidade. Deixaram assim de desempenhar, unicamente, o papel de donas de casa e começaram a movimentar-se sozinhas, mostrando à sociedade que eram suficientemente independentes.

Esta tendência que se manteve e consolidou ao longo da década de 20 verificou-se também no Funchal, estando demonstrada na imprensa local onde a moda se tornou assunto. A correspondência trocada entre: Madame Coquette, de Lisboa, e Madame Fornarina, do Funchal, exemplifica-o. Através das cartas destas duas senhoras foi possível constatar que a mulher portuguesa, incluindo a funchalense, se libertou, tornando-se independente, vaidosa e atenta à sua imagem. Um tema desenvolvido mais à frente neste trabalho, com a ajuda dos textos e das cartas publicadas em periódicos e Suplementos Femininos diversos.

Surgiram novas profissões destinadas às mulheres, assim, além das “típicas profissões reservadas ao sexo feminino, como governanta, ama ou costureira, apareceram outras ligadas ao trabalho de escritório, as quais não tardaram a transformar-se num trabalho tradicionalmente feminino (...)”. Com esta grande mudança no quotidiano da mulher, havia necessidade de um vestuário diferente e adequado para exercer as suas novas atividades. Um vestuário, que lhe concedesse liberdade de movimentos e que, simultaneamente, pudesse exprimir a sua nova consciência de mulher, traduzida também na expressão da consciência do seu próprio corpo.

Como resultado de toda esta mudança de visual, os ideais de beleza modificaram-se completamente. As formas acentuadamente arredondadas transformaram-se dando lugar a uma silhueta alta e esguia. Estava assim na moda ter ancas estreitas, pernas longas e peito pequeno, o que levou alguns críticos a comentar que as mulheres estavam a “masculinizar-se”. O vestuário, no entanto, nada tinha de masculino, apenas ficou mais leve. A mulher ficou livre de espartilhos, os vestidos ficaram mais curtos, os braços e costas mostravam-se e o tecido predominante desta época era a seda, sendo que, as meias que acompanhavam o conjunto eram em tons de bege⁷². Quanto à maquilhagem, acentuada por uma pele branca,

⁷¹ LEHNERT, Gertrud (2001), pp.20-21. Até referência em contrário todas as citações foram retiradas desta obra.

⁷²<http://pessoasdoseculopassado.blogspot.pt/>

foi um fator importante na apresentação de uma mulher. Os olhos eram bem pintados, as sobrancelhas retiradas e delineadas a lápis e os lábios pintados de carmim. O chapéu passou a ser usado apenas de dia sendo o modelo mais popular o cloche. Ficava muito bem quando usado com cabelos curtíssimos, os chamados cortes “à *la Garçonne*”⁷³. No que diz respeito às malas de senhora, mantinha-se o estilo da carteira, acessório dominante nesta década, que dava tanto para o dia como para a noite, a sua superfície plana permitia aplicações de bordados ou estampas. Os sapatos caracterizavam-se por terem linhas geométricas, com tiras que prendiam no peito do pé, e recortes, cortes e aberturas, que eram acompanhados por saltos médios ou altos, mas nunca finos⁷⁴. Pela primeira vez, os sapatos faziam conjunto com os vestidos, com os acessórios e até com os penteados⁷⁵. Veja-se o conjunto de tarde do estilista Jean Patou, onde tudo combina perfeitamente, fazendo conjunto: fato-saia-e-casaco, tendo este na beira as mesmas riscas do lenço, do chapéu *cloche* e da *clutch*⁷⁶.

⁷³ Mulheres com aparência quase infantil de meninos que exibiam cabelos curtos.

⁷⁴ <http://pessoasdoseculopassado.blogspot.pt/>

⁷⁵ SEELING, Charlotte (2000), p. 96.

⁷⁶ BAUDOT, François (2006), p. 71.



Figura 2 - Conjunto de tarde, fato com riscas azuis e amarelas, lenço, chapéu *cloche* e mala *clutch*, tudo a conjugar perfeitamente. Estilista "Jean Patou", 1927.

Fonte: BAUDOT, François, *The Twentieth Century*, Editor Universe, 2006, p.71.

Na década de 20 em que a moda foi muito vivida pelas mulheres, tudo era considerado importante, tanto a combinação das roupas, como o uso dos acessórios, que não tinham de ser valiosos e marcar a diferença quando eram usados. Os estojos de cigarros e as caixas de pó-de-arroz eram novidades, tinham adornos geométricos e eram extremamente finas. Os leques e as estolas, feitas de coloridas penas de avestruz, também faziam parte dos acessórios e eram usadas pelas mulheres mais jovens. Quem não quisesse ou não pudesse seguir as tendências, podia sempre optar por um vestido mais comprido, do

criador Jeanne Lanvin, por exemplo, que procurava satisfazer as necessidades da sua clientela com os seus *robes de style*, vestidos de corpo justo, cintura baixa e bem vincada e saia trapézio até meia perna. Estes vestidos apresentavam padrões, primeiro, com laços e flores estampadas e, mais tarde sob influência do cubismo, com motivos geométricos⁷⁷.

As cinturas, que até ao fim desta década foram usadas baixas, voltaram ao seu lugar natural e as saias aumentaram de comprimento. Anunciavam-se tempos mais sérios.

Foi também nesta década que se desenvolveu o entretenimento, falamos de salões de música e espetáculos musicais, muito sofisticados, que apresentavam cenários e roupas fantásticas. Também o cinema se desenvolveu, começando aos poucos a exercer uma influência importante na moda feminina, tornando-se esta arte uma peça chave na difusão da moda, na medida em que, as atrizes eram admiradas pelo público feminino e até imitadas na forma como se vestiam tornando-se os modelos a seguir. Esta influência foi tão intensa que, na década seguinte, irá interferir em todos os aspectos da vida feminina, sujeitando a mulher a aderir aos mais variados tipos de moda⁷⁸. Os dourados anos 20 terminavam com o *crash* da Bolsa de Nova Iorque a 24 de outubro de 1929, uma quinta-feira, que iniciou uma negra semana para a economia mundial, onde o dinheiro deixou repentinamente de ter valor, os pobres ficaram ainda mais pobres e os muitos ricos perderam toda a sua fortuna de um dia para o outro⁷⁹.

Desta forma, entramos nos Anos 30, que terão de ser marcados pela elegância a baixo custo. A moda, apesar dos tempos serem de crise, terá sempre um toque de classe e criatividade, o que se demonstra na figura que se segue, onde duas mulheres usam modelos inspirados na moda masculina, um exemplo de ousadia e classe.

⁷⁷ SEELING, Charlotte (2000), p.93.

⁷⁸ CARDIM, Valter Carlos (2013), p. 95.

⁷⁹ LEHNERT, Gertrud (2001), p.32.



Figura 3 - Mulheres usando trajés inspirados na moda masculina.

Fonte: CARDIM, Válder Carlos, *A Moda em Portugal, 1914 a 1959*. Prefácio de Bárbara Coutinho, Edições IADE, Lisboa, Março de 2013, p. 122.

3.1.2. Os Anos Trinta

Os anos 30 marcam o regresso da elegância. A elegância a baixo custo, como se dizia, em resultado da crise. Na história da moda poucas vezes foi possível observar uma cisão tão clara entre duas décadas consecutivas. O estilo que a mulher adotou nos anos 20, um estilo “masculino” e desportivo, foi substituído por “uma feminilidade mais tradicional, mas também mais elegante”.

As formas angulares, adotadas pelas mulheres na década anterior, esbateram-se e adquiriram muito suavemente linhas fluídas: “Os cabelos curtos e lisos voltaram a usar-se

suavemente ondulados e tão compridos que podiam ser apanhados”. Foi também nesta década que os vestidos voltaram a acentuar a cintura e os chapéus a ser mais criativos. A silhueta feminina modificou-se completamente, tornou-se menos austera e simultaneamente menos decidida, apresentava-se elegante e os tecidos caíam suavemente⁸⁰.

Esta linha de vestuário era seguida por alguns estilistas⁸¹, as mangas dos vestidos das senhoras eram aplicadas, compridas e justas, sendo que muitas vezes lhes eram aplicados punhos de folhos. As saias, por sua vez, tinham *godets*⁸² que eram aplicados nas ancas para obter a largura necessária. A *toilette* da mulher era composta pelo conjunto e pelos acessórios, de que são exemplo, as luvas e os chapéus. Estes, considerados peças fundamentais da indumentária feminina, eram adaptados às tendências e queriam-se muito extravagantes. Os fatos, que ainda se usavam, eram tão justos quanto os vestidos, marcando a cintura com a ajuda de um cinto. As bandas dos casacos eram largas com grandes decotes e por dentro usavam-se blusas com grandes laços ou *écharpes*, que davam volume ao tronco da mulher fazendo parecer a cintura ainda mais fina. Os acessórios eram realmente imprescindíveis e para muitas mulheres ajudavam a alcançar a forma perfeita, sendo “a única opção acessível que permitia modernizar o guarda-roupa e estar na moda”.

Nesta altura usavam-se carteiras de baixo do braço ou mesmo bolsas pequenas com fechos automáticos de prata ou de plástico, o que então era uma grande novidade. Quanto às joias, estas eram muito usadas e, “graças à inovação de Coco Chanel, era possível misturar pedras preciosas e imitações”. A estilista Coco Chanel e a sua concorrente Elsa Schiaparelli apresentaram uma nova forma de misturar e usar os acessórios nos vestidos: “colares de *strass* eram usados com vestidos de noite, tal como os diamantes. O *strass* também era aplicado directamente em tecidos valiosos ou com *paillettes* de metal ou de cristal, ou ainda, utilizado em bordados”. Novidade, foram os óculos de sol, usados pelas senhoras nos seus tempos livres, quando se dedicavam ao desporto ou iam à praia.

É importante referir que na década de 30, à semelhança da anterior, o cinema continuava a exercer uma grande influência sobre as mulheres, principalmente depois de meados da década. Em 1938, na crónica de moda da revista *Eva*⁸³, o cinema era uma das mais belas manifestações da moda, onde se viam os mais arrojados, os mais caprichosos e

⁸⁰ *Idem*.

⁸¹ SEELING, Charlotte (2000), p.132. Até referência em contráriotodas ascitações foram retiradas desta obra.

⁸² *Godets* eram peças de tecidos extra, em forma de círculo que eram aplicados num vestido ou numa saia, dando-lhes volume e movimento.

⁸³ Cfr. “A Moda e o cinema”, *Eva*, nº 670, 19/3/1938, p.3. *apud*, CARDIM, Valter Carlos (1998).

os mais encantadores modelos, motivo pelo qual os grandes costureiros disputavam com ardor, a honra de vestirem as mais famosas vedetas. A “sétima arte” passava a exercer uma extraordinária influência na divulgação da moda feminina sendo motivo para que centenas de mulheres copiassem a *toilette* de artistas famosas⁸⁴. E, as suas repercussões também chegaram ao Funchal, onde muitas destas películas eram passadas e algumas atrizes chegaram mesmo a visitar a ilha da Madeira. E, pelo que se lê na imprensa local, podemos concluir que, também aqui, a elite feminina apreciava a forma de vestir das estrelas de cinema e tentava imitá-las.

Durante todos estes anos, escreveu-se muito sobre moda e, na investigação realizada, encontraram-se dados curiosos, no *DN*, entre os anos 1935 e 1937. Todos os domingos, na primeira página deste periódico, publicavam-se notícias sobre os principais acontecimentos no mundo e, acompanhando estas notícias, havia uma rubrica intitulada “*Nas Ruas da Cidade – instantâneo da semana*”, que integrava fotos de senhoras da elite funchalense passeando pelas ruas da cidade, nalguns casos com crianças. Ou outras, consideradas arrojadas para a época, de que são exemplo, a de uma senhora a fumar, passeando na rua ou, a de um grupo de senhoras de diferentes raças, todas vestidas com fatos masculinos⁸⁵. No *DN*, de maio de 1935, na página principal, para além da mencionada rubrica, ao lado dos acontecimentos que marcavam o mundo nesta data, uma pequena notícia sobre Moda, apresenta imagens em que é possível ver-se uma senhora vestida “à maneira de 1910” e outra “à maneira da moda actual”⁸⁶. As fotografias publicadas transmitiam uma ideia de evolução e um contacto muito próximo ao Mundo. Numa edição de domingo em Agosto de 1935⁸⁷, a coluna intitulada “*A alegria da juventude*” foi documentada com a foto de um grupo de raparigas inglesas, em fato de banho, passando um fim-de-semana numa praia. Logo ao lado, outra fotografia da célebre estrela de cinema Grace Moore. Todas estas rubricas são reveladoras da grande abertura ao mundo, ao cinema, à moda, e às suas tendências. A análise destas imagens levou-nos a colocar algumas questões: transmitiriam somente uma tendência de moda ou quereriam afirmar algo? Retratariam apenas a sociedade funchalense? Através do levantamento já realizado, nos *Suplementos Femininos* publicados, de textos, cartas, outros artigos sobre a sociedade e sobre a moda, verificámos que, nesta cidade, eram mesmo seguidas as tendências da moda, sendo neles retratada de

⁸⁴ CARDIM, Valter Carlos (2013), p. 97.

⁸⁵ Ver anexo, *DN*, 7 de Março de 1937.

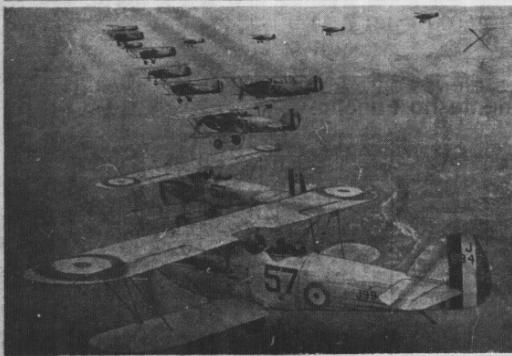
⁸⁶ Ver anexo, *DN*, 26 de Maio de 1935.

⁸⁷ Ver anexo. *DN*, 4 de Agosto de 1935.

uma forma objetiva e direta a sociedade funchalense, também caracterizada pelo seu cosmopolitismo.

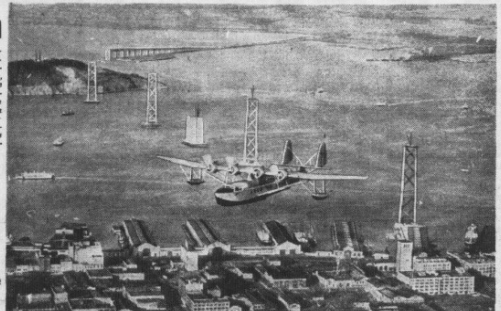
A imagem seguinte, é um exemplo da “*Edição de Domingo*”, e da rubrica intitulada “*Nas Ruas da Cidade – instantâneo da semana*” em que duas senhoras passeiam alegremente pelas ruas do Funchal.

INDEPENDENTE
 O jornal mais antigo e de maior circulação na Madeira



A' esquerda:
A defesa aérea

Em virtude da atilada reconhecida associada pela Alemanha, quanto ao desenvolvimento de sua frota aérea, espera-se que a Inglaterra e a França, como replica, intensifiquem os trabalhos de construção de aviões. A mesa gravura mostra uma esquadra de aviões militares ingleses de caça e postadores de bombas em exercício sobre a cidade de Londres.



A' direita:
A maior ponte do mundo

Está a ser construída, na baía de S. Francisco, a maior ponte do mundo, que medirá, quando concluída, cerca de 8 milhas inglesas, ligando S. Francisco a Oakland. A referida ponte deve atravessar um enorme túnel, a ilha de Yerba Buena. Calcula-se que as obras deverão estar prontas em Janeiro de 1937 e que o seu custo atinja 77 milhões de dólares (2.541.000 contos). No gravura, vê-se o leitor as enormes pilas sobre que assenta a ponte.

Rapido mas não economico



Os senhores Gill e Michael Green, de Bristol, Kent, Inglaterra, que o leitor vê na gravura, andam ainda no colégio, coisa que a muitos outros peizos passamos. Todavia tem esta particularidade raro: vão para as aulas de estilo e é de manhã que regressam a casa, gastando no percurso apenas 5 minutos, em vez de 3 horas como antigamente. Resta nos dizer que Mr. Green pode ter filhos com esta particularidade, — porque é rico.



Os Estados Unidos e o comércio japonês. O Presidente Roosevelt acabou, ha pouco, de receber delegações, que foi a Washington apresentar um protesto contra a intervenção de mercadorias japonesas no mercado norte-americano. Desses delegados faziam parte dois representantes. Ha gravura, vemos-se os delegados analisando artigos importados de Japão.

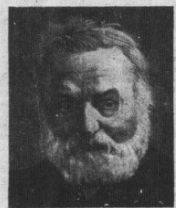


Na Argentina. Na provincia de Santa Fé, Argentina, existe a velha aldeia india de Teco, extraordinariamente pitoresca, que atrai numerosos visitantes de America do Sul, bem como todos os turistas de visita ao país.



Um banho forçado — Um precalço de caça... Cavaleiro e cavaleiro, numa partida de caça, em Northamptonshire, Inglaterra, com um riacho.

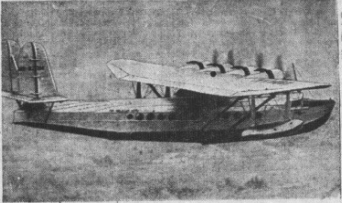
Vitor Hugo



No dia 22 de maio passa o 50º aniversário da morte de Vitor Hugo, grande escritor e poeta francês, autor de numerosas obras imortais. A França comemorará essa data, nas suas universidades e principais estabelecimentos de ensino.



NAS RUAS DA CIDADE. Instantâneo da semana, tirado na sexta-feira última, na Avenida Arriaga.



Sobre o Pacífico. Hidro avião gigante norte-americano, da carreira Estados Unidos-Japão. Este aparelho, no percurso California-Hawaii, já registou um êxito de 17,20 horas, o que representa o «record» da carreira.



A' direita:
Condenados á fogueira

Os camponeses de Inglaterra recusaram pagar impostos aos tributos que foram lançados com destino ao Japão. A razão gravura mostra alguns aldeões do condado de Kent, queimando, numa grande fogueira — figuras representativas no simbolismo.

A' esquerda:
No Castelo de Windsor

O Rei Jorge de Inglaterra interessava-se demais pela vida rural. No seu Castelo de Windsor o monarca criou um estabelecimento-moderno, como o que se vê na nossa gravura.



Figura 4 - "Nas Ruas da Cidade", instantâneo da semana, tirado na sexta-feira última na Avenida Arriaga". Fotografia de duas senhoras que parecem desfilar de uma forma muito descontraída pelas ruas da cidade.

Fonte: Diário de Notícias da Madeira, 12 de Maio de 1935.

3.2. PANORAMA NACIONAL

3.2.1. A revista *Modas & Bordados*

A Revista *Modas & Bordados*⁸⁸, mais tarde *Modas & Bordados – Vida Feminina*, foi um magazine feminino do suplemento semanal de “*O Século*”, jornal publicado na capital, mas de implantação nacional. A publicação desta revista decorreu sem interrupção por 64 anos, entre 1912 e 1977, o que demonstra o imenso sucesso que teve entre o público feminino.

Uma vez que esta dissertação se debruça sobre a evolução da moda no Funchal e esta revista foi publicada em Lisboa, convém esclarecer o motivo da sua análise neste estudo, até porque o âmbito deste trabalho é bem mais restrito.

Analisados diversos “*Suplementos Femininos*” publicados nos periódicos funchalenses, tornou-se de imediato evidente que a sua fonte de inspiração havia sido esta revista, então recebida no Funchal com regularidade, como comprovam os anúncios encontrados nos jornais consultados. E, numa parte considerável deles, foi reproduzido o seu modelo.

Os anos selecionados, para análise, foram: 1919, por ser o início do período entre guerras; 1925 e 1926, por serem dois anos determinantes na definição da ideia de: *Loucos Anos Vinte*; e 1937 a 1939, por ter sido neste período apresentado o primeiro *Suplemento Feminino* nos periódicos funchalenses.

Neste capítulo pretende-se fazer uma análise aos referidos suplementos, procurando em particular assuntos comuns, neles abordados e na revista *Modas & Bordados*.

A respeito desta revista, e de acordo com Maria Alice Guimarães⁸⁹, que a estudou, este periódico, que nasceu com a primeira República e conseguiu resistir durante o Estado Novo “à pesada máquina da censura e a outras acções de intimidação política, tais como as demissões compulsivas das suas directoras (...)”, é bem representativo do valor cultural e informativo da imprensa feminina e da importância que teve na renovação das mentalidades. Segundo a autora, esta revista não se limitou apenas à palavra escrita, a sua acção abarcou outras formas de expressão, como palestras, conferências, recitais e

⁸⁸ Doravante, sempre que nos referirmos à nossa fonte utilizaremos, quando pertinente, quer no corpo do texto, quer em notas de rodapé, as iniciais *M&B*.

⁸⁹ *Saberes, Modas & Pó de Arroz. Modas & Bordados. Vida Feminina* (2002). Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

exposições “chegando mesmo a promover cursos de formação profissional para mulheres, em zonas carenciadas do interior do país”.



Figura 5 - Primeira página da Revista *Modas & Bordados*, 14 de Maio de 1919.

Fonte: BNP.

A *M&B* lançada a 7 de Fevereiro de 1912⁹⁰, enquanto Suplemento “inteiramente dedicado às mulheres portuguesas e em condições novas, por completo em Portugal”⁹¹ teve uma grande importância e, claramente, serviu de inspiração à mulher funchalense. Com modelos de 1919, (cf. Fig.n.º2) e publicada todas as quartas feiras, naturalmente a preto e branco, a revista começava com uma primeira página repleta de fotografias de diferentes

⁹⁰ O seu editor era Antonio Justino da Fonseca e a sua diretora era M.ª Carvalho.

⁹¹ ALVIM, Maria Helena Vilas-Boas e (2005), p.15.

modelos com propostas de pronto-a-vestir. Na segunda página, habitualmente, apresentavam-se várias rubricas: “*Fantasia da Moda – Conselhos e Alvitres*” (com o tema “*Os vestidos de Toilette*”). Nesta mesma página para além de serem descritos os figurinos apresentados na página inicial, era apresentada correspondência das leitoras em que expunham as suas dúvidas sobre questões relativas à moda a que uma colaboradora da revista respondia. Esta página apresentava ainda um conto, novela e/ou romance (um “*Notável Romance d’amor*”), que convidava ao sonho e à evasão, criando na leitora a expectativa provocada pelo desenrolar da história, cujos temas eram, infalivelmente, o amor e o romantismo⁹².

Na página três, apresentavam-se outros figurinos, que divulgavam as mais recentes tendências, seguindo-se duas páginas com uma rubrica intitulada “*os nossos bordados*”, na qual as leitoras tinham a oportunidade de recriar certos modelos propostos pela revista. Nas páginas 6 e 7 era inserida a publicidade, a seção dos pequenos anúncios, com contatos de várias atividades, como Modistas, *Ateliers*, Cabeleireiras, entre outros.

As últimas páginas eram dedicadas à publicidade de várias lojas, como por exemplo a conhecida *Casa Africana*, e de máquinas de costura, como as famosas *Machinas Singer*, sempre presentes na publicidade dos periódicos funchalenses.

Na coluna intitulada, *Fantasia da Moda – Conselhos e Alvitres*, transmitiam-se as tendências de moda, aquilo que se usava e como se usava, dando sempre atenção a diferentes partes do vestuário, veja-se, exemplo, o caso das blusas, que tinham merecido toda a atenção da moda e mesmo não fazendo sucesso com abas, os modelos eram “esmeramente cuidados” e as senhoras tinham sempre a alternativa de aproveitar o modelo só até à cintura⁹³.

Nesta coluna os assuntos eram, sobretudo, dirigidos às senhoras, mas não se esqueciam as crianças. Assim, colocavam-se, na coluna, *Fantasia da Moda*, fotografias de infante-juvenis⁹⁴.

Nas páginas de informação geral para a mulher, onde eram abordados os mais variados temas, também se dava a conhecer a chegada da *Coleção Feminina*⁹⁵, composta por livros práticos, de leitura útil “para todas as circunstâncias da vida de

⁹² GUIMARÃES, Maria Alice Ramalhete Pinto (2002), p.35.

⁹³ *O Século*-Suplemento de *M&B*, n.º 368, 26 de Fevereiro de 1919.

⁹⁴ *O Século*-Suplemento de *M&B*, n.º 381, 28 de Maio de 1919.

⁹⁵ *O Século*-Suplemento de *M&B*, n.º 393, 20 de Agosto de 1919.

qualquer senhora ou menina”⁹⁶. Estes livros apresentavam os mais variados títulos entre os quais se destacavam: *A arte de saber viver*; *Guia de boa cosinheira*; *Arte de noivar*, e uma série de textos sobre *25 maneiras de cozinhar* (batatas, bacalhau, arroz, etc). A *M&B* continuou a ser semanal mantendo a mesma estrutura ao longo dos anos 20 contidos neste estudo e durante os quais, gradualmente, se foi alterando o vestuário da mulher e também as cores que lhe eram aplicadas.

Entre 1925 e 1926, a *M&B* apresentou uma nova imagem na primeira página que se manteve e a sua publicação era às quartas-feiras. Apenas o número de páginas foi aumentado, assim como as fontes da sua informação, como se pode verificar através de uma capa de 1926.

⁹⁶ Era mais uma publicação dedicada à mulher, que datava de 1926 e cuja direção estava a cargo de João Proença.

NUMERO
AVULSO
1 ESC.

Modas & Bordados



ANO XV — N.º 758
QUARTA-FEIRA
18 de AGOSTO de 1926

DIRECTORA — CAROLINA HOMEM CHRISTO
Editor — ANTONIO MARIA LOPES — Propriedade da SOCIEDADE NACIONAL de TIPOGRAFIA
Redacção, Administração e Oficinas de Composição e Impressão }
RUA DO SECULO, 43 — LISBOA

PUBLICAÇÃO SEMANAL
SUPLEMENTO DE
O SECULO

Figura 6 - Capa da Revista Modas & Bordados, 18 de Agosto de 1926.

Fonte: BNP.

Nas publicações de meados de Agosto de 1926, a 2.^a página intitulava-se *Arte, Literatura e Poesia* e todas as crónicas nele publicadas estavam relacionados com esses temas. Já na 3.^a página intitulada “*Carnet*” da *Semana*, eram retratados temas para meditar e apresentavam-se alguns textos de opinião. A 4.^a página apresentava às senhoras *Ideias e Conselhos* e, às quartas-feiras, moldes de várias peças de vestuário ou dava sugestões culinárias sugerindo receitas diferentes, simples e práticas. Nas páginas seguintes, desdobráveis, continuava a secção *Os nossos Bordados e Arte Aplicada*, e surgia como novidade a coluna: *Fantasia da Moda*, com o título: *o que se usa & o que se usara*, eram publicadas várias fotografias dos modelos que faziam as tendências da época. No verso desta página, desdobrável, encontravam-se os moldes dos modelos, o que permitia à leitora copiá-los e reproduzi-los.

Por fim, a secção *Dentro do Lar* apresentava consultas de astrologia e a correspondência das leitoras. As últimas duas páginas, para além de histórias como *A Bela Feiticeira*, continham publicidade e a secção dos pequenos anúncios. A revista *M&B* era, então, composta por 12 páginas, que tratavam os mais variados temas do interesse feminino.

A política desta revista, altera-se a partir do dia 1 de Abril de 1925 quando *O Século* colocou como diretora do seu “Suplemento Feminino” Carolina Homem Christo⁹⁷ e esta começou a tratar novas temáticas, como por exemplo, as cartas recebidas de Paris, incluídas na coluna “Por esse Mundo...”; as “Curiosidades” e várias crónicas onde se procurava responder a questões práticas como, *Devemos usar espartilho?* A revista passou a ter 13 páginas mas, podia chegar às 40, por compromissos publicitários. A partir daqui tornou-se mais ousada, apresentando mais moda e cor, em resposta ao crescente interesse por parte do público feminino que a consumia.

Foi o que sucedeu com a edição de 13 de Maio de 1925, seis semanas após Carolina Homem Christo ter assumido a direção da revista, na qual, ao longo de 40 páginas se mostrou aqueles que eram considerados os mais elegantes estabelecimentos de moda em Lisboa, sendo que nelas era possível comprar o que havia de mais moderno e requintado. Assim, através de uma reportagem, amplamente ilustrada, oferecia às leitoras, um novo mundo de elegâncias⁹⁸. A imagem seguinte dá-nos uma ideia deste novo mundo, com três

⁹⁷ Jornalista e publicista (1895-1980), ainda muito nova colaborou na secção “Esfinge” do *Jornal das Senhoras*, sob o pseudónimo de Alfacinha. Aos 14 anos evidenciou-se no jornal *O Povo de Aveiro*, mais tarde dirigiu o suplemento feminino de *O Século* e o periódico *Notícias Ilustrado* a que se seguiu a revista *Eva*.

⁹⁸ ALVIM, Maria Helena Vilas- Boas e, (2005), p.97.

raparigas em fato de banho na capa de um destes suplementos, o que era uma novidade para a época.



Figura 7 - Fotografia que ilustra as tendências vanguardistas da diretora Carolina Homem Christo.

Fonte: ALVIM, Maria Helena Vilas-Boas e, Do Tempo e da Moda. A moda e a beleza feminina através das páginas de um jornal (M&B – Suplemento do O Século, 1912-1926), Livros Horizonte, 2005.

Os Anos Vinte são considerados cruciais na emancipação e afirmação da mulher. A sua presença e liberdade foram visíveis num período em que a moda se transformava e dava à mulher um visual exuberante e até masculino. Veja-se, por exemplo, um texto, publicado na *M&B* de 27 de Janeiro de 1926, intitulado: *Excentricidades duma mulher de*

*hoje*⁹⁹, que publicou, num jornal feminino parisiense, notas muito curiosas¹⁰⁰ sobre a vida duma jovem francesa, Mademoiselle Falque. As informações sobre esta mulher foram recolhidas por uma redactora, publicadas na *M&B* e reveladoras de uma nova forma de estar e até uma interessante psicologia feminina. A partir deste texto, que retrata *Uma Mulher de hoje*, constatamos comportamentos de uma mulher francesa, as suas atitudes perante uma sociedade e ao mesmo tempo a discrepância de comportamentos em relação à realidade nacional e regional. A liberdade que tem a mulher francesa, o direito de dizer abertamente o que pensa, o que sente e a liberdade de atitudes é algo que não acontecia ainda em Portugal. Apesar de todas estas ideias libertadoras chegarem ao conhecimento da mulher portuguesa e funchalense, através de revistas e periódicos, ainda não tinham sido implementadas, nem aceites pela sociedade, pelo menos na sua íntegra. Apesar de já encontrarmos fotografias publicadas em periódicos regionais de mulheres a fumar em público, a gestão e controle de uma empresa por uma mulher ainda era algo impensável em Portugal.

A mulher dos anos Vinte era trabalhadora, livre e muito prática, era neste âmbito de pensamento que a *M&B* tentava divulgar conselhos práticos e uteis, entre eles, o de reutilizar as peças de vestuário, transformando-as, dando-lhes a oportunidade de estar sempre na moda e constantemente atualizadas sem gastar muito dinheiro. As crónicas davam a conhecer a realidade parisiense assumindo que a mulher portuguesa, sendo moderna, desejava saber como se vivia em Paris e o que por lá se usava, no dia-a-dia, nas festas e nos *soirées*.

Contudo, a linha que caracterizou os Anos Vinte, eclipsa-se no início da década seguinte. As saias curtas, a cintura descida “junto à anca, para alongar o busto”¹⁰¹, os decotes generosos e até mesmo a certa masculinização dos modelos, iriam, nos anos Trinta, dar lugar a uma “feminilidade mais tradicional, mas também mais elegante”¹⁰².

Em 1937, a revista apresentou uma imagem de capa diferente, que era a fotografia, muito atual de uma modelo. O interior era colorido e tinha maior número de páginas,

⁹⁹ *O Século*-Suplemento de *M&B*, nº 729, 27 de Janeiro de 1926. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

¹⁰⁰ “Outrora – não vai longe esse tempo – quando uma menina só era admitida a bordar o seu enxoval, no lar paterno, ter-se-ia podido dizer de Luisa Falque: errou o seu sexo”. Era curioso o comportamento de uma francesa, Luisa Falque, que se dizia fazer ofício de homem, vestia-se como um homem, fumava cigarros e cachimbo e praticava audazmente automobilismo e equitação. Esta mulher assumia todos os encargos, deveres e responsabilidades de uma empresa, a setenta quilómetros de Paris, perante a qual muitos homens recuariam, a trituração dos lixos daquela cidade.

¹⁰¹ MARQUES, Gabriela Mota (2007), *apud*, GUIMARÃES, Maria Alice Ramalhete Pinto (2002).

¹⁰² GERTRUD Lehnert (2001), *apud*, GUIMARÃES, Maria Alice Ramalhete Pinto (2002).

quanto ao seu nome, passou a ser composto pois, ao título, *Modas & Bordados*, juntou-se um subtítulo “*Vida Feminina*” que lhe foi atribuído, em 1930 por Maria Lamas.

Com esta nova imagem, também o conteúdo da revista sofreu algumas alterações: a primeira página era dedicada a publicidade e a segunda página apresentava textos sobre a moda e as tendências, muito documentadas com imagens, fotografias de modelos, que tinham como objetivo dar boas sugestões às leitoras do que se usava nas diferentes estações do ano.

Os temas habituais continuavam a ser publicados, com sugestões para “*enfeitar os vestidos simples ou blusas*”, contos e romances variados, uma secção infantil dedicada somente à moda para criança e outra sobre moda para senhora, na qual se mostravam as roupas mais “elegantes” e tudo o que então se usava.

Foi ainda criada uma nova secção, dedicada às adolescentes: o “*Jornal das raparigas – Joaninha*”, onde se contavam histórias “*de criança a mulher...*” e se tratavam de temas indicados para estas idades. A revista manteve a rubrica de casa, para a mulher moderna, onde se ensinava, entre outras coisas, a fazer almofadas, *crochet* e malhas. E ainda outra dedicada à beleza (intitulada “*Para ser Bela*”), na qual se sugeriam técnicas para saber respirar melhor, cuidar do físico, da imagem e da pele. Existiam ainda secções dedicadas à culinária, à astrologia e à correspondência das leitoras. Como vinha sendo habitual as últimas páginas eram dedicadas à publicidade, sendo que a meio destas se encontrava uma página, dobrada, com moldes para fazer roupa e outros artigos para a casa.

Saliente-se que nestas revistas femininas dava-se importância às profissões das mulheres, tentando elucidar as leitoras para as muitas mulheres que desempenhavam funções de relevo e de chefia, com isto, transmitiam, de uma forma simples, a mensagem “se elas conseguem, porque não você?”¹⁰³.

Em Fevereiro de 1937¹⁰⁴, era apresentada uma exposição de Eduarda Lapa¹⁰⁵ uma pintora que realizara, com grande êxito, uma exposição dos seus quadros, onde a figura da mulher era valorizada e admirada.

Como descrever então a moda dos Anos Trinta e a mulher desta década?

¹⁰³ PRATES, Maria Luzia Fouto (2003).

¹⁰⁴ *M&B - Vida Feminina*, nº1307, 24 de Fevereiro de 1937.

¹⁰⁵ Maria Eduarda Lapa de Sousa Caldeira nasceu em Trancoso em 1895. Juntamente com a família, saíu da sua terra e fixou-se em Coimbra. Nesta cidade frequentou o Liceu José Falcão e o Colégio Português, onde desenvolveu o seu lado artístico. Eduarda Lapa foi sócia efetiva da Sociedade Nacional de Belas Artes e foi a primeira mulher a fazer parte da direção desta Sociedade. Este facto revela uma faceta fundamental na personalidade da pintora: a sua profunda ligação ao movimento de afirmação das mulheres nos diferentes sectores da vida portuguesa. Organizou a primeira exposição feminina de Artes plásticas realizada em Portugal em 1942. Pela sua autoridade profissional abriu caminhos para a defesa da condição feminina.

Os adjetivos que melhor a descrevem serão: simplicidade, sobriedade, discrição e distinção¹⁰⁶. Fisicamente, a sua cintura devia ser o mais fina que fosse possível. O comprimento das saias oscilava, consoante o fim a que se destinavam: abaixo dos joelhos, para os vestidos práticos usados de manhã e em casa; a meio da perna para a tarde; nas *toilettes* de noite, usavam-se a tapar o tornozelo, por vezes até com uma pequena cauda¹⁰⁷.

Quanto aos decotes, as golas subidas à frente, permitiam algumas guarnições, que iam do pequeno colarinho, redondo, junto ao pescoço, aos *torsades*, e aos *drapés*, até às golas postiças como as *collarettes* (geralmente acompanhadas de punhos de mosqueteiro) e os *fichus* (espécie de golas alongadas). As saias variavam igualmente tendo também em conta o tipo de tecido utilizado na confeção. Assim, para as roupas mais práticas, devia usar-se um tecido resistente, como a lã angora áspera ou macia, veludo de lã, e *jersey*. Nos eventos especiais, usavam-se os tecidos mais ricos e leves, como por exemplo: crepe da china, *taffetas*, *georgette* ou crepe. À noite, os tecidos de eleição eram: o *setim*, o *faille* e o crepe *d'Abéne*. Tendo em conta todas estas características do vestuário feminino, podemos afirmar que a mulher fazia tudo para alongar a silhueta, desde usar saias compridas e estreitas, passando pelos casacos compridos bastante cintados até aos chapéus, que com a mesma intenção, tentavam alongar a fisionomia¹⁰⁸.

Como escreviam as colaboradoras da *M&B*, no início desta década, “nunca a moda se mostrou mais sensata”¹⁰⁹. Esta mostrava-se intransigente na imagem da mulher, que tinha de ser longa, mas condescendente nos enfeites ou nos acessórios, estes tinham de estar em harmonia com a cor e a qualidade dos tecidos usados na sua confeção. Detalhes, já referidos, como cintos, luvas, malas, sapatos, eram elementos que conferiam a verdadeira distinção da sua utilizadora e que lhe concediam a verdadeira definição de requinte e bom gosto, se misturados e aplicados de uma forma simples e uniforme.

Em Março de 1937, à semelhança dos anos anteriores, começavam a apresentar-se as novas ideias para a meia estação que se aproximava assumindo-se, nestes anos, a moda com uma dimensão prática e adaptada à situação social, porque “no momento que passa a necessidade de sermos práticos lev[ou] os criadores da moda a conceber modelos de vestidos acomodáveis a essa necessidade”¹¹⁰. Tendo em conta a realidade social, era no

¹⁰⁶ GUIMARÃES, Maria Alice Ramalhete Pinto (2002), p.150.

¹⁰⁷ *Idem*- até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

¹⁰⁸ *M&B – Vida Feminina*, n.º1103, 29 de Março de 1933, *apud*, GUIMARÃES, Maria Alice Ramalhete Pinto (2002).

¹⁰⁹ *Idem*, n.º1106, 19 de Abril de 1933.

¹¹⁰ *Idem*, n.º 1308, 3 de Março de 1937. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta revista.

costume tailleur que recaiam as atenções dos chamados modelistas sendo, segundo os mesmos, este género de vestuário o mais apropriado para a estação primaveril.

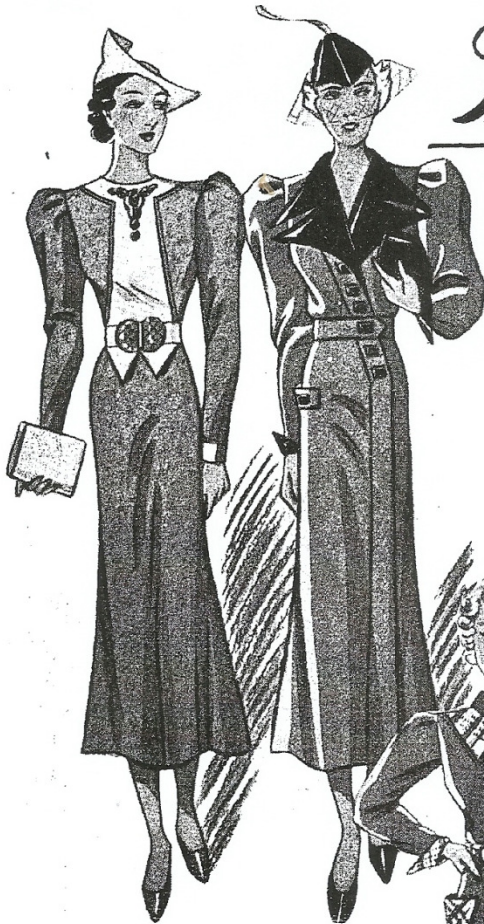
Quanto às cores que predominariam, previam-se as “tonalidades vivas das flôres” empregues nas guarnições, prevendo-se também “o azul roy, chaudron, vermelho e bordeaux, claro”. Ao mesmo tempo que eram lançadas as cores para a nova estação eram, também, apresentados os penteados. O cabelo aparecia sempre como o principal adorno da mulher e, com o tempo, surgiram as tranças e os caracóis, verificando-se o aparecimento de um sem número de modalidades para enquadrar os rostos femininos. Na moda, a questão do penteado era uma das grandes preocupações da mulher, não só porque era preciso apresentar o cabelo de forma a adaptar-se à fisionomia, como também, era importante conseguir que o penteado estivesse em harmonia com a *toilette*, porque “um cabelo disposto com arte num penteado criteriosamente escolhido é o bastante para imprimir à mulher um cunho de verdadeira elegância”¹¹¹.

À semelhança de algumas crónicas publicadas nos *Suplementos Femininos* no Funchal, nesta revista falava-se de simplicidade, sendo que esta não podia excluir a elegância, nem o requinte¹¹². Veja-se o artigo que se segue sobre este assunto. Segundo afirma, aquilo que entendem por simplicidade é indispensável em todas as estações existindo certas horas do dia em que o uso do vestuário simples é obrigatório mas, sendo estas *toilettes* despreziosas e fáceis de vestir, não passavam despercebidas pela sua elegância.

¹¹¹*M&B – Vida Feminina*, n.º 1312, 31 de Março de 1937.

¹¹²*Idem*, n.º 1315, 21 de Abril de 1937.

Simplicidade



-se tanto aos tecidos de lã que se confundem com eles. Assim, um vestido de *jersey* azul marinho, cujo corpinho aberto à frente deixa ver um pequeno colete de piqué branco, guardado com uma carreira de minúsculos toifes azuis, é cêvera juvenil e ao mesmo tempo discreto.

Muitas senhoras preferem vestir sobre estes vestidos singelos um casaco; para esse caso estão indicações os *paletots* de corte direito, da mesma tonalidade do vestido ou contrastando com ele. Por exemplo, um vestido preto usado com um casaco quadriculado de branco e preto constitui uma elegantíssima *toilette* para a manhã.

Igualmente uma blusa de qualquer tecido lavável e seja cortada em forma ou a direito, usada com um casaco prático, prestam-se perfeitamente para estas horas práticas.

ANNE ROSE



EM todas as estações há sempre umas certas horas no dia, quer de manhã quer de tarde, que o uso do vestuário simples se torna indispensável. Para esse fim, a moda actual oferece-nos variados modelos de vestidos sedutores, de aspecto juvenil e simples, e que têm a simpatia de todas as senhoras.

Estas *toilettes* despreziosas e fáceis de vestir passam despercebidas sem, contudo, deixarem de ser elegantes e fazem-se de tecidos de lã, de *jerseys* e de *tricot*, de cores neutras como, por exemplo, preto, azul marinho, verde, bege, castanho ou *grenat* e guardam-se de detalhes igualmente simples: cintos e golas de esmurça ou pelica e efeitos de nervuras ou pontos. A mistura de tecidos, um liso e outro de fantasia, escocês ou às riscas, de tonalidades discretas, presta-se admiravelmente para este género de vestidos.

É curioso notar que a *jersey* e o *tricot* apresentados nesta estação têm um aspecto inteiramente novo, pois assemelham-

Figura 7 - Fotografias de modelos que retratavam a simplicidade, *toilettes* simples mas elegantes.

Fonte: revista *Modas & Bordados* de 21 de Abril de 1937.

A moda, como já referimos, é um factor social que marca épocas e momentos relevantes, algo perfeitamente visível no texto “*A Moda em Paris*” da *M&B* de 1937, que apresentava “a coroação do rei de Inglaterra e a exposição de Paris” como “os acontecimentos mais sensacionais do corrente ano” considerando mesmo que se refletiram na moda feminina¹¹³.

Verifica-se, realmente, que os novos modelos, particularmente de vestidos de noite, eram de uma sumptuosidade e elegância evidentes, o que nos leva a concluir que sofriam influências destes acontecimentos da realeza. Assim, a moda inspirou-se no passado, e nesta época teve a tendência para retratar o antigo Egipto, com vestidos que apresentavam bandas transversais nas quais se viam reproduzidas cenas familiares do tempo dos Faraós, a antiga Grécia, manifestando-o nos seus *drapés* graciosos que caíam em cascatas “de estôfo”, como nas estátuas, ou ainda a época romântica, representada pelas casacas de renda e pelos vestidos de grande amplitude “cujos corpos ajustados deixavam a descoberto todo o alto do busto.

Passou o Verão de 1937 e surgiu a moda outonal, cheia de novidades interessantes e atípicas, com tantas novidades como cores imprevistas, chapéus inéditos, entre outros adereços¹¹⁴ que, na sua maioria, vinham de Paris, sem dúvida a cidade que melhor simbolizava o requinte¹¹⁵.

Através desta crónica de moda, sobre o Outono, podemos ver a semelhança das linhas femininas apresentadas na *M&B*, com aquelas que se mostravam no Funchal. A primazia estava numa silhueta feminina de cintura acentuada pelos vestidos de saia ampla. Quanto à silhueta de linhas direitas, as formas do corpo eram perfeitamente delineadas através da cintura, que “não é somente marcada pelo cinto, mas sim assinalada pela curva graciosamente marcada entre o arredondamento do peito e das ancas, o que constitui uma graciosa inovação da moda de 1880 e 1900”¹¹⁶.

Em Agosto de 1938, a *M&B* apresentava uma nova Diretora, Maria Lamas, com uma carreira de escritora, jornalista e também tradutora e que iria desempenhar estas funções na revista durante alguns anos. Apresentada como uma mulher muito culta, uma Mulher de “corpo inteiro” que lutou pelas causas da paz, da democracia e dos direitos das

¹¹³ *M&B – Vida Feminina*, n.º 1323, 16 de Junho de 1937. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta revista.

¹¹⁴ *M&B – Vida Feminina*, n.º 1337, 22 de Setembro de 1937.

¹¹⁵ GUIMARÃES, Maria Alice Ramalhete Pinto (2002), p.153.

¹¹⁶ *M&B – Vida Feminina*, n.º 1337, 22 de Setembro de 1937.

mulheres¹¹⁷, entre outras. Esta escritora visitou a Madeira e em resultado desta sua estadia publicou um livro.

Após a sua entrada, a revista continuou a apresentar os mesmos temas, privilegiando as mulheres que trabalhavam e que conseguiam “harmonizar a sua vida doméstica com a sua vida profissional”¹¹⁸.

Quanto às crónicas sobre moda, estas continuavam a ser escritas por diferentes pessoas e retratavam sempre temas de interesse feminino com o objetivo de apresentar a melhor maneira da mulher se vestir para as diferentes ocasiões, fosse uma festa, um chá, uma ida à praia ou uma atividade desportiva. Salientava-se a importância dos acessórios de moda, considerados na maior parte dos casos, para não dizer sempre, como “a nota mais pessoal e requintada de elegância [...] da *toilette*”. Assim, também eram sugeridas várias peças para diferentes situações do dia: para a cidade, em passeio, ou “em praias elegantes”, o véu, cobrindo o rosto, era considerado de grande distinção, a carteira da senhora deveria ser grande, prática e discreta, para fazer o conjunto perfeito com o clássico *tailleur*. Alguns acessórios muito práticos que davam ao conjunto uma combinação elegantíssima eram: o cinto, a carteira, as luvas e os sapatos, com o tom e a aplicação de “pospontos largos”. Para a *toilette* da tarde os sapatos deveriam ter salto alto e deveriam ser usados com luvas e carteira de um modelo “muito mais trabalhado”.

Quanto aos chapéus, eram um símbolo social e desempenhavam um importante papel na sociedade portuguesa no 2.º quartel do século XX, juntamente com as luvas e ajudavam, segundo Maria Teresa Alvim¹¹⁹, a “separar as águas” entre as classes médias e as outras camadas mais desfavorecidas. No que diz respeito ao seu cromatismo e não esquecendo que era um acessório de grande importância, usavam-se de cores diferentes do vestido. O indispensável era que combinassem bem e que o conjunto fosse harmonioso.

Saliente-se que temos vindo a analisar as tendências da moda, nos casos em que os artigos eram confeccionados por modistas. Note-se, ainda, no que respeita às peças de vestuário já prontas, segundo esta última autora, estas tornavam-se muito mais dispendiosas do que as feitas na modista ou executadas em casa. Nesta área, a indústria portuguesa moderna, ainda se encontrava um pouco atrasada “fazendo um larguíssimo aproveitamento da mão-de-obra feminina e infantil”. E enquanto, em França, falavam em

¹¹⁷ GUIMARÃES, Maria Alice Ramalheira Pinto (2002), p.45.

¹¹⁸ *M&B – Vida Feminina*, n.º 1384, 17 de Agosto de 1938. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta revista.

¹¹⁹ ALVIM, Maria Helena Vilas-Boas (2005). Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta revista.

grandes centros urbanos e em armazéns, em Portugal, a realidade era outra, o pronto a vestir não estava tão desenvolvido como no resto da Europa. Por esta razão a máquina de costura “Singer”, anunciada na revista *M&B* desde o primeiro número, constituía um utensílio indispensável para algumas das famílias portuguesas. Com a ajuda da máquina e dos moldes, publicados nas revistas e depois copiados pelas costureiras habilidosas surgiam elegantes peças de vestuário, fazia-se roupa para toda a família e até para os empregados. Por vezes eram os moldes copiados de figurinos franceses e faziam-se peças com bons materiais vendidos em estabelecimentos especializados.

Todo este processo era replicado no Funchal onde as lojas de tecidos anunciavam a sua chegada nos *Suplementos Femininos* e nas Revistas de moda e o público feminino copiava os moldes e as próprias ou as suas modistas, com a ajuda das máquinas de costura, executavam as peças das revistas.

A máquina “Singer”, começou a ser anunciada em 1918 persistiu até o último ano deste estudo (1939) e continuou, para além desta data, como um utensílio de grande utilidade na vida feminina e doméstica.

Durante os Anos Trinta assistimos a uma reafirmação da revista *M&B*, uma publicação que pretendia ser, desde o seu início, a “grande amiga da mulher portuguesa”¹²⁰, ensinando-a a ser elegante, económica e prática, ao apresentar o seu subtítulo de “*Vida Feminina*”, assumiu-se como uma revista que buscava mais do que a elegância feminina e o bom gosto. Maria Luzia Prates, no seu estudo sobre o jornalismo feminino nas décadas de trinta e quarenta, a respeito da *M&B*, explica o subtítulo assumido como uma orientação que a referida publicação vinha seguindo pela circunstância de ser e funcionar, desejava acompanhar “o grande desenvolvimento intelectual e artístico da mulher, em todo o mundo e, principalmente entre nós”. A *M&B* assumia-se como um veículo de elegância da mulher portuguesa, e as mulheres madeirenses, que não só tinham acesso à revista no Funchal, como também tinham ao seu dispor os *Suplementos Femininos* do *Diário da Madeira* e do *Diário de Notícias* que, de certa forma, tratavam os mesmos temas e acompanhavam a mulher nas suas mais diversas atividades. Como referiu José Machado Pais¹²¹, o estudo dos padrões estéticos, do gosto, da moda e da beleza, apesar da sua aparente frivolidade, revestiam-se de interesse fundamental na compreensão das transformações sociais, culturais e mesmo mentais que ocorriam num determinado período

¹²⁰ PRATES, Maria Luzia Fouto, (2003),p. 57. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

¹²¹ José Machado Pais (1990), p.349, *apud*, PRATES, Maria Luzia Fouto (2003).

histórico nas sociedades. Assim, durante o Estado Novo, a moda e a forma como esta era vivida e encarada foi um claro reflexo do contexto sócio cultural da própria época.

Esta análise ajuda a comprovar a pertinência e a importância da *M&B* na Madeira e leva-nos à conclusão de que os *Suplementos Femininos* publicados no ambiente regional iam ao encontro da filosofia e orientação da *M&B* ao retratarem temas comuns, como veremos mais à frente neste trabalho.

Assim terminamos esta análise, com uma descrição do conteúdo da revista, que na realidade é, em boa parte aplicável aos *Suplementos Femininos* que foram publicados no Funchal. Esta publicação de 1932 diz-nos que nas suas vinte páginas, cabe tudo o que é importante para a mulher, todos os assuntos que digam respeito à sua elegância, ao arranjo prático e artístico do seu lar, à variedade e boa apresentação das suas refeições e à sua higiene e conforto. Isto no que toca ao lado prático da vida da mulher, no que diz respeito ao lado intelectual, esta “encontrará também leitura sã e agradável, assuntos de interesse artístico e intelectual, onde possa repousar agradavelmente”¹²².

3.3. No panorama regional

Em 1918, no *Diário da Madeira*¹²³, foi publicado um artigo sobre a mulher portuguesa, o alicerce da família, intitulado “*O esforço feminino. A mulher portuguesa trabalha*”, onde podíamos ler que há já muito tempo, nos grandes Centros onde toda a atividade acontecia, a mulher trabalhava e conquistava a sua independência. Porém, na realidade madeirense tal não acontecia, a sociedade não acreditava na “eficácia do esforço feminino” e havia mesmo quem se risse da situação. A guerra tinha dado oportunidade a que “o valor da mulher se patenteasse em toda a sua plenitude, e, se os incrédulos teimam em duvidar, que esguelhem os seus olhos para França, para Inglaterra (...)” onde veriam as mulheres trabalhando “de sol a sol” nas fábricas de munições, na condução dos “*cabs*”, ao volante dos “*autos*” e até na cultura dos campos. Segundo o artigo, era necessário garantir o sustento e as munições e cabia às mulheres garantir esse sustento, dar vida às crianças e aos idosos bem como aos inválidos.

A guerra, de facto, como todas as guerras, para além do efeito que teve em toda a sociedade, teve também um efeito “amortecedor” na moda, ou seja, dificultou a sua evolução, travou a criatividade artística da sua produção. Foi o que aconteceu em 1918, ano

¹²²*M&B – Vida Feminina*, n.º 1039, 6 de Janeiro de 1932.

¹²³*DM*, 16 de Março de 1918. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

em que a moda pouco ou nada evoluiu. Ainda assim, o *DM*, apesar de não apresentar publicidade de lojas e de tecidos, apresentou aos funchalenses uma série de artigos sobre moda, que traziam as novidades vindas de Paris. Nesse ano, inclusive, são dados os primeiros passos na alta-costura¹²⁴. E isto confirma-se, em muitos dos textos de moda publicados no *DN*, que para além de se referirem às tendências vindas de Paris, falavam do maior criador, Charles Frederick Worth¹²⁵. Veja-se o *DM*, na coluna *Diário Elegante* o artigo intitulado *A evolução do traje*¹²⁶, sobre o significado da moda e o seu grande impulsionador. Este artigo, começou por manifestar uma clara consciência a respeito das mudanças que se tinham verificado no século anterior, note-se que no caso da mulher as mudanças foram acontecendo de uma forma suave e muito natural, “uma senhora com um esplendido traje dos nossos dias não estabelece grande contraste entre senhoras vestidas à antiga”. Considerava-se que a mulher não poderia nunca abandonar as plumas, as cores e as rendas e quanto ao vestido denominado por *tailleur*, não indicava uma nova tendência “mas antes uma comodidade e, em alguns casos um refinamento de gosto”. Ainda de acordo com este artigo, a substituição da saia pelo calção só faria sentido em casos especiais como, por exemplo, o da prática de desporto, como *cricket*, *tennis* e outras atividades desportivas.

Através deste texto emerge, a adaptação da mulher a uma nova realidade na qual, para além de trabalhar nas fábricas, também praticava desporto, assumindo-se, aos poucos a característica de mulher moderna e independente. A influência francesa em tudo o que era moda, quer no seu significado, quer nas tendências, chegava à Madeira através de cartas e textos que descreviam “o que por lá se fazia e o que por lá se usava”. Mas também na Ilha se questionava quem ditava as regras da moda. E sobre este assunto escrevia-se: “Não se sabe verdadeiramente quem dita as leis da moda. Os artistas? O capricho de uma mudança qualquer, de uma actriz em evidência?” Na realidade não se podia precisar, onde eram ditadas estas tendências, poderia até ser num teatro, numa cerimónia, num destes lugares, por exemplo, onde surgiam opiniões, onde se exibiam modelos que podiam muito bem fortalecer uma linha de determinado tipo de vestuário e de calçado, assim poderia ser lançada uma moda. Uma vez ditadas as tendências em Paris, estas corriam a Europa e o Mundo, tendências que apontando um futuro, se entendia que mantinham sempre um “pé”

¹²⁴ LEHNERT, Gertrud (2001), pp. 6- 41.

¹²⁵ Charles Frederick Worth é considerado como o “pai da alta-costura” e dos desfiles de moda com modelos. Costureiro Inglês do séc. XIX.

¹²⁶ *DM*, 8 de Maio de 1918. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste artigo.

no passado, “apesar de variável, a moda vai buscar muitos arrebiques e usos aos tempos idos, derivando em modelos precedentes, este ou aquele efeito”.

Até meados do século XIX, a produção do vestuário era um trabalho manual. Os alfaiates confeccionavam o vestuário masculino¹²⁷ e as costureiras e as modistas serviam o público feminino. Então, qualquer peça de roupa era executada por medida e segundo as ideias de cada cliente, todas as mulheres da chamada burguesia sabiam costurar e quando necessário faziam-no para toda a família. A “Moda de Cem anos”¹²⁸ (inclui final séc. XIX e todo o séc. XX), considerada por Lipovetsky, como sendo a “primeira fase da história da moda moderna, o seu momento histórico e sublime”, tem o seu início com o aparecimento da alta-costura em França, pelas mãos de Charles Frederick Worth, considerado o primeiro grande criador de moda¹²⁹, como já foi mencionado anteriormente neste trabalho. Em meados do século XIX, ao inventar a alta-costura parisiense, Worth contribuiu também para a modificação do conceito de moda. Foi Worth que dividiu a moda em duas estações por ano – Primavera/Verão e Outono/Inverno e trabalhou com modelos únicos e exclusivos, executados com antecedência em desfiles, onde depois eram utilizados em modelos vivos e não manequins estáticos¹³⁰.

Assim conseguiu, Worth, concretizar os seus ideais de beleza e de elegância, e transformar o alfaiate num criador de moda e o artesão num artista, numa época em que a moda só era acessível às chamadas classes mais altas. Se a roupa ou a forma de vestir determinavam o nível social, também os chapéus, para além da sua função protetora, identificavam “a origem social, a religião, a nacionalidade e [até] as ideias políticas do seu dono”¹³¹. No século XX, no caso das mulheres, os chapéus eram sobretudo acessórios de moda, destacavam-se pelas suas cores, formas e materiais diversos, enquanto, os chapéus dos homens mantiveram as formas clássicas, sofrendo por isso poucas alterações.

É importante ter presente que no Funchal, as tendências eram seguidas de perto, como é possível ver, a respeito dos chapéus, na publicidade apresentada nos periódicos, através de anúncios como: “*Chapelaria Camões, Chapéus para Senhoras, a Chapelaria*

¹²⁷ Nos homens dominava o modelo inglês que atendia às exigências da comodidade. O vocabulário do vestuário era também adaptado pelos alfaiates, por exemplo, os casacos de abafo segundo o tecido, eram chamados de *Paletot* ou *Overcoat*, os impermeáveis de *Waterproof* ou *Rainproof*, os casacos dos militares eram *Pardessus* e os desportivos eram os *Sport*, *Bismark* e *Chesterfield*.

¹²⁸ LIPOVETSKY, Gilles (1989).

¹²⁹ http://busca.unisul.br/pdf/85968_Kenia.pdf

¹³⁰ *Idem*.

¹³¹ LEHNERT, Gertrud (2001), p. 10.

Camões apresenta hoje grande exposição de chapéus para senhora, do melhor fino gosto, para a presente estação”¹³².

Em Paris, segundo Valter Carlos Cardim, a partir do momento que a Grande Guerra terminou, os efeitos foram imediatos: a moda começou a expandir-se mais intensamente, com luxo e elegância, e nesta fase apresentava-se uma variedade de estilos bastante elaborados. Em 1919 abriu-se um novo ciclo, as parisienses passaram a vestir-se com mais elegância e até os jornais de moda passaram a ser feitos com mais requinte¹³³.

A mulher, no período pós-guerra, apresentava-se como sendo uma mulher segura e independente e depois da guerra já não estava disposta a abdicar das liberdades que tinha conquistado no decurso do conflito¹³⁴. Na opinião de Charlotte Seeling, “tanto as normas morais como as que regiam a moda haviam sofrido grandes alterações. Ambas se tinham tornado mais flexíveis. (...) As pessoas queriam divertir-se e dançar”¹³⁵.

Perante esta realidade social, também o vestuário se adaptou, com grande ênfase no vestido, esteticou mais curto, deixando os tornozelos a descoberto. Era o preferido das mulheres, visto que as calças, até então usadas, faziam lembrar o trabalho árduo e os tempos difíceis da guerra. Assim, estes vestidos simples, que substituíram as calças, para além de facilitarem o movimento da mulher, tinham a vantagem de poder ser copiados e cosidos numa máquina de costura caseira. Foi nesta década, que se fundaram três casas de moda, três nomes muito importantes: Chanel, que se instalou em Paris, na Rue Cambon, Edward Molyneux, irlandês que abriu a sua loja na Rue Royale e Jean Patou, que já estava no mundo da moda desde 1907 mas só nesta altura abriu o seu negócio em Paris. Apesar de algumas atitudes antimoda e das muitas mudanças na vida das pessoas durante a guerra, a moda¹³⁶, evoluiu com novos *designers* que começaram a ganhar renome. Chanel, por exemplo, devido à sua forma de vestir, muito avançada para a época, já tinha sido notada em alguns círculos sociais franceses antes mesmo de ser conhecida como *designer*. Acreditava em roupas fáceis de usar, sem cintura e com moderação. As suas roupas tinham um estilo distinto, usava *gabardines* com cintos simples, chapéus que se podiam tirar a qualquer momento, camisas sem pescoço utilizadas por homens no desporto, *blazers* simples ou casacos de lã ou malha chamados de *cardigans*, tudo em cores suaves como o bege, o cinzento e o azul. Com algumas alterações e com o aparecimento de novos nomes,

¹³² DN, 13 de Maio de 1927.

¹³³ CARDIM, Valter Carlos (2013), p. 107.

¹³⁴ SEELING, Charlotte (2000), pp.61-79.

¹³⁵ SEELING, Charlotte (2000), p. 61.

¹³⁶ CARDIM, Valter Carlos (2013), p. 58. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

que viriam a ser de grande importância na sua evolução, a moda foi ganhando grande importância no panorama social e a sua difusão foi muito rápida. No Funchal, em alguns dos periódicos publicados, havia sempre espaço para escrever sobre moda e para falar de tendências, isto acontecia, através de artigos escritos por correspondentes, que eram, na sua maioria femininos. Veja-se o artigo de opinião publicado no *DM* em 1919¹³⁷, onde distinção pessoal era apontada como o elemento essencial assim como a individualidade na maneira de vestir que, segundo os entendidos, era uma prova de inteligência e de bom gosto. A transformação da moda, de acordo com este artigo, tinha sido discutida por vários cronistas de jornais franceses, devido aos modelos apresentados no início da estação. A moda tentava libertar-se de uma linha que até então tinha agradado, a *silhouette* direita, criando novos modelos. Com as incertezas e os exageros dos considerados primeiros ensaios, a moda encontra o seu caminho e entra no “equilíbrio tão apreciado das pessoas de bom gosto”.

A moda começava a sair de um pós-guerra e a entrar nos Anos Vinte, uma década de mudança, de sensações diferentes e de revoluções. Os grandes mestres da moda começaram a apresentar às suas clientes uma *silhouette* um pouco rodada, onde os vestidos e as jaquetas amplificavam-se as ancas, com pregas, franjas e com ligeiros apanhados. De acordo com o artigo do *DM*, só os vestidos de noite suportavam um pouco mais de ousadia. Ideias novas surgiam de todos os lados e cada casa esforçava-se por apresentar combinações diferentes, nunca antes vistas.

3.3.1. Textos e cartas publicadas em jornais sobre moda.

No período em que este estudo se insere (1918-1939), eram publicados no Funchal alguns artigos em periódicos que davam importância à moda e às suas tendências. O *DM*, um desses periódicos, era constituído por quatro páginas. Na primeira, liam-se as notícias regionais e do mundo, na segunda, para além da publicidade, que era pouca, encontravam-se, por exemplo, alguns anúncios de *Teatro-Circo*, do *Registo Civil* e de *Falecimentos*. Para além destes anúncios, constava sempre nesta página uma coluna intitulada “*Diário Elegante*”. Nesta coluna estavam pequenos anúncios de *Chegadas e Partidas*, *Enfermos*, *Cumprimentos*, *Casamento*, *Festas*, *Nascimento*, artigos sobre moda, entre outros. Na terceira página, para além de uma Seção intitulada “*English Section*” com as “*Wireless*

¹³⁷*DM*, 04 de Dezembro de 1919. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste artigo.

News”, encontravam-se os mais variados anúncios, assim como alguns artigos de opinião. E a última era composta por anúncios de *Companhias de Navegação, e informações úteis*.

Os textos sobre tendências da moda e opiniões sobre o mesmo tema, da coluna “*Diário Elegante*” eram publicados duas a três vezes por semana, o que dava realce ao assunto, provocando interesse e curiosidade por parte da sociedade madeirense. Como referido anteriormente, o tempo entre as duas guerras foi de alguma tristeza, daí as tendências serem apresentadas de uma forma simples mas harmoniosa. A mudança, considerada mais sensível, de acordo com um artigo publicado na coluna “*Diário Elegante*” intitula-se: *A Moda – Decretam de Paris*. Por ele ficamos a saber que passado o inverno, as saias são “muito mais estreitas, o que é bastante racional, visto a carestia das fazendas”. Geralmente a forma das saias era direita, com grande simplicidade e sem apanhados, isto tendo em conta que os tecidos eram caros e raros¹³⁸. Mesmo tendo sido uma época delicada, não se deixou de escrever sobre a moda apresentada em Paris e Londres dando a conhecer as suas tendências.

As novidades chegavam à Madeira através das revistas, desembarcadas dos vapores, e logo colocadas em exposição nas lojas. Os periódicos, por sua vez, publicavam artigos de revistas francesas que retratavam a moda parisiense como se vê no artigo “A Moda, de uma revista de moda que se publica em Paris”¹³⁹, que falava sobre o que deveria usar-se no início do inverno, em vez das habituais peles ao pescoço, usavam-se umas gravatas largas, da mesma cor do vestido, que poderiam ser de veludo e que, sendo muito compridas, envolviam todo o pescoço e ombros. Ficavam muito bem sobre os vestidos direitos que eram usados e lembravam os *boleros*, uma espécie de casaco curto, que já estivera na moda.

Um outro texto, intitulado “A Moda”¹⁴⁰, também publicado no *DM*, falava sobre as tendências, vindas de Paris. Neste artigo estavam em destaque os chapéus, que tinham sido grandes no verão mas, no inverno, se usariam pequenos, em regra franzidos ou com pregas. As copas destes chapéus eram muito altas e franzidas, sendo geralmente de veludo preto ou de cor. Estes chapéus tinham um enfeite e uma fita com laço, usavam-se da cor do vestido e eram considerados simples, dada a conjuntura da época.

As novas tendências davam especial importância aos acessórios e chapéus, considerados importantes apontamentos na imagem da mulher e da sua indumentária.

¹³⁸*DM*, 07 de Fevereiro de 1918.

¹³⁹*DM*, 01 de Janeiro de 1918.

¹⁴⁰*DM*, 05 de Janeiro, 1918.

Nos meses Fevereiro e Março, no Funchal, preparava-se a chegada da estação primaveril e os *DM* de 1918¹⁴¹ anunciavam o começo da moda para a primavera. Os chapéus já tinham começado a aparecer nas montras de Paris com modelos de palha, setim ou *taffetà*. Um dos modelos considerado bonito e elegante eram os *toques* feitos de *taffetà* ou setim. Um modelo em que a copa era feita em setim ou em pano dourado ou prateado e à volta tinha um largo *tulle* que formava abas muito pequenas. Estes *tules* eram pregados de forma a ficarem um pouco distantes da copa e geralmente eram presos num dos lados com um bonito alfinete de chapéu. Este tipo de adereço era considerado muito elegante e de uma grande simplicidade. Quanto aos acessórios, eram sempre apresentadas novidades na *toilette* feminina e a imaginação e habilidade de quem os criava fazia com que alguns desses acessórios tivessem um gosto artístico, como era o caso das bolsas. Outro artigo, deste mesmo periódico, referia-se a esse facto e afirmava serem as bolsas verdadeiras peças de arte, onde eram combinados os tecidos em sintonia com as cores, padrões e *contas*. Estas bolsas como eram geralmente muito caras, as senhoras habilidosamente faziam-nas, dando mais originalidade à bolsa e um toque particular à sua própria obra de arte. Tudo o que era “*contas*” estava na moda, até mesmo quando aplicadas nos vestidos ou quando combinadas com diferentes tons e formas entre si.

Aos poucos, o que se usava antes da guerra ia voltando, como foi o caso dos vestidos que, para melhor servir a mulher, começaram a usar-se inteiros. As revistas Parisienses da especialidade, aos poucos, apresentaram o conhecido, vulgar e prático *tailleur*, que a moda banuiu na altura da guerra. Este regresso do *tailleur* pretendia tornar a mulher muito mais elegante e *chic*, e era composto por uma saia e uma jaqueta mais ou menos comprida, reaparecia como “um uniforme para as mulheres *chics*”, sendo considerado mais económico, mais prático e de maior durabilidade¹⁴².

A mulher, nesta altura, tentava manter uma imagem muito simples mas requintada. De Paris, chegava toda a informação sobre as *toilettes*, estas continuavam a ser absolutamente simples, sem *draperies* ou qualquer tendência para os anunciados *paniers*. Para as saias queriam-se tecidos leves e macios como *crepe da china* estampado ou o *foulard*¹⁴³. Com a nova estação, chegavam outras novidades e uma crónica parisiense publicada no *DM*¹⁴⁴, falou dos vestidos e dos últimos modelos de chapéus da estação que eram deveras *chics* e muito originais nos seus modelos e “enfeites”. Ao contrário do ano

¹⁴¹*DM*, 7 de Março de 1918. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

¹⁴²*DM*, 29 de Março de 1918.

¹⁴³*DM*, 25 de Agosto de 1918.

¹⁴⁴*DM*, 9 de Maio de 1918.

anterior, usavam-se grandes e eram artisticamente criados por costureiras para cada tipo de mulher.

Em 1919, no mesmo periódico e na coluna, “*Diário Elegante*”¹⁴⁵ num artigo intitulado “*A Moda*” escrevia-se sobre as jovens e afirmava-se que “os vestidos das meninas apesar de seguirem a moda, devem ser mais simples do que os das senhoras e por conseguinte sem bordados nem rendas”, então, prevalecia a ideia de que não havia nada mais bonito do que a simplicidade nos jovens. Os vestidos deveriam ter uma linha simples e os *tailleurs* deveriam conservar a linha da moda, sendo usados os padrões com quadrados ou com riscas em fazendas lisas. Acreditava-se assim que as jovens, com toda a sua frescura não precisavam de grandes “enfeites” para realçar a sua beleza.

No início da década de Vinte, a moda era considerada eclética, e esse ecletismo foi defendido pelos especialistas, como sendo excelente. Porque o mundo saía de uma guerra devastadora, a ideia era ser prático e versátil, a própria moda encarregava-se de passar essa ideia à mulher moderna e livre, “tudo se usa, desde que não destoe e os vestidos da estação passada, que ainda estiverem bem conservados não estarão antigos de forma que não possam usar-se”¹⁴⁶. Os entendidos viam com bons olhos este ecletismo da moda, aceitava-se bem a reutilização e tudo era cada vez mais caro, assim esta variedade que a moda oferecia vinha suavizar muitas dificuldades e levava a que muitas senhoras reaproveitassem os vestidos que já tinham, fazendo as devidas alterações¹⁴⁷.

Foi nesta década de 20, que Gabrielle Chanel e Madeleine Vionnet¹⁴⁸ terminaram a campanha de libertação da mulher, a qual dava lugar a uma nova mulher, liberta dos seus artifícios¹⁴⁹, ou seja, dos espartilhos e das crinolinas e de todo o desconforto. E foi para esta mulher, que no *DM* se escreveu sobre as novas tendências para a Primavera de 1920. Diziam os entendidos franceses que os novos vestidos iriam ter um pouco mais de roda e dividir-se-iam em dois géneros, com duas opiniões diferentes, um género que preferia a roda da saia sobre as ancas e outro que considerava a linha mais graciosa com a saia somente a rodar atrás. As *toilettes* seriam leves com muitos *taffetas* e com uma combinação de sarja com os *foulards*, os crepes, as *monselines* e os *tules*. Os *foulards* ofereciam padrões novos e modernos¹⁵⁰.

¹⁴⁵*DM*, 24 de Junho de 1919.

¹⁴⁶*DM*, 20 de Maio de 1920.

¹⁴⁷*DM*, 10 de Junho de 1920.

¹⁴⁸ Madeleine Vionnet (1876-1975) era comparada a uma escultora que criava vestidos neoclássicos. Revolucionou a arte do corte com a sua técnica do viés.

¹⁴⁹ DUARTE, Cristina L. (2004), p33.

¹⁵⁰*DM*, 22 de Abril de 1920.

Nas colunas do *DM*¹⁵¹, falava-se muito sobre tecidos e os artigos tinham como objetivo informar as leitoras sobre as qualidades dos diferentes tecidos e ajudá-las a escolher o tecido certo para a peça que pretendiam, sabendo até qual o melhor e o mais simples de trabalhar “nenhum tecido é mais agradável para usar e ao mesmo tempo simples como o *foulard*”. Esta coluna, para além de comentar tendências fazia prognósticos o que era já habitual em alguns jornais parisienses que faziam extraordinários prognósticos da moda, dizendo uns, que os vestidos iam conservar-se estreitos e curtos e outros, que as saias iam ficar mais longas e mais largas. Alguns imaginavam extraordinárias fantasias ousando anunciar que “as senhoras andariam embrulhadas em sete metros de tecido!”¹⁵². Com isto, mostravam-se as diferentes visões das casas parisienses, cada casa apresentava a sua linha, o seu tecido, cor e o seu tipo de corte. As ideias eram então lançadas, antes da estação, pelas grandes casas de Paris, não sabendo se iriam ser escolhidas ou não pelo público feminino e se iriam agradar. Era a hora das passerelles, elas ditariam qual a tendência escolhida. Num artigo, publicado no *DN*¹⁵³, podemos constatar que apesar da moda da primavera ter sido apresentada, expostos os seus melhores modelos e as “modistas estrangeiras terem ido buscar o que encontraram de mais novo e adequado ao seu país (...)”, o público feminino achava ainda imprudente dizer o que iria certamente agradar e o que iria fazer sucesso no verão.

A moda, nesta altura, era vantajosa para quem não queria e não podia despende muito, como também proporcionava uma grande variedade de modelos que iam de encontro a todos os gostos: “e como o gosto hoje é desigual (...) já se não pode dizer que a linha da moda é a saia rodada sobre as ancas (...) ou a saia estreita em baixo, etc”¹⁵⁴. Tudo se usava, no entanto, o público feminino era chamado à atenção para a ideia de que “tudo se usa desde que seja elegante”. A linha geral da *toilette* tinha de estar em harmonia “com a estatura da sua portadora”. Para conseguir este equilíbrio era só preciso “arte, gosto, senso e distinção (...)”. Estes eram os conselhos de *Mademoiselle X*¹⁵⁵, autora deste texto, que não se cansava de apelar ao bom senso das suas leitoras em matéria de modas: “porque muitas vezes o entusiasmo por uma *toilette*, cega de tal forma, que não nos deixa vêr em nós o ridículo que nos ficaria se a víssemos nos outros”¹⁵⁶.

¹⁵¹ Idem.

¹⁵² *DM*, 20 de Maio de 1920.

¹⁵³ Idem.

¹⁵⁴ *DM*, 10 de Junho de 1920.

¹⁵⁵ *Mademoiselle X* - era uma colaboradora do *DM* que escrevia artigos sobre moda com alguma periodicidade.

¹⁵⁶ *DM*, 10 de Junho de 1920.

Publicado na coluna “*Diário Elegante*”, um outro artigo¹⁵⁷, alertava as leitoras para o “saber vestir bem”, escolhendo o que achavam ser o melhor ou o mais elegante entre a grande oferta existente. Considerava-se que as “elegantes de hoje” deviam empenhar-se em vestir bem e saber escolher o que é bonito e verdadeiramente elegante. Teria de haver um cuidado na escolha dos modelos, visto estarem estabelecidos inúmerosestilistas em Paris, todos querendo lançar as suas novidades e agradar todos à sua clientela, tinha de haver uma grande atenção na escolha do vestuário. E a ênfase era colocada na escolha do modelo e do tecido. Os tecidos da estação eram: o *shantung*, o *tafetta*, o crepe da China e sobretudo o *foulard*, considerada a seda, que estavam muito em “voga”.

Tanto estes tecidos como os de *voile* de algodão liso ou riscado, em quadrados ou bordado, respeitavam uma linha simples o que em nada prejudicava o encanto da peça. *Mademoiselle X*, sugeria à sua leitora o que fazer com estes tecidos, sendo que devido à sua textura, eram mais indicados para fazer vestidos, túnicas, saias ou mesmo corpetes. Quanto aos chapéus, peça fundamental num conjunto feminino, de longe pareciam ser feitos de palha multicolor, mas quando observados de perto, distinguia-se uma engenhosa combinação, pois, eram guarnecidos por baixo e junto ao cabelo tinham uma coroa de flores ou pétalas, que realçava a cor do cabelo e favorecia o aspecto de quem usava.

A moda tem refletido sempre o tempo em que se vive¹⁵⁸ e estas cartas retratam-no bem. O período que vai do início do século XX à chamada *Belle Époque*, assistiu assim a uma mudança da própria condição feminina: a camisa e o corpete foram substituídos pela combinação e a mulher podia vestir-se e despir-se sem qualquer ajuda. O traje de noite mantinha o luxo e o requinte e até 1920 permaneceram as influências orientais¹⁵⁹ e também a ligação da moda à arte, com as tendências do cubismo, como podemos constatar através de um texto de *Mademoiselle X*, referindo-se ao crepe da china como o complemento de muitas *toilettes*, quer bordadas quer de *foulard* estampado com desenhos inspirados no estilo japonês, persa ou simplesmente motivos geométricos. As grandes costureiras empregavam estes tecidos em tecidos lisos para formar as partes que deviam ser franzidas ou plissadas¹⁶⁰.

Com a Primeira Guerra, na qual a jovem República Portuguesa também participou, sofrendo as dificuldades económico-financeiras geradas pelo esforço bélico, foi pedida às mulheres a sua participação ativa no mundo do trabalho e a mulher adaptou-se

¹⁵⁷DM, 17 de Junho de 1920. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

¹⁵⁸ DUARTE, Cristina L. (2004), pp.30-31.

¹⁵⁹ Idem.

¹⁶⁰DM, 2 de Setembro de 1920.

perfeitamente, e ajustou o seu vestuário à situação e à necessidade do seu novo estar e forma de vestir. A mudança económica e social que sucedeu à guerra teve consequências na simplificação da forma como a mulher se devia apresentar em sociedade, “o que desembocou no final da década de 1920 no triunfo do vestido-camiseiro, recto, com cintura baixa”. As saias interiores e o espartilho foram eliminados e criou-se uma nova silhueta plena de vida, solta, cuidadosa e que seria liderada pela mulher parisiense do século XX¹⁶¹. Esta forma de vestir, simples, charmosa e cuidada, continuou ao longo do início desta década a ser analisada e comentada por pessoas entendidas na matéria. Ainda neste âmbito dos vestidos, o *DM* publicou um artigo assinado por *Mariete*, preconizando o predomínio das linhas simples. Neste artigo as leitoras eram ainda alertadas para a simplicidade dos modelos: “Se as suas costureiras lhes oferecerem as grandes complicações de ornatos, recusem as suas propostas de duvidoso gosto. Não é Parisiense!”¹⁶²

Considerava-se ainda que a moda iria ser lógica, ou seja, no tempo frio seriam modelos para abrigar o público feminino “teremos golas altas e as mangas longas. As golas *Medicis*, as golas funis, cobrindo as nuças e mesmo por vezes as orelhas e as mangas com punhos de renda cobrindo as mãos quasi até aos dedos”. Quanto às saias, a autora tinha presente o novo aviso de que as mesmas continuariam sendo curtas, apesar das tentativas de alguns *diretores de moda* para as alongar. Era considerada uma moda tão prática e era evidente o cuidado que as senhoras tinham para não exagerar no seu comprimento. Já no capítulo dos chapéus, continuava em voga o mais vasto ecletismo e a simplicidade continuava a ser a nota dominante, as plumas faziam umas aparições discretas e os chapéus continuavam sem “ornamentações espetaculosas”. O que se estava a usar realmente, segundo *Mariete* era o gorro “enterrado até aos olhos e às orelhas e feito em veludo”. Segundo os franceses, o gorro, emoldurava um rosto que era lindo e favorecia os que não o eram. Era um acessório perfeito e seria um grande sucesso no Inverno.

Os periódicos não publicavam só artigos sobre tendências mas também crónicas de opinião, onde muitas vezes eram feitas críticas sobre moda ou sobre as tendências da estação.

Um dos exemplos foi uma crónica intitulada *A Tirania da Moda* (s.n.), constatando que muitos dos escritores “circunspectos” afirmavam com a máxima gravidade que as modas faziam parte dos costumes. Este texto explicava os costumes desde o Oriente,

¹⁶¹ DUARTE, Cristina L. (2004), p.31.

¹⁶²*DM*, 11 de Novembro de 1920. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

passando pelo Líbano, Síria até à Idade Média, tempo em que as pessoas se cobriam de peles fosse qual fosse a estação do ano e estando em qualquer ponto do globo. Segundo o autor deste texto a moda era caracterizada como um fenómeno em que “(...) a França dá leis durante um largo espaço, a Inglaterra mete o bedelho de ora em quando, mas ao despontar da renascença a Italia empolga o aceptro ás duas antigas rainhas”¹⁶³. Neste espaço os “soberanos estrangeiros” ou aqueles que se encontravam fora deste círculo, promulgavam leis e ordenações sobre o uso e o abuso dos trajés, do luxo e das cópias dos modelos. Criticava-se a forma como eram apresentadas as tendências e como cada um assumia e criava aquilo que mais lhe convinha, nesta crónica afirmava-se que “a tirania da moda exerce-se despótica sobre todos os poderes”.

A moda era tema para a realização de crónicas e textos, por parte de alguns autores e mesmo de algumas pessoas que gostavam de exprimir a sua opinião sobre os mais variados assuntos, incluindo este.

Em 1920 eram vários os periódicos existentes no Funchal, no entanto, dois deles chamavam à atenção pela periodicidade com que publicavam, quer crónicas de opinião sobre moda, quer textos sobre tendências de moda, eram o *Diário de Notícias* e o *Comércio da Madeira*. O *DN*, era composto por quatro páginas, na primeira liam-se as notícias de caráter geral, a segunda, era dedicada a pequenos anúncios de todos os sectores, como por exemplo, de bancos e de comércio, na terceira apresentavam-se colunas intituladas de *Vida Mundana* e *Ultimas Notícias*, assim como outros artigos de opinião e a última era dedicada à navegação, dela constando toda a informação sobre os navios, as suas entradas e saídas.

Quanto ao periódico *CM*, a sua estrutura era muito semelhante à do *DN*, até no número páginas. Na primeira, as notícias de relevo e algumas de caráter geral, na segunda e terceira, uma coluna intitulada *Registo Mundano*, sempre com pequenos artigos de opinião sobre os mais variados assuntos, e a última era dedicada à publicidade.

Estes artigos de opinião retratavam um pouco da realidade no Funchal. No *DN*, entre os meses de Fevereiro e Setembro de 1920, foram encontrados vários artigos intitulados: *A Liga contra o Luxo e a Ganancia*¹⁶⁴; *Palavras ao Vento*; *A Ganga*¹⁶⁵; *A Proposito da Liga Contra o Luxo e a Ganancia*¹⁶⁶; *A Blague das Toilettes simples*¹⁶⁷; *Um protesto contra a*

¹⁶³*DM*, 11 de Maio de 1920. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

¹⁶⁴*DN*, 25 de Março de 1920.

¹⁶⁵*DN*, 27 de Março de 1920

¹⁶⁶*Idem*.

¹⁶⁷*DN*, 25 de Abril de 1920.

*carestia do calçado; A moda decreta o uso das alpercatas*¹⁶⁸; *Vestir e Calçar*¹⁶⁹, entre muitos outros. Este periódico apresentava sempre uma crónica em que o autor dava a conhecer a sua opinião pessoal sobre o assunto abordado, fosse acerca de uma tendência, da moda em geral ou de algum dos seus aspectos expressando assim a sua concordância ou discordância sobre determinado assunto.

Segundo Cristina Duarte, nós vestimo-nos para nos protegermos, mas também o fazemos pela metamorfose que o facto implica¹⁷⁰, ou seja, uma vez reconhecida a primeira função que é a de proteção e de diferenciação, social, profissional e cultural, podemos descobrir uma outra dimensão antropológica no vestuário, a dimensão das formas e das cores. Assim sendo, o vestuário pode considerar-se campo privilegiado para a observação das raízes do ser social que somos e permite-nos construir toda uma história das diferentes sensibilidades de cada época. Isto leva-nos às razões de ordem histórica, que afetam e marcam o vestuário. Na segunda metade do século XX razões político económicas e sociais de vária ordem levaram à difusão da moda e esta passou a favorecer uma camada cada vez maior da sociedade. Este aspeto, considerado tão importante na análise da moda em si e da sua importância numa sociedade, é transposto para as páginas dos vários periódicos analisados por diversos escritores, alguns dos quais se identificam como leitores e outros que se consideram meros críticos da moda e dos comportamentos da sociedade funchalense. Veja-se, por exemplo, o título do *DN* “A Proposito da Liga Contra o Luxo e a Ganancia”: “-E então o vestir?! – Isso custa os olhos da cara! E o que dói mais, e o que mais revolta, é que aquilo agora custa 5 daqui a poucas horas custa 6 ou 7!! (...)”¹⁷¹. Uma crítica ao luxo do vestir e do calçar e à moda em geral, merecendo a acusação de que “a moda é um tirano, de quem nada nos livra”¹⁷². Criticava-se ainda quem trocava os tecidos nobres pelas gangas e pelas chitas, tecidos mais económicos e, claro, não tão nobres. Segundo estas crónicas a *ganga* estava na “berlinda”, como foi possível também constatar noutro artigo de opinião, do mesmo matutino intitulado, *Palavras ao Vento*¹⁷³, da autoria de Domingos Reys Costa, em que este afirma: “vestir ou não vestir a ganga, *that is the question*”. Este autor defendia o uso do nobre algodão e de todos os tecidos que

¹⁶⁸*DN*, 28 de Maio de 1920.

¹⁶⁹*DN*, 14 de Julho de 1920.

¹⁷⁰DUARTE, Cristina L. (2004), p. 45-46. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

¹⁷¹*DN*, 27 de Março de 1920.

¹⁷²*DN*, 14 de Julho de 1920.

¹⁷³*DN*, 27 de Março de 1920.

engrandecessem os senhores e as senhoras da sociedade madeirense, na sua opinião a ganga não era elegante nem tinha a qualidade desejada.

Enquanto o *DN* publicava artigos de opinião, o *CM* reservava à mulher funchalense uma coluna intitulada *Jornal da Mulher*, nela eram publicadas crónicas sobre moda sob a forma de cartas, trocadas entre M.lle. Coquete e M.lle. Fornarina. A primeira senhora, remetente, de Lisboa e, a segunda, destinatária, do Funchal. M.lle. Coquete escrevia com frequência à sua amiga no Funchal contando todos os pormenores da moda e da vida em sociedade na Metrópole. Cartas encantadoras que algumas vezes retratavam a moda no seu mais puro estado e mostravam até alguns recantos da grande capital. Em Fevereiro, a primeira, que se encontrava em Lisboa, relatava como é que se vestiam na cidade: “Querida Fornarina, escrevo-te sobre uma das mesas do Garret, hoje, como sabes, o *restaurant* da moda, onde o chá das cinco é mais elegante e onde se reúne toda a *elite* alfacinha”. Encontrava-se logo à entrada do café, e de lá via desfilar “tudo o que de *chic* tem Lisboa, tudo o que sai à rua dos belos dias de sol de inverno, onde as esquisitas *toilettes* se cruzam num *fru-fru* de sedas caras, envoltas em perfumes que estonteiam”. Era ali que se viam as mais ricas *toilettes* de passeio e onde se viam passar as mulheres ricas que acabavam de regressar de Paris, com os modelos “*vivants* das grandes modistas da Rua *Saint Honoree, Charmartin*”¹⁷⁴. Nas suas cartas, M.lle. Coquete tentava descrever pormenorizadamente, à sua amiga do Funchal, as *toilettes* das senhoras que entravam no café: “acaba de entrar a Marquesa de X...com a sua filhinha (...) Vou ver se consigo descrever-te as *toilettes*: vestido de veludo *tête-de-négre* em túnica apenas cingida ao corpo por um estreito cinto *argent-oxidé*”. Descrevia com detalhe os conjuntos das senhoras elegantes e considerava alguns deles deslumbrantes. As cartas muitas vezes terminavam de forma muito engraçada e natural: “Mau!...lá acaba de entrar o Wenceslau, aquele velho ricaço de Viana que quer à força casar comigo. Adeus, adeus, vou *pagar e rodar* – desculpa o calão, mas volta a estar na moda”.

Alguns dos assuntos abordados nestas cartas eram comuns aos publicados nos outros periódicos do Funchal, o exemplo da *ganga*, um tecido que era novidade e, então, muito criticado por alguns autores. Sobre este tecido, M.lle. Coquete (numa carta das suas cartas) constatava que, na Capital, a *ganga* era “o tema de todos os centros de conversa, a alegria de muitas, o horror dalgumas” e que num evento social uma das senhoras da sociedade, “a soberba e elegante Madame Quadros, apareceu-nos ontem no chá de caridade, com um

¹⁷⁴ *CM*, 29 de Fevereiro de 1920. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

lindo tailleur em ganga, simples, sem um enfeite, género ‘casaco de guarda marinha’, com colarinho e gravata preta. (...) Como vês, as mulheres elegantes começam rompendo com todos os preconceitos”¹⁷⁵. A ousadia aliada à elegância era visível na mulher da Capital. Numa coluna do *CM*, intitulada *Consultorio Feminino* falava-se da mulher e da sua elegância e defendia-se que esta era uma arte. E Maria Feio defendia que: “a verdadeira elegância impõe-se sobretudo por uma discreta e distinta sobriedade de côres, de adornos de fantasias, complicadas e vistosas. *Ora a elegância é como a arte. Há um género inimitável, espontaneo, genial, que é um dom nativo. Não se adquire, possui-se (...)*”¹⁷⁶.

Esta mesma questão da elegância ser uma arte, continuava a ser analisada por M.lle. Coquete nas suas cartas, visto que as tendências, não iam de encontro à elegância. Assim sendo, alegava-se que as modistas “na ansia de variar, de variar todos os meses, de variar todos os dias”, esqueciam a arte para transformar as mulheres em “manequins detestáveis”¹⁷⁷. Considerava-se que a arte devia fazer parte do dia-a-dia da mulher, tanto no vestir, como no falar ou na toilette. Numa das suas cartas¹⁷⁸ fez uma apreciação muito interessante sobre este conceito, defendeu que “(...) uma má peça, bem vestida, salva-se, conseguindo muitas vezes ser aclamada; uma boa peça, mal vestida, cai irremediavelmente (...)”. Considerava que a toilette de uma mulher era como a encadernação de uma obra, classificava-a, valorizando-a ou depreciando-a. Defendia ainda que uma linda mulher mal vestida era apenas tolerável mas uma linda mulher bem vestida era um encanto e uma verdadeira sedução. É interessante ver como avaliavam estes conceitos de beleza e como defeniam o “vestir bem”, segundo a opinião desta autora era procurar um estojo elegante onde “albergavam” o corpo, ou seja, onde guardavam o corpo, procurando que a toilette o realçasse, fazendo advinhar os encantos que essa mulher possuísse ou até sugerindo os encantos que não existiam.

Em cada estação, M.lle. Coquete dava dicas às suas leitoras. No verão de 1920 sugeriram os tecidos que podiam ser usados, nessa estação: “usai tecidos leves e flamantes, de côres garridas, de ramagens que se aproximem das velhas *pompadeurs*; e desde que mostreis muita carne e deixeis entrever o que a brisa indiscreta não beija, estareis á Moda, à rigorosa Moda”. Neste verão dos Anos Vinte, usava-se tudo, desde a saia curta e tufada aos corpos exageradamente decotados até aos braços descobertos¹⁷⁹. Usavam-se ainda os

¹⁷⁵*CM*, 11 de Abril de 1920.

¹⁷⁶*Idem*.

¹⁷⁷*CM*, 18 de Abril de 1920.

¹⁷⁸*CM*, 9 de Maio de 1920. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

¹⁷⁹*CM*, 6 de Junho de 1920.

cintos e os vestidos com aplicações de pedras iguais às aplicações dos colares. As carteiras queriam-se forradas em brocado, os véus usavam-se grandes, com fantasias na barra e para que o vento não os levantasse eram colocadas flores espalmadas dos dois lados da barra¹⁸⁰.

As leitoras eram assim aconselhadas a usar, ao longo das estações do ano, tudo o que estava na moda e a deixar de lado tudo o que estava fora de moda. Chegava o outono de 1920 e, com ele, outra carta de M.lle. Coquete dirigida a M.lle. Fornarina. Uma nova coleção estava a chegar e algumas alterações começavam a surgir: “as saias tendem a descer, mostrar menos perna, alta conveniência para muita menina bonita, ao mesmo tempo que vão alargando sem contudo deixarem de ser um pouco *travadas*”. Os *tailleurs* continuavam a ser grande moda, “com mangas ‘pagóde’, mangas largas, como que dependuradas dos *pulsos*”, mas o que seria a grande novidade na referida estação: “O *chic, chic*, ou por outra, o que vai dar o cunhão de suprema elegância deste inverno, em *soirées* e teatros, são as *coiffures* de fantasias, em vários tons, cujo sucesso em Paris vem já do ano passado”¹⁸¹.

As opiniões continuavam a surgir e Paris ditava a moda que toda a portuguesa tentava seguir criteriosamente. Mas, não eram só cartas sobre tendências de moda que se escreviam neste periódico, à semelhança do *DN*, escreviam-se também artigos de opinião críticos do luxo e da própria moda. No *CM*, encontrou-se uma notícia muito interessante, intitulada: *A proposito da Moda*, neste artigo, o tribunal de Washington decretou que estava oficialmente contra o uso das saias por cima dos joelhos.

A notícia alertava as senhoras que o departamento de justiça de Washington após ter analisado o problema das “modas femininas”, tinha chegado a uma decisão: “(...) De ora avante devem as mulheres americanas, a bem da sua modéstia, usar a saia abaixo do joelho. Pode muito bem não ser um princípio de economia, mas é um preceito moral”¹⁸².

Sendo o Funchal uma cidade cosmopolita, como demonstra ser através dos periódicos, usariam as senhoras as saias acima do joelho? Ou eram mais conservadoras? No *DN*, no ano 1921, na coluna intitulada *As modas de hoje*, publicava-se um texto que de certa forma responde a estas questões, dizendo que as modas femininas começavam a ser alvo de críticas mais ou menos severas por parte de críticos estrangeiros. Enquanto alguns escritores ingleses censuravam a forma como as mulheres andavam vestidas, um escritor francês, era de opinião que os colegas não deveriam preocupar-se com a maneira como as

¹⁸⁰*CM*, 15 de Agosto de 1920.

¹⁸¹*CM*, 24 de Outubro de 1920.

¹⁸²*CM*, 11 de Novembro de 1920.

senhoras andavam vestidas: “(...) a verdade é que deveriam antes queixar-se da maneira como andam despidas”. Este escritor apontava os inconvenientes de se adoptar tais modas e considerava que não era benéfico para a saúde da própria mulher, salientando que, com o abuso dos tacões: “o pé, colocado sobre um tacão baixo, é um solido e útil membro do corpo, ao passo que colocado sobre um tacão alto, torna-se um órgão quasi inútil. Disforma-o, desliga-lhe os ossos e impede o perfeito equilíbrio do cérebro e da espinha”¹⁸³.

E se alguns criticavam as modas que iam surgindo, outros davam a conhecer as tendências, as novas coleções ou as novidades da estação. Era o caso de duas colunas publicadas no *DN*, em 1921, dedicadas ao público feminino, intituladas: *Film da Mulher e Vida Mundana*. Nelas várias escritoras davam a conhecer o seu fascínio e conhecimento sobre a moda. Em Maio de 1921, Agaren De Leão, escreveu o artigo, *A propósito da moda*¹⁸⁴, no qual podemos ver a importância que era dada à entrada da nova coleção: “Entramos francamente na quadra esplendida em que as energias quebrantadas se renovam, o espirito se ergue na contemplação da Beleza”. Mais informava, que a natureza estava em festa, devido à chegada da primavera, e dizia-lhes que se ocupassem das suas *toilettes* primaveris “contribuindo com o contingente da sua ‘coquetterie’ pessoal, da sua graça leve, para a magnificência de ‘décor’ em que imprime a nota de graciosidade”. Com a chegada da nova coleção de primavera, as senhoras andavam muito ocupadas a visitar as lojas: “Já em volta das *vitruines* da Elegancia, as curiosidades se comprimem; tacteiam-se tecidos, analisam-se formas, folheiam-se os decretos do ‘Chic’ (...)”. Uma coleção que apresentava poucas alterações em relação à anterior. Mantinha linhas simples e primava pela simplicidade, como podemos constatar pelo que se dizia então:

“(…) um pouco mais de roda e de comprimento nas saias; a linha da cintura mais definida; um ou outro busto modelado, o corpo do vestido justo e sem guarnições, a lembrar as modas do passado; mangas compridas e curtas, numa multiplicidade heterogénea de fôrma um tanto desorientadora, mas que abre largo campo a todas as ideias, e, principalmente, a todos os intentos de prudente economia baseada na adaptação de modelos ‘démodés’; decotes mais discretos, eis os tópicos da moda actual”.

Através de artigos como estes, as leitoras voltavam a ser alertadas para o facto da elegância depender em absoluto da simplicidade “embora os detalhes da ‘toilette’ exijam requintes de atenção, os pequeninos nada devem ser tratados com especiais reparos, o conjunto deve ser simples, gracioso, leve, tocado de frescura”. E, se este artigo promovia a

¹⁸³*DN*, 8 de Janeiro de 1921.

¹⁸⁴*DN*, 8 de Maio de 1921. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

chegada das novidades, no seguinte, na mesma coluna do *DN*, intitulada: *Film da Mulher*, as mulheres eram aconselhadas e informadas para fazerem as melhores escolhas, quer dos preços exorbitantes dos tecidos, quer do preço das modistas. Sugeriam que se dedicassem à execução das suas *toilettes*, sendo que o custo do vestuário seria muito mais reduzido¹⁸⁵.

Numa outra crónica, intitulada *Carta da Paris*, falava-se sobre vários temas da atualidade como o pós-guerra, a cidade, o campo e as diferenças de vestuário, o trabalho da mulher, a sua *toilette*, o seu preço atual, etc. A autora da *Carta de Paris*¹⁸⁶, Lucia, começava por afirmar que a moda tinha evoluído rapidamente com a guerra e que tinha tomado, de súbito, aspetos absolutamente inesperados. Falando do vestuário em geral e da sua evolução salientava que a mulher portuguesa possuía um “género de beleza muito seu” e pedia-lhes que não seguissem “de olhos fechados as modas que francesas podem usar e que para elas foram criadas. A França dá, há séculos, a moda ao mundo”. Se em anos anteriores, as tendências chegavam atrasadas a Portugal e mudavam constantemente, em 1921, já as costureiras estavam bem informadas e não havia atrasos quanto a essa informação.

Na coluna *Vida Mundana* foram publicados vários artigos de opinião sobre a *Arte de Vestir*¹⁸⁷, as *Toilettes* e as *Toilettes de Baile*. No primeiro era referida a decidida propensão da moda “para abolir exclusivismos de forma, alargando a esfera das suas concepções de maneira a prever e congregar harmoniosamente tudo quanto possa embelezar a mulher sem prejuízo dos diferentes tipos de beleza”, ou seja, a mulher vestia o que lhe ficava bem, escolhia o que mais a favorecia e ponha de lado o que não a favorecia sob o ponto de vista da estética. Assim, se considerava que a mulher devia afirmar-se “em todas as circunstâncias da vida [fossem] elas de ordem moral ou material, que [era] um ser consciente, dotado de faculdades de julgamento, análise e decisão, e não uma pobre boneca que todos podem manejar (...)”¹⁸⁸. O artigo *Toilettes*, do mesmo periódico, ia de encontro ao assunto anterior, segundo o qual [s.n.], a moda começava finalmente a seguir o caminho da razão e do bom senso¹⁸⁹. O artigo *Toilettes de Baile*¹⁹⁰, tratava de um outro assunto, também importante, pois dava a conhecer as últimas novidades em termos de tecidos e de modelos, considerados ideais para bailes: “uma das principais características da moda actual, consiste na aliança de tecidos diferentes na composição das ‘toilettes’ de todos os

¹⁸⁵*DN*, 18 de Maio de 1921.

¹⁸⁶*DN*, 22 de Abril de 1921. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

¹⁸⁷*DN*, 9 de Junho de 1921.

¹⁸⁸ *Idem*.

¹⁸⁹*DN*, 23 de Junho de 1921.

¹⁹⁰*DN*, 19 de Junho de 1921.

gêneros”. Por esta altura, os modelos criados pelas grandes casas em Paris, depois de um estudo inteligente, eram executados em vários tecidos onde combinavam, tecidos lisos com tecidos de fantasia, que no seu resultado produziam algo “agradável à vista”¹⁹¹.

Durante o mês de Setembro, chegava a nova estação e as novas propostas para *toilettes*. Todas as senhoras queriam saber o que usar no Outono e no Inverno: “a preocupação do momento, na referida época, em assuntos femininos, é claro, eram as guarnições das *toilettes*”¹⁹². Segundo o autor do artigo *Da Arte de Vestir*¹⁹³, da coluna *Vida Mundana*, a moda atravessava um período considerado “estacionário de forma”, querendo isto dizer que pouco ou nada se criava, as linhas eram as mesmas: “se confrontarmos, os modelos que caracterizam a moda do inverno passado com os que as grandes casas parisienses nos apresentam para o outono e mesmo para o inverno, reconheceremos que, nas linhas gerais, não há disparidade de aspecto”. E quando falavam de Inverno, falavam imperativamente de abafos, que nesta altura em particular, causavam grande curiosidade às senhoras: “O magno problema dos abafos, preocupa neste momento a maioria dos cérebros femininos. O que se usará? Qual será a forma adoptada, predominará a capa ou o *manteau*? (...)” Questões que eram colocadas pelas fiéis seguidoras da moda, segundo elas “(...) o vestuário não [era] indiferente para fazer realçar a beleza da mulher. Bem ao contrário.”

A mulher preocupava-se com o vestuário mas havia uma parte da sua *toilette* que era considerada importantíssima, senão a mais importante, o chapéu: “O chapéu é de todos os componentes da *toilette*, talvez o mais importante, depois do calçado”¹⁹⁴. Era desta forma compreensível que a mulher prestasse especial atenção aos seus chapéus, escolhendo o que melhor se enquadrava com as cores que usava e com o tipo de rosto e de físico¹⁹⁵.

Com a chegada do Inverno todas as senhoras que procuravam “avidamente perscrutar os segredos da moda”¹⁹⁶ e para quem a moda e a elegância eram lei, procuravam não só as novidades sobre o seu vestuário, mas também as novidades para as suas filhas, pois estas, de certa forma eram representativas do seu bom gosto e elegância. Para além de terem acesso às informações sobre as tendências de moda através das cartas e das secções de moda, publicadas nos periódicos, podiam também adquirir as revistas que eram recebidas periodicamente no Funchal, no *Bureau de La presse* ou nas lojas. Recebiam-se, por

¹⁹¹Idem.

¹⁹²*DN*, 11 de Setembro de 1921. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

¹⁹³*DN*, 16 de Outubro de 1921. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

¹⁹⁴*DN*, 23 de Outubro de 1921. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

¹⁹⁵*DN*, 23 de Outubro de 1921.

¹⁹⁶*DN*, 4 de Dezembro de 1921.

exemplo, Jornais, Revistas e Figurinos nas lojas e eram anunciados nos periódicos para que as senhoras tomassem conhecimento, como demonstra o anúncio: “Chegados pela mala de ontem. À venda na casa Figueira, à Rua da Alfândega, 48 e 50”¹⁹⁷.

O *CM*, em 1921, continuava a publicar todas as semanas as cartas de Mlle. Coquette, dirigidas à Mlle. Fornarina, exceção feita quando não havia pacote, aumentando a ansiedade das leitoras, seguidoras destas crônicas, e até anúncios se publicavam: “A falta de pacote continua privando as nossas leitoras das encantadoras cartas de Mlle. Coquette, o que nos força a, mais uma vez, recorrer ao “A, B C”, transcrevendo uma das não menos encantadoras cartas de Mlle. Dentelle”¹⁹⁸.

Uma carta que substituíra a de Mlle. Coquette e que também falava sobre as novidades da moda. Nesta carta, Mlle. Dentelle, dava a conhecer uma coleção de inverno, que apresentava uma grande vantagem, era eclética. Uma coleção diferente e até um pouco arrojada, visto apresentar mais cor e novas formas. Mais um inverno passava e a primavera chegava, e a chegada da nova estação era comentada, desta vez, por Mlle. Coquette. A carta foi publicada no mês de Março, e dirigida à: “Querida Fornarina”¹⁹⁹. Segundo esta carta não havia “nada de novo em modas (...)”, no entanto a primavera aproximava-se e era “tempode tirar do guarda-vestidos, os vestidinhos do ano passado, engomá-los, modifica-los, dar-lhes toques que os actuali[sasse] um pouco, mudando o tom de uma fita, tingindo um efeite, para enganar um pouco as multidões que os julgarão novos, se forem modificados com arte”. Modificavam-se os vestidos e também os chapéus. A estes mudava-se “o enfeite d’um claro para outro escuro”, uma dica, considerada importante para quem queria estar na moda, sem gastar muito, já que “acompanhar as fantasias dos figurinos, é só para as *novas ricas*, visto que os figurinos são mensais”.

Alguns dias depois, publicava-se outra carta de Mlle. Coquette²⁰⁰, que tentava informar o mais detalhadamente possível o que se estava a usar na Capital: “as meias usam-se em côres que se destaquem muito da *toilette*, mas que condiga com o tom de qualquer enfeite que guarneça o vestido. Os chapéus, leves, como te disse na minha ultima carta, mas quasi despidos de enfeites (...)”. A novidade eram as luvas, que imitavam as luvas de esgrima, eram brancas com “flores ou bichos em pelica, soltas, (...) em pelica branca (...)”, com franjas ou mesmo em camurça. Quanto aos modelos “como te disse, todos (...)”, no que respeitava às cores afirmava que: “(...) tem predominado o castanho; mas

¹⁹⁷*DN*, 8 de Dezembro de 1921.

¹⁹⁸*CM*, 23 de Janeiro de 1921.

¹⁹⁹*CM*, 6 de Março de 1921. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

²⁰⁰*CM*, 13 de Março de 1921. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

o *grenat* parece que está a impor-se pouco a pouco, o que será uma côr ideal, por ter o condão de ficar bem a todas, as louras e as morenas. Que venha o *grenat*”. A simplicidade continuava a impor-se deixando todos os movimentos livres e proporcionando conforto. Com estas dicas a mulher podia conduzir as suas escolhas na moda, tendo em conta sempre o bom gosto. A carta de Mlle. Coquette terminava da seguinte forma: “E *fini*. Com estes dados já poderás guiar o teu bom gosto; mas, conforme te disse na ultima missiva, nada de *toilettes* novas enquanto não chegar a primavera, que pode trazer alguma revolução”.

Em Abril do mesmo ano, era a vez de Mlle. Fornarina²⁰¹ escrever à sua amiga, nesta carta foi a realidade do Funchal que tivemos a oportunidade de conhecer. Apesar das senhoras terem acesso a toda a informação e às novidades sobre a moda, algumas, segundo as cartas de Mlle. Fornarina, ainda lhes ofereciam resistência e continuavam a usar peças que não eram aceites no conceito moderno, considerado por estas senhoras da moda. Veja-se o texto que se segue:

“As senhoras continuam apresentando-se em grande gala, de decotes exagerados em tecidos riquíssimos de ouro e perolas, e os homens, é claro, de *smoking* ou casaca. A razão, para as inglesas é explicável; - como jantam em *toilette* de cerimónia, as mulheres vão para o *salsifré* sem outra mudança que uma simples capa pelos hombros (...). Mas quanto à colónia madeirense, não há meio de lhe tirar esse *snobismo* bem incomodo. *Chic*, verdadeiramente *Chic*, como por mais d’uma vez tens acentuado e eu verifiquei nos grandes casinos do continente, é a *toilette* de passeio ou d’etiqueta com chapéus leves de teatro. Mas vá lá convencelas d’isso!”²⁰².

Através destas cartas, podemos concluir que a mulher madeirense estava atenta às alterações da moda e às suas novidades. Segundo Mlle. Fornarina²⁰³, na mudança de estação, as senhoras passeavam pelas lojas e procuravam os tecidos mais modernos e os mais económicos: “Nós, mulheres, de dia – nesta época transitória de modas – lá andamos calcurricando do Tavares para o Rebelo para a Companhia Portuguesa, da Companhia para o American Store, do American Stores para a Maison Rachel, Salão Modelo (...)”, procuravam todas as novidades e percorriam as lojas da cidade, procurando os melhores preços e os tecidos mais modernos, “(...) fazendo os caixeiros derrubar peças de fazenda, cogitando quem vende mais barato, procurando os tecidos mais modernos.”

Já no fim de Maio, na capital, eram apresentados chapéus, falava-se de tecidos e de cores, das que eram “um grande característico da moda [...] o conjunto das três cores:

²⁰¹CM, 24 de Abril de 1921.

²⁰²Idem.

²⁰³CM, 21 de Maio de 1921. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

branco, azul e vermelho. Assim, num *tailleur*, por exemplo, em pano azul, canhões e gola encarnada e um cravo branco na lapela dará a nota elegante”²⁰⁴. A cidade de Lisboa, continuava com muita animação e era interessante a quantidade de madeirenses que lá se encontravam, como podemos constatar: “Achei adorável a tua última carta pelas novidades que me dás da minha querida Madeira. (...) Isto aqui, é quasi dos madeirenses e sobretudo a *Garret* é uma verdadeira sucursal do Funchal”.

Chegava o verão e em Julho a Capital acalmava, não parecendo estar tão movimentada: “mas Lisboa está deserta; deserta nas ruas, nos teatros, num receio pavoroso de calor, fugindo para sítios frescos que se não encontram”²⁰⁵. No entanto, falava-se de moda e das suas últimas novidades, na *Crónica de Moda*, do periódico *CM*, a carta de Mlle Coquette a Fornarina, dizia o seguinte: “(...) mas, enfim, algo tenho a dizer-te e como já sabes o calçado é bicudo, que os *tailleurs* são em gabardines especiais, leves, a que dão o nome de *lisselaines* (...)” e, nestas cartas as dicas de moda não eram esquecidas: “vou indicar-te as duas notas *chics* da moda sobre que os meus olhos se fitaram desde logo que lobrigaram mulheres *chics*, belas, modelos. Esses grandes *tics* da moda são os leques e as joias”.

O Funchal também se encontrava calmo no que respeitava à moda, mas em termos de acontecimentos sociais e políticos de aborrecimento não morreriam, dizia Mlle. Fornarina²⁰⁶ na sua carta. Eram muitos os acontecimentos políticos e populares na altura, “o caso das farinhas” e a eleição de Camara de Lobos, que muito se assemelhou ao desembarque alemão no Caniço. Lisboa, com as suas revoluções, as suas bombas, os boatos, as pavorosas, fica a perder de vista ao pé do Funchal actual, cheio de emoções”. No ano seguinte²⁰⁷, 1922, no mês de Junho, voltava a estar calmo e quente, Mlle. Fornarina, na sua carta a Mlle. Coquette, dizia que apesar do Funchal estar a entrar no calor, estava deserto “tudo se foi, tudo se vai indo. O último estrangeiro está fazendo as suas malas; o último rico funchalense está-se preparando para emigrar para o Porto Santo, Monte, Santo da Serra ou continente”. Era tempo de férias e a cidade, pelos vistos, ficava deserta.

Esta correspondência, entre as duas amigas, continuou a ser publicada até ao fim do ano, sempre sobre os temas da moda e da vida social.

A partir de Outubro de 1922, a página deste periódico sofreu uma alteração, passou a chamar-se *Página da Mulher*, era uma publicação semanal e inteiramente dedicada aos

²⁰⁴*CM*, 29 de Maio de 1921. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

²⁰⁵*CM*, 31 de Julho de 1921. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

²⁰⁶*CM*, 14 de Agosto de 1921.

²⁰⁷*CM*, 5 de Junho de 1922.

assuntos femininos, que iam desde receitas úteis, culinária, pensamentos, casos do dia, variedades, várias publicidades e uma crónica de moda, um pouco à semelhança da revista *Modas & Bordados*, analisada neste trabalho. Na figura que se segue, vemos a referida página, *Página da Mulher*, do periódico *CM*, que era inteiramente dedicado à mulher. Nesta página temos uma crónica sobre moda com uma das cartas de Mlle. Fornarina, em que esta descreve a sua viagem de regresso à Madeira e as suas peripécias sociais. Repare-se que em apenas uma página, se concentram quase todos os temas femininos que eram tratados na revista *M&B*, uma das conclusões desta investigação.

Registo Mundano

Alfaleo precisamente ás 11 horas da noite! Em breve, porém, a lavada do cávio por dezenas de pessoas conhecidas e amigas, a animação do café que se via no lounge, tornou mais tenaz a triste impressão que este triste episódio me causou.

POETAS E POETIZAS

A PRIMEIRA ENTREVISTA
Ella não tarda. Disse-me que vinha Ma quem sabe! Se acaso acontecesse Quilbete alguma improvisação, o dia virá! Oh Deus do céu que situação!

NOSSO CONCURSO

Em que consiste a felicidade da mulher?
Uma mulher feliz é aquela que não se preocupa com o futuro, que vive o presente, que ama a vida e a si mesma.

Torre de cristal

ANDROMACA
Para chegar a Castelo-Ventoso, em cujo contornado me esperava a mais lidada hospitalidade, era preciso atravessar quasi uma légua de montanha.

CRONICA DA MODA

Carta de Madalena Ferraria
Querida Siquette
Depois duma ausencia de perto de dois meses, vi estio de novo na perlo do Ocaso, não sem ter atravessado o mar, esse mar, que só adoro de longe.

NOSSO CONCURSO

Em que consiste a felicidade da mulher?
Uma mulher feliz é aquela que não se preocupa com o futuro, que vive o presente, que ama a vida e a si mesma.

NOSSO CONCURSO

Em que consiste a felicidade da mulher?
Uma mulher feliz é aquela que não se preocupa com o futuro, que vive o presente, que ama a vida e a si mesma.

NOSSO CONCURSO

Em que consiste a felicidade da mulher?
Uma mulher feliz é aquela que não se preocupa com o futuro, que vive o presente, que ama a vida e a si mesma.

COULINARIA

Sopa de galinha
Corte-se o péo em fatias bem delgadas, fritado em boa manteiga de vaca e estufado frito e bem alourado pôe a escorrer, e depois frito logo de novo por cima bem caldo de galinha e substituído de escorrer, e depois frito logo de novo por cima bem caldo de galinha e substituído de escorrer.

COULINARIA

Sopa de galinha
Corte-se o péo em fatias bem delgadas, fritado em boa manteiga de vaca e estufado frito e bem alourado pôe a escorrer, e depois frito logo de novo por cima bem caldo de galinha e substituído de escorrer, e depois frito logo de novo por cima bem caldo de galinha e substituído de escorrer.

COULINARIA

Sopa de galinha
Corte-se o péo em fatias bem delgadas, fritado em boa manteiga de vaca e estufado frito e bem alourado pôe a escorrer, e depois frito logo de novo por cima bem caldo de galinha e substituído de escorrer, e depois frito logo de novo por cima bem caldo de galinha e substituído de escorrer.

COULINARIA

Sopa de galinha
Corte-se o péo em fatias bem delgadas, fritado em boa manteiga de vaca e estufado frito e bem alourado pôe a escorrer, e depois frito logo de novo por cima bem caldo de galinha e substituído de escorrer, e depois frito logo de novo por cima bem caldo de galinha e substituído de escorrer.

Pensamentos

Se alguma amiga te disser os segredos d'outro, não lhe contes os teus.
A vida é um sonho para quem vela; Será realidade para quem dorme!
Há mulheres que não se dispõem ao menor sacrificio em nome do homem, o máximo que satisfizer a sua vaidade.
O que é amor? Não é o amor por quem se ama, mas o amor por quem se ama.

Pensamentos

Se alguma amiga te disser os segredos d'outro, não lhe contes os teus.
A vida é um sonho para quem vela; Será realidade para quem dorme!
Há mulheres que não se dispõem ao menor sacrificio em nome do homem, o máximo que satisfizer a sua vaidade.
O que é amor? Não é o amor por quem se ama, mas o amor por quem se ama.

Pensamentos

Se alguma amiga te disser os segredos d'outro, não lhe contes os teus.
A vida é um sonho para quem vela; Será realidade para quem dorme!
Há mulheres que não se dispõem ao menor sacrificio em nome do homem, o máximo que satisfizer a sua vaidade.
O que é amor? Não é o amor por quem se ama, mas o amor por quem se ama.

Pensamentos

Se alguma amiga te disser os segredos d'outro, não lhe contes os teus.
A vida é um sonho para quem vela; Será realidade para quem dorme!
Há mulheres que não se dispõem ao menor sacrificio em nome do homem, o máximo que satisfizer a sua vaidade.
O que é amor? Não é o amor por quem se ama, mas o amor por quem se ama.

Pensamentos

Se alguma amiga te disser os segredos d'outro, não lhe contes os teus.
A vida é um sonho para quem vela; Será realidade para quem dorme!
Há mulheres que não se dispõem ao menor sacrificio em nome do homem, o máximo que satisfizer a sua vaidade.
O que é amor? Não é o amor por quem se ama, mas o amor por quem se ama.

Pensamentos

Se alguma amiga te disser os segredos d'outro, não lhe contes os teus.
A vida é um sonho para quem vela; Será realidade para quem dorme!
Há mulheres que não se dispõem ao menor sacrificio em nome do homem, o máximo que satisfizer a sua vaidade.
O que é amor? Não é o amor por quem se ama, mas o amor por quem se ama.

Pensamentos

Se alguma amiga te disser os segredos d'outro, não lhe contes os teus.
A vida é um sonho para quem vela; Será realidade para quem dorme!
Há mulheres que não se dispõem ao menor sacrificio em nome do homem, o máximo que satisfizer a sua vaidade.
O que é amor? Não é o amor por quem se ama, mas o amor por quem se ama.

Pensamentos

Se alguma amiga te disser os segredos d'outro, não lhe contes os teus.
A vida é um sonho para quem vela; Será realidade para quem dorme!
Há mulheres que não se dispõem ao menor sacrificio em nome do homem, o máximo que satisfizer a sua vaidade.
O que é amor? Não é o amor por quem se ama, mas o amor por quem se ama.

Figura 8 - Página do periódico dedicada à mulher publicada todas as semanas, com os temas moda, magazine e letras, sempre acompanhada de publicidade.

Fonte: Comércio da Madeira, 16 de Outubro de 1922.

Durante os anos 1923 a 1925, na sequência da crise do pós-guerra um período de muita instabilidade política, escreveu-se muito pouco sobre moda nos periódicos do Funchal, no entanto, por volta de 1924, o *DN*, começou a publicar a coluna feminina intitulada: *Diário Elegante*, onde constavam vários temas, entre eles: registo de nascimentos, os enfermos e os cumprimentos. Nesta coluna, eram publicados artigos de opinião sobre moda, alguns considerados de interesse para esta análise. Em outubro de 1925²⁰⁸, publicou-se uma crónica, intitulada: *A Moda*, de Maria Helena, que aconselhava e recomendava às leitoras o que deviam ou não usar: “tomo a liberdade de recomendar às gentis leitoras que se compenetrem convenientemente sôbre a nova linha de moda, antes de decidirem por este ou aquele modelo para a próxima estação”. Por este tempo tinham sido apresentadas grandes alterações nas cores das peças, os chamados tons pastelizados, estavam em *voga* para a noite, o verde muito escuro misturado com o *Kasha* cinzento, usava-se muito e o rosa velho, uma novidade, combinava-se muito com as peles. “Muitas destas combinações eram feitas “com um vestido negro e com um ‘manteau’ de côr”. Quanto aos vestidos eram compridos e de uma só peça. As saias, a maior largura era atrás e os vestidos de dia, de acordo com este artigo, na sua maioria tinham mangas compridas, geralmente ajustadas nos pulsos. Nos trajes de *soirée* “os braços nús e os grandes decotes acabaram por completo”. O preto continuou eleito para vestidos ou conjuntos, e era conjugado com as variadas cores e que mantinha o modelo sempre discreto. Os vestidos bordados a contas, estavam a “sair de moda” enquanto, os *manteaux*, ou seja, os casacos se tornavam mais luxuosos e estavam em *voga* “vê-se muito o *manteaux* de sêda sobre um vestido de lã”.

Os Anos Vinte foram radicais no que respeitou à mulher, desde a sua emancipação, à participação ativa na sociedade, à sua presença como mulher e até à afirmação como tal, esta foi uma época de grandes transformações. Uma mudança considerada importante no comportamento da mulher, foi o hábito de fumar e “em 1924, a imprensa feminina portuguesa assinalava que a mulher parisiense tinha aderido a moda de fumar com o auxílio de cigarrilhas (...)”²⁰⁹ afirmava-se que havia mulheres que o faziam pela “simples razão de ser moda e outras que o faziam por necessidade e, principalmente, porque achavam ser um acto gracioso se fosse praticado por uma mulher bonita”. Numa época marcada pela mudança em que eram conhecidos factos como: quantos cigarros se

²⁰⁸ *DM*, 16 de Outubro de 1925. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

²⁰⁹ CARDIM, Valter Carlos (2013), p. 66. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

fumavam por ano, quantos suicídios havia por mês, quantos sapatos se vendiam por hora e mais curioso, quantos cabelos de mulher, os barbeiros lisboetas cortavam por dia. Sobre os cortes de cabelo *garçonne*²¹⁰, numa notícia do *Jornal da Madeira* pode ler-se: “Febre dos cabelos cortados. Centenas de senhoras cortaram os cabelos ‘à garçonne’ durante os dias do Carnaval”²¹¹. Todas as mulheres, de diferentes idades, cortaram os cabelos, fizeram-no, segundo este artigo, porque queriam ficar mais bonitas, mais graciosas, mais leves e até mais modernas. As mulheres achavam que, com este corte “o rosto aparece mais livre, menos sombrio, como aquelas rosas de sépalas curtas que, dão só flor (...). A moda tem exigências e extravagâncias”. Este artigo considerava que os cabelos curtos eram “uma linguagem abreviada de amôr”. A mulher desta década tornava-se mais interessante se soubesse ser ao mesmo tempo feminina e masculina, “a que usa saias, pode ser banal; a que usa calças, autentica, longas como as nossas, têm um atractivo perturbante, discreto, misterioso”. Os *loucos Anos Vinte* de mudanças rápidas em que as exigências da moda tornavam a mulher num ser inconstante. A moda era “(...) tão inconstante como a mulher que a usa. Uma e outra não se detêm. Andam depressa, a fugir – a fugir de si próprias. Há novidades que duram um minuto e custam uma fortuna (...)”.

De acordo com a opinião de Reinaldo Ferreira²¹², a moda não representava para a mulher “a metamorfose das suas roupas, o fregolismo das suas *toilettes*, a policromia dos seus fatos”, ou seja, segundo este autor, a mulher tomava as suas decisões escolhendo o que usar e como usar, assim, “a moda desnudou-se e é no seu corpo, no seu rosto, nos seus cabelos que ela manda”.

Ainda entre 1926 e 1929, no *Jornal da Madeira*, foi criada uma página feminina, intitulada *Jornal da Mulher*, que publicava muitas opiniões sobre as tendências da moda e sobre outros assuntos femininos. Em 1926, entre Janeiro e Maio, assistiu-se à publicação de uma série de artigos de *M. de L.* (era assim que os assinava), a coluna intitulava-se *Correio da Moda* e em 1929, passou a *Crónica da Moda*. Os textos de *M. de L.* eram publicados periodicamente naquela coluna do *Jornal da Mulher*²¹³. A autora dava opiniões

²¹⁰ Estilo “à *garçonne*” basicamente eram mulheres com um corte de cabelo que lhes dava uma aparência quase infantil, tornou-se um símbolo de uma geração. O termo, provavelmente tem origem no romance de Victor Margueritte, “La Garçonne” de 1922, que narra a história de uma jovem progressista, que deixa a casa da família em busca de uma vida independente. Um estilo que marcou uma época e que foi uma verdadeira inspiração para muitas mulheres.

²¹¹ *JM*, 27 de Fevereiro de 1926. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

²¹² RÊGO, Manuela, MUCZNIK, Lúcia Liba (coord. e pesq.), ALVES, Manuel (colab.), (1991), p.114. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

²¹³ *JM*, 17 de Janeiro de 1926. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

sobre vestidos, casacos de abafo, leques, sapatos, meias, xailes, cabelos e chapéus, aconselhava a mulher a usar o que mais a favorecia e transmitia o que mais se usava. E aconselhava, para estar por casa “nada de vestidos de lã” e para ir às compras os vestidos da tarde “(...) não só continuam sendo inteiriços, de corpo recto e saia franzida ou plissada, mas seguindo uma moda de New-York, confeccionam-se com tecidos muito leves”. Quanto aos casacos de abafo, nesta “estação a moda apresenta[-se] deliciosa! Por serem tão lindas as suas ordens, dá-nos mais gosto em cumpri-las”²¹⁴. Até com o leque: “As mulheres têm a sorte de em cada a estação lhes oferecer a moda, um meio de patentear a graça dos movimentos, graça que elas cultivam como se exercitassem danças rítmicas”²¹⁵, o leque voltava assim a estar na moda.

Considerava ainda que se falava muito sobre roupa, sendo que o mesmo não acontecia com os sapatos e as meias: “as crônicas de Moda, poucas vezes abordam o tema dos sapatos e meias femininas. Este capítulo tão importante, parece lançado ao esquecimento, quando é um dos mais interessantes para a mulher. As meias oferecem maravilhosas e inéditas côres e finíssimas qualidades; (...)”²¹⁶.

Em 1929, as crônicas, continuavam a ser escritas por *M. de L.*, mas nestas edições vinham quase sempre acompanhadas por desenhos de modelos modernos, como podemos ver na figura seguinte. Eram dadas todas as dicas de moda a uma mulher atualizada, moderna, que gostava de saber tudo o que se estava a usar.

²¹⁴*JM*, 24 de Janeiro de 1926.

²¹⁵*JM*, 31 de Janeiro de 1926.

²¹⁶*JM*, 7 de Fevereiro de 1926.

Dos vários jornais publicados no Funchal alguns, periodicamente, dedicavam colunas ou seções à mulher, outros, limitavam-se a publicar artigos de autores diversos, que expressavam a sua opinião, por vezes, fazendo críticas à moda ou às suas tendências. O *DN*, por exemplo, não tinha uma coluna específica para este assunto, mas criou várias colunas de opinião, intituladas: “Vida Mundana”; “Crónicas ligeiras”; “A Moda”, onde qualquer pessoa podia escrever e expressar opinião sobre assuntos que nelas se enquadrassem. Em Outubro de 1927, na primeira destas colunas²¹⁷, Stephanie Kaul escreveu sobre a *Arte do Vestuário* e afirmava que em ninguém o vestuário tinha tanta influencia como na mulher, por isso, esta devia, desde a mais tenra idade, estudar-se a si mesma, tendo em conta “a harmonia das linhas e das côres nas suas variadas combinações”. Devendo aproveitar da moda o que lhe fosse mais apropriado ao fisico e adequado ao uso para o evento social a que se destinava, procurando sempre a harmonia entre o moderno e o prático.

Em 1928, no Funchal, a vida social era intensa e as funchalenses tinham, assim, de preparar o seu vestuário de acordo com os locais que frequentavam. Muitos estrangeiros, os residentes e não só, davam grandes bailes ou realizavam chás, como podemos constatar em texto publicado no *DN*²¹⁸: “A Madeira, está, positivamente, em festa. Nem um dia se passa que não haja um sarau ou um baile, um concerto ou uma *maitinée* elegante (...)” e a agenda era preenchida com mais de um evento por dia “Hoje temos no ‘Vitoria’ um grande baile de turistas e no ‘Monumental’ um chá das cinco, especialmente dedicado à colonia britânica nesta ilha (...)”. No Funchal, os britânicos residentes eram presença constante em eventos desta natureza.

Assim, ao aproximar-se a entrada da estação, para bem se apresentarem, impunha-se a pergunta: “A nova moda para o inverno de 1928-1929 será alguma coisa muito diferente do que se tem visto?”²¹⁹ Esta repetia-se, nas diferentes estações, ao longo de todo o ano.

No final dos Anos Vinte, mais precisamente a partir do ano 1928 e ao longo do seguinte²²⁰, a mulher adotou um visual mais feminino, ficando definitivamente assente que: “(...) a saia desce, a cinta vem para o seu lugar, o busto desenha-se e as ancas moldam-se”²²¹. Estas alterações são acompanhadas pelos tecidos mais bonitos e elegantes

²¹⁷*DN*, 16 de Outubro de 1927.

²¹⁸*DN*, 2 de Fevereiro de 1928.

²¹⁹*DN*, 29 de Dezembro de 1928.

²²⁰ CARDIM, Valter Carlos (2013), p.143. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

²²¹*DN*, 14 de Setembro de 1929. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

como o “veludo liso e *panne imprimée*”. Também as mangas voltavam a descer, passando a ser “mais cheias e brilhantes nos punhos” e as camisas começaram a usar-se com mangas mais largas “pregueadas numa banda junto aos pulsos”. Os cabelos voltavam a crescer.

No ano de 1929, as coleções de Outono em Paris confirmavam uma nova silhueta muito mais feminina. E o *Re-nhau-nhau* caricaturava em “Questões de Moda” uma das mudanças, mostrando a forma jocosa como algum público masculino olhava o vestuário feminino.



Figura 10 - Aproximam-se os anos trinta, veja-se a presença do bom humor em "Questões da Moda".

Fonte: *Re-nhau-nhau*, 3 de Maio de 1930.

Chegam os Anos Trinta e, com eles, chegam outras novidades e adaptações da moda à mulher que se considera atualizada. Logo no início deste ano, num dos periódicos da Região, é publicado um artigo de opinião²²², onde o autor critica os exageros da moda e a

²²²JM, 17 de Janeiro de 1930.

sua falta de inclusão na sociedade, dizendo: “a moda pode perfeitamente coadunar-se com o bom senso e com o bom gosto, com os nossos deveres religiosos e com os nossos deveres de sociedade”, na opinião deste autor, o que a moda tinha de mau era o exagero e, na sua opinião, para uma mulher andar bem vestida não necessitava de exageros, nem modelos arrojados. Apesar do acesso à informação sobre os mais variados assuntos havia, entre grande parte da sociedade funchalense muita renitência em aceitar as mudanças.

Mesmo com alguns exageros e falta de inclusão da moda na sociedade, os Anos 30 foram de mudança e criatividade por parte dos estilistas: “a saia curta morreu”²²³ e voltaram os vestidos compridos até aos pés, para o dia e para a noite.

Nas *Crónicas de Moda*, assinadas por *M. de L.* e publicadas no *JM*, em Setembro de 1930, a autora informava que eram exibidos pelos: “costureiros parisienses [...] ante a imprensa e os comissionistas estrangeiros, as primicias das suas colecções de inverno”. Esta crónica, dava a conhecer às leitoras o que seria apresentado na nova coleção de inverno, numa carta muito interessante iniciada da seguinte forma: “É meu desejo intentar expor resumidamente as novidades para a próxima estação (...), talvez um pouco prematura, mas verídica, da moda, tal como foi apresentada em Paris”. Mais dizia que os tecidos de lã franceses pareciam triunfar em toda a linha, “substituindo os *tweed* ingleses, que produziam já fadiga aos nossos olhos”. Os tecidos de uma só cor iam descansar por algum tempo e “usar-se-hão misturas de coloridos como se teem visto nos leves tecidos de verão”, quanto à cintura dos vestidos, voltava ao seu lugar, até um pouco mais acima. A carta terminava com “Que dizer-vos mais leitoras amigas? Muitas coisas solicitam a vossa atenção desta época do ano, e com muito gosto satisfazer a vossa curiosidade (...)”, muito interessante ver a ante-visão das colecções já nesta década e a forma como, através destas cartas, era transmitida esta informação manifestava-se fascinante.

Nos Anos Trinta surgia assim uma figura de mulher esguia e em que, segundo Cristina Duarte²²⁴, predominavam para vesti-la os cetins. Época dominada pelo cinema e pelas atrizes que compunham o imaginário feminino tipificado pela figura ideal de Greta Garbo. No início desta década a ênfase passava das pernas para as costas, sendo que muitos dos vestidos pareciam desenhados para serem observados da retaguarda. A grande novidade e sensação foi realmente o vestido de noite sem costas concebido pela costureira

²²³ *JM*, 21 de Setembro de 1930. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

²²⁴ DUARTE, Cristina L. (2004), p. 37.

francesa Madeleine Vionnet²²⁵. Estes vestidos de noite, de corte em viès e de decotes presos por alças moldavam-se ao corpo da senhora e davam-lhe uma elegância sublime²²⁶.

Através das cartas escritas por *M. de L.* na *Crónica de Moda*, confirmou-se uma forte ligação entre a moda e o cinema, afirmando que a influência do cinema tinha sido decisiva para a mulher, na medida em que revolucionou os seus hábitos, deu-lhe liberdade e independência, sendo para ela um guia para a sua *maquilhage*, para o seu corte de cabelo e para a sua maneira de vestir. Afirmava ainda que nenhuma “propaganda” tinha alguma vez tido, tanta eficácia sobre o espírito da mulher como a do cinema²²⁷. Eram usadas figuras conhecidas desse mundo artístico para promover alguns produtos, muitas vezes os de perfumaria. A *Harléss*, por exemplo, uma marca de perfumes, em Fevereiro de 1938, apresentava uma publicidade com a ilustre e distinta artista da cena portuguesa, Palmira Bastos, que classificava os produtos desta marca como sendo “magníficos, de certeza, uma forte influência para as senhoras, que podiam encontrar estes produtos no Largo da Chafariz, n.º 16, com o agente José de Freitas Gonçalves”²²⁸.

Uma influência cinematográfica mundial, à qual o Funchal não escapou, quando a 6 de Fevereiro de 1938²²⁹, recebia uma famosa artista mexicana, que o mundo conhecia dos filmes mudos. Estas visitas influenciavam a sociedade e, de certa forma, influenciavam a forma de estar e de vestir das senhoras funchalenses, dando-lhes uma maior consciência do que se passava no resto da Europa e no mundo.

Mas o Funchal não recebia só as estrelas de cinema, era visitado também por ilustres escritores e escritoras, como por exemplo, Maria Lamas, redatora do periódico, *O Século* e diretora da Revista *M&B*²³⁰, uma revista que era recebida no Funchal e que serviu de inspiração para os suplementos femininos apresentados em alguns periódicos. Veja-se a divulgação desta revista, regularmente recebida no Funchal.

²²⁵ Madeleine Vionnet nasceu em Aubervilles na França e ainda adolescente começou o seu aprendizado como costureira. Trabalhou na conceituada *Maison de Jacques Doucet*. Em 1912, inaugurou a sua própria casa, que fechou durante a Primeira Guerra Mundial. Quando a reabriu começou a ganhar a preferência de muitas atrizes da época. Com um estilo inovador costumava criar os seus modelos diretamente num manequim em miniatura. As principais características do seu trabalho, para além do drapeado e o corte enviesado eram as aberturas das roupas, que eram laterais ou na parte de trás das peças. Os seus períodos de maior sucesso foram finais dos Anos Vinte e começo dos Anos Trinta.

²²⁶ CARDIM, Valter Carlos (2013), p.145.

²²⁷ *JM*, 16 de Novembro de 1930.

²²⁸ *Idem*.

²²⁹ *DM*, 6 de Fevereiro de 1938.

²³⁰ *DM*, 1 de Janeiro de 1938.

Tabacaria "Vasco da Gama"

Esta conceituada casa, á Rua de João Távira, acaba de despachar uma importante remessa de cigarros e tabacos estrangeiros de diferentes marcas.

Para o respectivo anuncio chamamos a atenção dos leitores.

"Modas & Bordados"

Vida Feminina

Se esta revista não estivesse de ha muito consagrada pela Mulher Portuguesa, bastaria o seu ultimo numero, chegado pela ultima mala, para lhe marcar um lugar de destaque entre as suas congéneres. E não se julgue que vai nesta afirmação o mais leve intuito de reclamê. Pelo contrario, ela fica áquem da justiça, tão interessante é o conjunto das suas paginas, quer literarias, quer artisticas, e variados os assuntos práticos, uteis, elegantes e economicos que elas comportam. Dizer não chega; vêr para acreditar e julgar.

Agradecemos o exemplar enviado a esta redacção.

No Extremo Oriente

A caminho da paz sino-japonesa?

O «Ji-Ji-Shimpo» anuncia que as autoridades e a missão japonesa na China vão reunir em conferencia secreta para assentar no termo do movimento anti-japonês e na organização sino-niponica contra o comunismo. O jornal prevê uma reviravolta total das relações sino-niponicas para fins do corrente mês.

Figura 11 - Anúncio da Revista "Modas & Bordados".

Fonte: *Diário da Madeira*, 13 de Fevereiro de 1936.

3.3.2. Suplementos Femininos

O *DN* criou um Suplemento Feminino, com início a 3 de Outubro de 1937 e sob a direção de M.elle de Loup à semelhança da revista *Modas & Bordados*, a que já nos referimos. Este suplemento compunha-se de quatro páginas. Na primeira e na segunda, para além de alguma publicidade de lojas e artigos de opinião como os da autora *M. L.*, que já escrevia neste periódico, a “Crónica de Moda”, tratou temas como: “Arte e Artistas”, “Coisas Úteis”, “Conselhos”, “Mulheres de Letras”, “Pensamentos” e “Beleza Feminina”. Na terceira página apresentavam-se sugestões de trabalhos manuais, como por exemplo o *crochet*, ensinando as leitoras a realizarem várias peças para o seu vestuário. Este suplemento, na última página apresentava “Receitas Culinárias”, “Cantares” e “Coisas úteis”, como por exemplo, “como é que se lavavam as meias de seda?”, que tinham um valor elevado e necessitavam um tratamento especial e cuidadoso.

Na mesma data o *DM* “no desejo sincero de pôr a mulher madeirense ao facto do que se passa fora da nossa ilha (...)” anunciava a sua primeira publicação de uma folha feminina²³¹. Porque a mulher madeirense vivia “(...) sempre afastada dos centros onde predomina[va] a Arte, a Moda e o Progresso” e era neste sentido que este periódico colocava as suas leitoras a par de tudo o que acontecia, quer a nível artístico, quer literário, aproximando-as do mundo. A tarefa de transmitir as novidades e o conhecimento estava a cargo de *M. L.*, “Tarefa árdua para mim, mas gostosamente cumprida, farei o possível para dar-vos sôbre a Moda, as mais modernas sugestões do que se usa em Paris e Londres (...)”, os principais centros da moda. Com as suas crónicas a autora esperava ajudar as madeirenses a vestir-se, em cada estação, com a devida elegância. E na sua primeira abordagem às leitoras, dizia o que iria usar-se no próximo outono: “na Madeira, em *toilettes*, quâsi passamos dos vestidos claros e leves do verão, para os mais sombrios e pesados de inverno, sem a transição outonal”. A crónica terminava manifestando a certeza de que voltaria com mais novidades que agradariam: “às leitoras gentis, ávidas de saber o que se usa, e do que poderá realçar a *silhouette* da mulher”.

O Suplemento Feminino continuou a ser publicado semanalmente, na maioria das vezes aos domingos. Nas suas crónicas, M.elle. de Loup, escrevia sobre tendências de

²³¹*DM*, Suplemento Feminino, 3 de Outubro de 1937. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

moda, respondia a cartas de leitoras que colocavam questões e por vezes ensinava as leitoras a serem elegantes e a vestirem bem: “Vestir bem, no verdadeiro sentido, não é usar *toilettes* ricas, espalhafatosas, chamando sôbre si as atenções pelo exotismo com que são apresentadas (...)”²³², na sua opinião vestir bem era compreender na plenitude a harmonia de tons e saber usar as peças de acordo com o tipo de corpo e com a idade.

A falta de diversão e movimento nas ruas do Funchal, no inverno, era também um dos temas das suas crónicas e como esta era a realidade funchalense, a cronista incentivava as suas leitoras a sair, a tomar chá e a exhibir as suas *toilettes*, à semelhança do que acontecia na capital, onde toda a mulher *chic*, ou com pretensões a sê-lo, diariamente tomava chá fora do seu lar, depois da tarefa quotidiana²³³.

Através dos Suplementos Femininos, concluiu-se que a moda nestes anos evoluiu e fez parte da rotina diária da mulher moderna, como também suscitou grande interesse por parte desta. Na entrada de cada estação, as lojas ficavam a aguardar as novidades que Paris “transpirava” e ditava, veja-se, por exemplo, um comentário, de M.elle. de Loup, publicado no Suplemento Feminino de Outubro: “As casas de costura Lisboeta, essas que fazem passagem de modelos, dando *rendez-vous* à elegância ‘alfacinha’, continuam fechadas, esperando a chegada das *toilettes* que as modistas foram buscar a Paris”²³⁴. No número seguinte, a 31 de Outubro de 1937, na *Crónica de Moda*, publicava as novidades da estação, falando das tendências dos cabelos, que eram de gosto oriental, e dava a conhecer à mulher as cores dos cabelos para a estação: “é certo que os cabelos à japonesa (rôlo) veem-se ainda, mas principiou a declinar no fim do verão” e, a verdade, era que iam usar-se ao máximo “toda a gama de verdes e vermelhos”²³⁵.

A moda nascia nas casas de alta-costura, mas era nas reuniões da tarde e da noite, nos cafés, casas de chá ou nos salões de baile que se impunha e se mostrava, através das senhoras que ali socializavam. Uma realidade que era também vivida no Funchal.

Na mudança da moda dos anos 20 para os anos 30 foi perfeitamente visível que elegância regressava e a inspiração vinha da época em que se adoravam as formas femininas (1889 a 1912)²³⁶. O busto voltava a ser colocado em evidência, o sucesso do *drapé* e a forma *princesa* dos vestidos, foram tendências que prevaleceram. Nesta Crónica, M.elle. de Loup, ainda acrescentava: “Com os *tailleurs*, sempre muito usados, as blusas

²³²DM, Suplemento Feminino, 7 de Novembro de 1937.

²³³DM, Suplemento Feminino, 17 de Outubro de 1937.

²³⁴DM, Suplemento Feminino, 24 de Outubro de 1937.

²³⁵DM, Suplemento Feminino, 31 de Outubro de 1937

²³⁶DM, Suplemento Feminino, 21 de Novembro de 1937. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

marcam o peito por meio de *empiétements* franzidos, *drapés* em forma de *soutien-gorge* e pregas dispostas a meio do busto”. Quanto aos vestidos de passeio, usados com casacos, tinha de haver o mesmo cuidado para obter um resultado idêntico ao dos *tailleurs*, assim, as saias ficavam mais curtas, em forma de princesa quase até ao peito, respeitando a silhueta feminina.

A preocupação era a mesma com os vestidos de noite, era importante salientar a parte feminina da mulher e realçar as suas formas: “o *drapé*, nestas *toilettes* segue a mesma finalidade: marcar a graça da mulher, que ainda há tão pouco tempo guardava ares bem masculinos!”. A moda valorizava o busto, tornava as cinturas mais finas e até diziam: “julgamos voltar ao tempo em que as mulheres, dentro de espartilhos embaleiados, tinham todas cinturas de vespa (...)”. A elegância em 1937 não ia até esse ponto, mas a verdade é que as cinturas se queriam finas para uma silhueta elegante. Salientada pela roupa, a cintura passava a ser a grande preocupação dos criadores, foi aqui que a moda voltou a dar destaque ao corpo da mulher, restituindo-lhe a imagem feminina e cuidada: “A cintura era a grande preocupação dos costureiros. As fitas a marca-la usam-se imenso, especialmente de veludo, largas ou estreitas, conforme a altura da mulher. Os boleros fazem grande furor”. E se a moda “teimava” em dar à mulher formas mais acentuadas, em “compensação tira-lhes as espáduas largas, excessivamente desportivas, como usámos nas estações precedentes”. As mangas dos vestidos eram muito menos tufadas em cima, mas continuavam com algum franzido e pelissado “perderam todo o exagero na largura, seguindo quási a linha do braço”. A elegância volta e por esta razão as saias dos vestidos da tarde tornavam-se muito simples e confortáveis, afastando-se “32 centímetros do solo”. Os vestidos de noite “abandonam as caudas” e encurtam bastante na frente e nos lados “a moda alia á graça de ontem as comodidades de hoje”.

Sendo o Funchal considerado como uma cidade onde os eventos sociais aconteciam com uma certa frequência, havia grande curiosidade e interesse em saber o que deveriam as senhoras usar para essas ocasiões, fosse a nível dos tecidos, das cores e dos cortes. A *Crónica de moda*, do *DM*²³⁷, respondia a todas essas questões, ajudando sempre as leitoras a escolher a roupa mais indicada para cada situação e incentivando-as a usar o que era mais apropriado: “de facto o preto veste sempre bem qualquer mulher, esteja ela no pleno esplendor da mocidade, ou não seja já bastante nova. O preto adelgaça imenso e hoje em todas as idades, a maior ambição é parecer-se esguia (...)”. Apesar de, no Funchal, a autora

²³⁷*DM*, Suplemento Feminino, 12 de Dezembro de 1937. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

considerar que o preto não era o preferido das senhoras e era inclusive considerado como “uma cor para velhas”, aconselhava a todas que mudassem de ideias, pois com o preto iriam considerar-se bem vestidas e muito mais elegantes.

No mesmo ano, 1937, surgia no *DN* mais um Suplemento Feminino, intitulado: *Magazine-Secção Feminina e Secção Infantil*.

A sua primeira edição foi publicada a 7 de Julho de 1937 e era composta por quatro páginas. Na primeira encontravam-se as “Notas sobre a Moda”, secção em que muitas vezes escrevia Tereza Maria, de Lisboa. Tratava temas sobre moda e outros relacionados com a moda em Lisboa e em Paris. Na segunda e terceira páginas encontravam-se artigos sobre os mais variados temas direccionados às mulheres, como por exemplo: questões de civilidade; textos de opinião; e ideias práticas. Nesta última rubrica, eram dadas às leitoras as mais variadas sugestões, de como colocar uma mesa, novas receitas e conselhos úteis como que deviam aplicar em caso de queimaduras do sol, entre outras. Na quarta página as leitoras tinham acesso a pequenos romances e aventuras e mais ensinamentos úteis. Este Suplemento iniciou-se com o título “Página da Mulher”, publicado normalmente às quartas-feiras. Nesta página dedicada à mulher, que mais tarde passou a ser um Suplemento Feminino, para além das notas sobre a moda, encontravam-se temas sobre: higiene e beleza; literatura feminina; cuidados a ter com o sol. Tinha também uma secção de fotografias de senhoras que davam a conhecer os novos modelos apresentados para a estação e por vezes, podiam ler-se textos sobre “a nossa meza” onde eram sugeridas novas receitas culinárias.

À semelhança de M.elle. de Loup também Tereza Maria escrevia sobre as tendências de moda abordando este tema no geral e respondendo ocasionalmente a cartas de leitoras. O artigo publicado a 16 de Maio, era a resposta a uma carta escrita por uma madeirense:

“Uma amiga da Madeira, que há muito não me distinguia com as suas sempre apreciáveis letras, escreve-me agora uma carta, a que, em certo ponto, me apraz responder por intermedio do ‘Diário de Notícias’. (...) Pergunta a minha amiga madeirense se eu não acho ‘excessiva a masculinização da mulher, que a moda vem a decretar ultimamente, com uma insistência que assombra’”²³⁸.

A autora responde à leitora defendendo que a evolução da moda vinha a acontecer de uma forma muito natural. Da mesma maneira que a moda masculina se adaptou ao seu quotidiano, também a moda feminina acompanhou a evolução e, na sua opinião, a tal

²³⁸*DN*, Página da Mulher, 16 de Maio de 1937. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

masculinização não existia, o que acontecera fora uma simplificação, ou seja, a mulher complicada do tipo “boneca de trapos do século passado” deveria desaparecer pois não conseguiria adequar-se à nova vida social.

Nestas rubricas a autora mantinha as leitoras atualizadas, a moda mostrava-se muito sensível quanto a cores chegando ao ponto de indicar a alteração da cor do cabelo, conforme a *toilette*. Tornava-se fácil “dar tons coloridos ao cabelo, por ocasião da secagem, depois do shampoo” e nada era considerado mais bonito, dizia um cronista francês “do que um reflexo côr de malva, rosa, azul palido, verde-liquido, metálico, numa cabeleira que se harmonisa...ou contrasta, com a *toilettee a maquillage*”²³⁹.

O primeiro Suplemento Feminino do *DN*, lançado no dia 14 de Julho de 1937, apresentava as novidades de verão para senhora e para criança, acompanhadas por fotografias de modelos para balneários, vestidinhos para criança e vestidos de noite, uma peça que era fundamental em qualquer estação e em todas as coleções. Os vestidos de criança vinham, muitas vezes em destaque na primeira página deste periódico, pelo que se depreende que a criança acompanhava a mãe na moda, estando também vestida de acordo com as novas tendências.

A mulher actualizada começava a tomar consciência que tinha de libertar-se das pinturas exageradas que “artificializa[vam] a sua beleza”. Com esta afirmação, a autora, referia-se aos padrões fortes e marcantes dos tecidos pois, “a loucura do artifício era tanta que, grande parte das raparigas possuidoras de dotes naturais de formosura, transformavam por completo o seu encanto com pinturas verdadeiramente desastradas”²⁴⁰.

Por outro lado, “Flores, flores, flores, [eram] o grito da moda em todos os centros mundanos. Dir-se-ia uma manifestação de ternura da mulher, esta simpatia declarada pelas flores, neste verão que corre”, e não fazia diferença, flores naturais ou artificiais, todas estavam na moda. Quanto às senhoras do Funchal, Tereza Maria refere-se a elas nesta crónica dizendo que “as madeirenses elegantes estão no seu elemento. Não lhes será muito difícil acompanhar a moda nesta sua tão plausível preferencia, visto que estão na terra das flores...”²⁴¹.

Em suma, era possível constatar que os Anos Trinta traziam de volta a feminilidade, através do corte das roupas, da acentuação da cintura e dos padrões dos tecidos usados, que eram muito marcantes, com presença de flores e de padrões diferentes, como por exemplo,

²³⁹*DN*, Página da Mulher, 15 de Abril de 1937.

²⁴⁰*DN*, Suplemento Feminino, 11 de Agosto de 1937.

²⁴¹*DN*, Suplemento Feminino, 18 de Agosto de 1937.

“desenho egípcio de friso” um género muito gracioso feito com uma grande habilidade. Veja-se o exemplo de uma *Página da Magazine-Secção Feminina e Secção Infantil* onde estão presentes os últimos modelos de vestidos e blusas com flores e com o gracioso desenho egípcio de friso.



Uma blusa original

É um genero muito gracioso, com desenho egipcio de friso, que escolheram para esta blusa, que foi feita com grande habilidade, de forma que as mangas fazem um conjunto formoso com a blusa.

Outros, marcam pelo abandono gracioso e artistico duma unica flôr sobre a aba.

Nos vestidos de soirée, trazem-se, muito, as flôres naturais, aos lados, à altura da cintura, como remate de toilette. Parecendo um gosto exotico, da parte de quem as usa com esta applicação, a ideia é contudo muito original e muito chic.

Nos penteados, é que as flores teem a sua mais preferida applicação.

Aparecem lindas figuras de mulher que, nada poderia rematar melhor o seu elegante conjunto, do que uma graciosa grinalda das mais mimosas flores.

Os cabeleiros teem explorado esta preferencia da moda e apresentam modelos de penteados o mais felizes possivel. Alguns traduzem uma inspirada evocação ás graciosas mulheres helenicas, de beleza celestial.

NOTAS SOBRE A MODA

Flores, flores, flores, é o grido de moda em todos os centros mundanos.

Dir-se-ia uma manifestação de ternura da mulher, esta simpatia declarada pelas flores, neste verão que corre.

Não se faz questão:—naturais ou artificiais, todas estão na moda, comtanto que sejam flores.

A sua applicação é vasta, consoante o bom gosto de quem as usa: Nos chapéus, vestidos, lapela dos casacos de sport, vestidos da noite, na cintura, no penteado, sobre o ombro, etc.

Teem aparecido chapéus, originaes, cuja copa faz lembrar um extravagante e caprichoso canteiro de flores, das mais variegadas qualidades.



Capricho da moda

Um exemplo característico da ousadia das parisienses, quanto a lançar os ultimos gritos da moda. Uma jovem, com a maior naturalidade do mundo, apresenta esta variedade de um chapéu. A correspondente bolsa, de veludo, feita no estilo duma bolsa antiquada é, tambem, irresistivel.

Em suma este verdadeiro culto á flor manifesta-se em tudo e por tudo. Por ser mais apreciada e... mais dispendiosa, é claro que nessa preferencia impera a flor natural.

Nenhuma mulher, dos grandes centros mundanos, se exhibe em publico que não ostente as suas flores, quer em simples passeios, nas praias, nos campos desportivos ou nas reuniões elegantes a qualquer hora.

As mulheres, com esta preferencia, veem demonstrar, que não se emanciparam ainda... das suas naturais tendencias femininas...

As madeirenses elegantes estão no seu elemento. Não lhes será muito difficil acompanhar a moda nesta sua tão plausivel preferencia, visto que estão na terra das flores...

Tereza Maria

Lx.º Agosto de 1937.



Este classico modelo estilo Imperio, que modela o busto e dá um talhe largo e sabelto, parece ser realmente a moda preferida para traje de gala. Dão-lhe grande realce as flôres bordadas em veludo azul escuro e o cinto que remata nas costas em dois faços largos

Figura 12 - Exemplo de um Suplemento Feminino com "Notas sobre a Moda".

Fonte: Suplemento n.º 6, Diário de Notícias, 18 de Agosto de 1937

Com a chegada do outono e das primeiras chuvas, as cartas de Tereza Maria davam a conhecer todas as novidades. Voltavam os vestidos, género alfaiate, de tecidos ainda leves, e os casacos, abertos ou fechados. Usados com ou sem blusa, de cor viva e, nos fechados, que tinham a cintura um pouco alta e cingiam o busto elegantemente, eram colocadas flores ou um lenço para atenuar a severidade do conjunto²⁴². A grande tendência era o “verde azeitona, mosqueado de negro”, nos chapéus, estes eram geralmente pequenos e simples, colocados ligeiramente de lado, sendo de seda ou de feltro, avivados com guarnições da cor do lenço ou da cor das flores do casaco. Às leitoras do Funchal havia sempre conselhos especiais: “para a Madeira, os *tailleurs* ainda não estão em uso. Aí não devem ter havido chuvas, nem o frio se fará sentir tão cedo”. Tendo em conta o seu clima ameno, as senhoras tinham de adaptar a sua roupa ao lugar onde viviam e decerto que “as elegantes madeirenses não quererão que a moda se sobreponha às condições atmosféricas, usando lãs em tempo de calor e crepes leves quando faz frio. A boa elegância sabe evitar o ridículo”.

Os suplementos femininos do *DN* continuaram a ser publicados até meados de 1939. No suplemento do dia 5 de Janeiro de 1938, na carta de Tereza Maria, discutiam-se as cores e falava-se da *harmonia na toilette*, e numa perspectiva curiosa: “torna-se interessante que a mulher traga duas peças de vestuário e seus acessórios, no mesmo tom. Por exemplo: carteira azul, *ècharpe* azul, mas que não passe além disto”. Se à carteira e à *ècharpe* se juntasse um chapéu da mesma cor, a *toilette* já perderia o seu “encanto”²⁴³. A mistura das cores nos acessórios e a sua combinação era um assunto que até então não tinha sido discutido nem abordado nestas crónicas. Havia realmente por parte das mulheres grande preocupação em estarem vestidas de forma harmoniosa e elegante o que era levado muito a sério: “Não, senhoras, a harmonia na *toilette* é a suprema elegância, que raras atingem e poucas compreendem”.

A preocupação das senhoras não passava só pela roupa, a pele era algo de extrema importância na aparência de qualquer mulher e, estes suplementos, começam a desenvolver conselhos práticos “*Para ser bela...*”. Nestes pequenos textos publicados no *DN*, escrevia-se sobre como tonificar os músculos do rosto, sobre a importância da luz solar para a

²⁴²*DN*, Suplemento Feminino, 22 de Setembro de 1937. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

²⁴³*DN*, Suplemento Feminino, 5 de Janeiro de 1938. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

preservação da pele, sobre o fortalecimento dos tecidos, bem como a ativação das funções orgânicas, considerada uma fonte incontestada do rejuvenescimento.

Em Março de 1938, surgiam, nas “Notas sobre a Moda”,²⁴⁴ de Tereza Maria, uma novidade na moda, segundo os costureiros Parisienses, a moda iria sofrer influências dos costumes gregos e egípcios. Na sua opinião estes modelos não lhe pareciam nada deselegantes, seriam talvez um pouco caros, no que dizia respeito aos tecidos apresentados pelos costureiros franceses mas como a moda normalmente se generalizava, também os tecidos adequados iriam aparecer, mais tarde, a preços que estariam ao alcance de todos²⁴⁵.

Esta tendência, assumida nos finais dos Anos Trinta, aparecia principalmente nos vestidos para grandes festas, para a noite e para o passeio. Uma entre muitas, porque na realidade neste fim de década tudo se usava: “Um princípio fica estabelecido – tudo está na moda, desde que possa enquadrar em dois pontos determinados: a silhueta direita, modulando o corpo ou a saia larga e o corpo justo”. Em Abril, apresentavam-se outros tecidos que eram apropriados para variadíssimas *toilettes*. Surgia, nesta altura, segundo Tereza Maria, uma “*toilette bizarra*” que parecia ter atingido grande sucesso em Paris e que tinha tendências russas, era: “Blusa estreita, de seda branca, aberta ao lado esquerdo, da linha do decote até abaixo da cintura, onde se ajusta com um cordão. Mangas estreitas no ombro, que alargam até a mão, fechando com um punho apertado (...)”. A saia do conjunto era estreita e lisa e geralmente preta.²⁴⁶ Uma *toilette* inspirada nos costumes russos que, na opinião da autora, não deixava de ter uma certa originalidade. A próxima figura retrata a carta na íntegra, é interessante a forma como a autora descreve e trata estes assuntos da moda e das suas tendências.

²⁴⁴DN, Suplemento Feminino, 23 de Março de 1938.

²⁴⁵*Idem*.

²⁴⁶DN, Suplemento Feminino, 13 de Abril de 1938. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

Director: ALBERTO DE ARAÚJO
 Propriedade da Empresa do Diário de Notícias
 Editor: O DIRECTOR

Diário de Notícias

NUMERO 40

MAGAZINE - SECÇÃO FEMININA E SECÇÃO INFANTIL
 Adm. of. de composição e imp. - Rua da Alfândega, 8

Notas sobre a Moda

Um cronista da moda, parisiense, encantado com as novas colecções de vestidos para a noite, diz que todas as senhoras terão pena de não poder usar cada toilette que admiram nos costureiros, porque, na realidade, dificilmente se encontra, numa estação única, uma tal diversidade de modelos, todos de fino gosto e de linhas as mais elegantes. Para estas toilette, foram os desenhadores inspirar-se, principalmente, nas modas do Segundo Império, impondo o uso de flores, fitas e rendas, com extraordinária prodigalidade.

Um principio fica estabelecido—tudo está em moda, desde que possa enquadrar em dois pontos determinados: a silhueta estreita, modulando o corpo ou a saia larga e o corpo justo.

Como para a moda prevalecem os motivos Segundo Império, apresentam-se tecidos, variados, apropriados a essas toilette, que, decerto, terão vida transitoria.

Alguns dos modelos mostram-nos vestidos negros, guardados com grandes flores de renda, decote direito e uma echarpe, longa e esvoaçante, com as mesmas flores, destinadas a cobrir o colo.

Uma toilette bizarra, que nos dizem ter alcançado um certo successo em Paris, tem sugestões russas. Blusa estreita, de seda branca, aberta do lado esquerdo, da linha do decote até abaixo da cintura, onde se ajusta com um cordão. Mangas estreitas no ombro, que alargam até a mão, fechando com um punho apertado. Estas mangas são do mesmo tecido que a blusa, mas de cor diferente e apresentam bordados de fantasia.

A saia, estreita e lisa, geralmente preta. Como se vê esta toilette, inspirada nos costumes

russos, não deixa de ter uma certa originalidade—admitindo-se muito bem a sua voga em Paris e mesmo noutras cidades, onde ha mulheres de temperamento...

Outros modelos aparecem, mas, evidentemente, não posso alongar-me em considerações, acerca de cada um deles. Fixei,



segundo os ditames de uma das grandes autoridades da Moda—as linhas gerais da mesma Moda e apresentei, a traços largos, uma das toilette que mais chamou a atenção das elegantes da Cidade da Luz.

Noutro dia me dedicarei a um breve estudo sobre as toilette de passeio, passando revista às modas da estação.

Tereza Maria

Lx. Abril 38.

EM BAIXO: Branco e azul escuro...

a combinação impercível, que é muito favorecida este ano, vê-se aqui empregada em um gracioso vestido (com saia azul escura e casaco branco. A aplicação que serve de adorno, ainda ha pouco usada, reapareceu —



A bordar de novo...

Repentinamente os bordados e applicações appareceram de novo em voga e quanto mais fantasticos melhor. Aqui apresentamos um modelo em piquet-seda branco, com um grande ramalhete de flores silvestres.



Com pele de serpente...

Abafo refinado, de pele de víbora, que tem a qualidade... aborrecida de ser quasi indigestível. Naturalmente, existe a possibilidade de servir para fazer, mais tarde, bolsas para todos os membros da familia...

Figura 13 - Conjunto, tendência Russa.

Fonte: Diário de Notícias, Suplemento Feminino, 13 de Abril de 1938.

No Funchal, havia senhoras com alguma ousadia e com grande curiosidade em saber o que deveriam usar em certos eventos, veja-se o caso da crónica de Tereza Maria intitulada “*Fóra de Moda...*”²⁴⁷, na qual a autora se afastou dos seus temas habituais para responder a uma madeirense, com quem, ocasionalmente, se tinha encontrado em pleno Chiado. A senhora abordou-a com a seguinte questão: “ – Então, disse-me a gentil amiga – ensine, às senhoras da minha terra, a maneira de escolherem a sua *toilette* para se apresentarem ante a mesa da Comunhão”. Esta questão mostra-nos que a moda no Funchal era levada a sério e que havia uma certa curiosidade e interesse sobre o que deveriam usar em certas situações, habitualmente “presas aos preconceitos ridículos” as senhoras “(...) esquecem a modestia que deve presidir e um acto tão solene, e daí o usarem vestidos e chapéus aparatosos como se fossem para o chá das cinco exhibir as suas *toilettes*”. A autora respondeu que lhes ensinaria “a usarem na cabeça as mantilhas discretas, os vestidos sóbrios, e modestos, escuros, próprios de solenidade do acto”. E mais acrescentava que toda a senhora distinta: “nobre ou modesta, traja o seu veio discreto e a *toilette* própria para apresentar-se ante a meza da igualdade”.

Era clara a preocupação sobre vestir-se adequadamente para cada situação e, neste sentido, eram publicados pequenos artigos intitulados “Os detalhes da moda nas *toilettes*”²⁴⁸, onde toda a senhora aprendia a arte do bom gosto e a arte de usar adequadamente o seu vestuário, tirando partido dele.

No verão de 1938 o Suplemento Feminino do *DN* apresentava *toilettes para desportos náuticos* e na sua *Nota sobre a Moda*, falava de tendências de fatos de banho, de roupas para o campo e de roupas para passear. Os vestidos de praia ganharam, de ano para ano, uma maior importância e constituíram uma grande preocupação para os costureiros. Estes vestidos eram reduzidos ao mínimo, os casacos e as túnicas de saída de banho usadas “para cobrir o *maillot*, [iam] aos poucos, subindo, atingindo já a altura do joelho”²⁴⁹.

No verão, as lojas no Funchal trabalhavam para conseguir a tempo todas as novidades em cada estação, o que implicava muitas das vezes, ir até ao centro da moda, Paris, adquiri-las. Veja-se, por exemplo, a publicidade do *Salão das novidades, Chapeaux Elegants*, que anunciava exatamente uma ida a Paris para trazer às “damas elegantes da Madeira”²⁵⁰ a mais “rica colecção de modelos”.

²⁴⁷*DN*, Suplemento Feminino, 20 de Abril de 1938. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

²⁴⁸*DN*, Suplemento Feminino, 11 de Maio de 1938.

²⁴⁹*DN*, Suplemento Feminino, 29 de Junho de 1938.

²⁵⁰ Publicidade do Salão das novidades, *DN*, 4 de Agosto de 1938.

FOLHETO DE PUBLICIDADE

BLANCHETTE GRIS

proprietaria do Salão de novidades

CHAPEAUX ELEGANTS

Rua Nova de S. Pedro, 21

Participa ás suas Ex.^{mas} Clientes e damas Funchalenses que retira no «Carvalho Araujo», no dia 5 para Lisboa, seguindo dessa Cidade para o famoso centro da moda «Paris», onde vai adquirir as ultimas creações, afim de apresentar dentro de poucas semanas na Madeira a mais rica colecção de modelos para a nova estação, esperando continuar a merecer, a quando do seu regresso, a honra das ordens de todas as damas elegantes da Madeira.

G 89

Figura 14 - Publicidade do Salão das novidades.

Fonte: *Diário de Notícias*, 4 de Agosto de 1938.

Nestes Suplementos, voltava a falar-se na influência do cinema na moda feminina, e segundo Tereza Maria, este promovia a sua divulgação, como também dos tecidos, das cores e a modernização do vestuário, e era muitas vezes através do cinema, que as novidades eram conhecidas muito mais rapidamente. Numa crónica de moda publicada no *DN*, em 1938, descrevia-se uma reunião de senhoras, que tinha lugar à hora do chá, onde eram debatidos vários temas, ali se defendendo que a mulher cidadina dos Anos Trinta, era a mais elegante de todos os tempos²⁵¹.

Nesta década considerava-se que o cinema tinha sido um veículo de grande importância para a moda, “o cinema e os meios de comunicação rápidos tornam, quasi simultaneas, a aparição dos novos modelos em Paris e em Pequim”, desde a difusão das tendências do vestuário feminino, e das suas novidades, quem não queria ser parecido a uma das grandes estrelas de cinema? A informação chegando rápido fazia com que “o mundo feminino já não oferece[sse] aqueles contrastes chocantes, de ‘atrazo’ e ‘incultura’, notado pelos viajantes do século passado logo que se afastavam da Europa”.

Os temas das crónicas sobre moda iam variando e em Novembro de 1938, foi introduzida a *Crónica Feminina*, também escrita por Tereza Maria. Esta secção tratava de moda e das suas tendências e, até finais de 1938, era publicada alternadamente com as *Notas Sobre a Moda*. No ano seguinte, a *Crónica Feminina*, continuou a ser publicada com certa regularidade.

Comparando os dois Suplementos Femininos do *DM* e do *DN* até 1938, foi possível constatar que, apesar de ambos serem dedicados ao público feminino e tratarem igualmente assuntos como conselhos de *Beleza Feminina* e *Coisas Uteis* apresentavam temas diferentes no que dizia respeito à *Crónica da Moda*. O Suplemento do *DM* apresentava as crónicas escritas por M.elle. De Loup, com os títulos: *Carta para longe*, *Carta de Lisboa*, *O que vai usar-se na próxima estação*, *Sugestões Primavera de Alta Costura*, *A mulher francesa e a mulher americana*, as quais tinham a forma de cartas, dirigidas a uma leitora em particular ou às leitoras em geral. É exemplo disto a “*Carta para Longe*” em que M.elle. De Loup responde a uma amiga:

²⁵¹*DN*, Suplemento Feminino, 24 de Agosto de 1938. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

“Querida amiga

*O Funchal tem vivido ultimamente algumas horas mais alegres. A marinha inglesa sempre no aprumo peculiar à sua raça disciplinada foi motivo para um baile cheio de entrain no Casino, quási sempre bastante deserto, chá a bordo, um lunch no Esplanada, e festas em casas particulares, que para muita gente, são as mais interessantes ainda*²⁵².

A forma como M.elle. De Loup inicia a carta estabelece uma relação pessoal com a leitora, “Querida amiga: (...)” e através da sua viva descrição constatamos a vida social ativa do Funchal, com uma marcada presença dos Ingleses.

Outra crónica interessante foi “A mulher francesa e americana”²⁵³, relatando a história de, Lucien Lelong, um grande costureiro parisiense que após uma viagem aos Estados Unidos, tinha sido convidado para falar das suas impressões sobre a mulher americana. Nesta crónica M.elle. De Loup mencionou a opinião do costureiro acerca das mulheres de ambos os continentes com culturas diferentes.

Segundo ele, a mulher francesa, tinha uma personalidade muito marcada e dificilmente aceitava vestir-se “em série”. O seu espírito inventivo encontrava sempre um pormenor que tornava o seu vestido diferente porque “se as mulheres de todo o mundo adoram seguir a moda, as de Paris gostam de a criar”. Quanto à mulher americana que, na sua opinião, até então tinha feito progressos na arte de bem vestir, o seu estilo tinha evoluído e já não procurava “(...) efeitos vistosos e excêntricos que nos forçavam há dez anos à criação de coleções especiais para as americanas, com modelos que assustavam as nossas compatriotas”. Tornara-se mais discreta e até mais elegante. Defendia que uma mulher bem vestida era aquela em que a *toilette* se apresentava com equilíbrio e harmonia. A moda, segundo este costureiro “era uma coisa extremamente subtil para poder ser fixada dentro duma definição concreta”.

Em Janeiro²⁵⁴ no início do ano 1938, falavam da primavera e as grandes casas de costura de Paris lançavam as suas tendências “como chegam as andorinhas, assim veem as novidades femininas, que gostosamente transmito às leitoras que teem a paciência de ler estas crónicas, e a curiosidade de saber o que mais se usa no centro da elegância”. Era

²⁵²DM, Suplemento Feminino, 20 de Fevereiro de 1938.

²⁵³DM, Suplemento Feminino, 23 de Janeiro de 1938. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

²⁵⁴DM, Suplemento Feminino, 30 de Janeiro de 1938. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

desta forma pessoal e até íntima, que as crônicas de moda de M.elle. De Loup chegavam às leitoras do Funchal.

De Hollywood chegavam novidades sobre as estrelas de cinema e estas notícias causavam grande furor nas senhoras que as procuravam imitar. Numa correspondência especial de Paris feita por Héléne Cingra e publicada na Crónica da Moda por M.elle. De Loup perguntava-se: “Qual seria neste ano de 1938, o tipo de beleza?” Tinha sido estipulado em estações anteriores, pelas celebridades do cinema, o tipo de beleza: “Hollywood, a capital do cinema, envia cada semestre para a Europa, uma carta reclame, que cada uma de nós se esforça por imitar”. Assim, naquela estação, as faces tinham de ter “as maçãs salientes de Marlene Dietrich, os olhos grandes e rasgados de Joan Crawford, ou o olhar misterioso de Greta Garbo?”

Não sendo Hollywood o centro da moda, o certo é que teve grande influência na moda europeia, em grande parte, devido à fama das atrizes de cinema em todo o mundo, que usavam a moda da época, lançada pelos grandes centros dela, sobretudo de Paris, digamos que o cinema exerceu neste contexto um efeito *boomerang*.

Em Fevereiro de 1939²⁵⁵, falava-se da nova coleção para a primavera com grande influência escocesa, que apresentava os padrões quadriculados, considerados inconfundíveis. Enquanto os franceses apresentavam cores claras para a primavera, que faziam lembrar as suas terras, como os “verdes tenros, como relvados, pamas com tonalidade violeta, azul como o céu de Abril, amarelos como junquinhos frescos e viçosos (...)” os escoceses, por sua vez, apresentavam propostas consideradas por M.elle. De Loup, como sendo mais sérias: “Os escoceses (...) querem suplantar em parte, os quadrados grandes, e os simples listados. Os tecelões moderaram a gama do colorido, tendo agora côres em nuances suaves, quási tom sobre tom”.

As tendências continuavam a ser apresentadas de uma forma criativa, a primavera anunciava-se brilhante e as fantasias eram ousadas com um lado sóbrio que iria dar à mulher elegância e grande sucesso. Por esta época a mulher era já mais independente, trabalhadora e moderna²⁵⁶.

A partir do mês de Outubro este Suplemento Feminino passava a ter uma coluna intitulada “*Secção Feminina do Diário da Madeira – Crónica da Moda*” tinha a mesma estrutura e nesta secção continuavam a ser publicadas as cartas de M.elle. De Loup às suas amigas e leitoras.

²⁵⁵DM, Suplemento Feminino, 19 de Fevereiro de 1939.

²⁵⁶ Cf. DM, Suplemento Feminino, 26 de Março de 1939.

A Segunda Guerra Mundial teve início no dia 1 de Setembro de 1939 com a invasão da Polónia pela Alemanha Nazi.

Justamente a partir deste mês o Suplemento Feminino do *DN*, suspendeu a sua publicação, mantendo-se desta forma até Dezembro de 1939.

Até aí a *Crónica Feminina*, da responsabilidade de Tereza Mariaera publicada semanalmente e em algumas a autora fazia sentir às leitoras o aproximar de uma guerra: “Durante os últimos dias, devo dizer, durante os últimos meses, o espectro da guerra tem pairado sobre o mundo, alterando o ritmo de milhares de corações”²⁵⁷. A moda, no entanto, não parava nem as criações dos grandes costureiros franceses, todas as crónicas de moda de Tereza Maria faziam-se acompanhar por fotografias de senhoras que mostravam os novos modelos de vestidos que ficavam bem a qualquer mulher, “o modelo é de seduzir, côr de mostarda. A notar o plissado da saia à frente. Não obstante a largura desta, a *toilette* não engrossa a mulher”²⁵⁸. Mesmo na incerteza própria da época, os novos modelos iam sendo apresentados pelas revistas francesas: “Uma revista de modas, francesa, apreciando os modelos mais em voga salienta que a tendência romântica prevalece, não obstante se encontrar em desacordo perfeito com o espírito da época”²⁵⁹.

Este foi o último ano dos Suplementos Femininos que analisámos, limite da nossa pesquisa, os quais, durante três anos, trouxeram às funchalenses todas as novidades da moda francesa, inglesa e americana e contribuíram para a abertura de novos horizontes e desenvolvimento coletivo.

²⁵⁷*DN*, Suplemento Feminino, 22 de Fevereiro de 1939.

²⁵⁸*DN*, Suplemento Feminino, 3 de Maio de 1939.

²⁵⁹*DN*, Suplemento Feminino, 10 de Maio de 1939.

3.3.3. As influências estrangeiras (britânica, francesa e alemã): cortes e modelos, tecidos e cores.

Tendo em conta o período escolhido para estudo e a análise feita até agora aos periódicos, seja da publicidade, dos textos, das crónicas de moda e dos Suplementos Femininos, foi possível verificar que a moda parisiense esteve sempre presente nos textos e nas crónicas publicadas que chegavam ao Funchal porque Paris era considerada o centro da moda, lugar onde nascia toda a criatividade e onde estavam os melhores criadores. Até 1929, era o único lugar de onde vinham todas as novidades.

A cidade de Londres aparecia, não como centro de moda mas como uma das cidades que apresentava algumas novidades. A partir de 1930, algumas crónicas começam a fazer referência à moda de Berlim, como foi possível ver através deste artigo: “estes vestidos modernos, com corpos ligeiríssimos, sem mangas, agindo ostensivamente o contorno do corpo, são a propaganda mais desbragada desse círculo Nudista alemão (...)”²⁶⁰. Esta referência não era constante sendo a sua presença nas crónicas, nos textos ou mesmo nas publicidades sobre moda muito reduzida.

Nos Anos Trinta, foi grande a influência exercida na sociedade Europeia, por Hollywood, o centro da arte cinematográfica. As atrizes eram imitadas por praticamente todas as senhoras da sociedade, em referência aos penteados, à maquilhagem e à roupa que usavam.

Já nos finais da década de trinta, mais propriamente 1938, a moda continuava a ser apresentada em Paris mas falava-se já de outras cidades com alguma frequência. Veja-se, por exemplo, a “*Crónica de Moda*” do *DN*, que referia uma viagem aos centros da moda, onde “as elegâncias assentaram arraiais”²⁶¹, e que eram Paris, Londres, Berlim e Viena.

Mas, no período entre guerras, era em Paris, de facto, que tudo acontecia, os jornais parisienses, considerados os ditadores da elegância “(...) patenteiam nas suas páginas repletas de figuras esguias, um arsenal de agasalhos, casacos de pele, de astrakan e *caracul*, todos os acessórios apropriados para países onde o frio mais se faz sentir”²⁶², era esta a cidade que neste período lançava novas coleções e ditava o que usar no resto da Europa.

²⁶⁰*JM*, 7 de Dezembro de 1930.

²⁶¹*DN*, Suplemento Feminino, 16 de Fevereiro de 1938.

²⁶²*DM*, suplemento Feminino, 12 de Dezembro de 1937.

3.3.4. A publicidade.

3.3.4.1. Lojas e tecidos

A publicidade das lojas de tecidos estava presente, constantemente, nos periódicos analisados no período entre 1918 e 1939. No início do século, a publicidade era menor em relação aos meados e fim de século, mas é possível ver que, no Funchal, eram seguidas atentamente as tendências da moda e a chegada à ilha de tecidos e de acessórios, através dos anúncios. A atenção era dividida entre os tecidos e os chapéus, sendo que estes eram sempre anunciados aquando da sua chegada ao Funchal, veja-se, o anúncio do *DM*²⁶³: “Chapeus Modelos, (para senhoras), vindos pelo último vapor de Lisboa, das mais lindas novidades, encontram-se amanhã e dias seguintes em exposição, na secção especial da Chapelaria Camões. José G. Spínola”. Ainda na mesma página encontrava-se outro anúncio de chapéus: “The American Store, chapéus para senhora, últimos modelos de Lisboa e Paris chegados pelo San Miguel”. Estes anúncios eram publicados com muita frequência nos periódicos e repetiam-se sempre que chegavam novidades ao Funchal.

No mês de Abril, anunciava-se a chegada do verão com a exposição de uma nova remessa de chapéus: “Estação de verão, hoje, exposição da grande remessa de chapéus para senhora vindos pelo San Miguel, American Store”²⁶⁴. Já num anúncio publicado no *Diário da Madeira*²⁶⁵, em 1919, dizia-nos que acabava de chegar uma nova remessa de acessórios e chapéus de Paris à *American Store*: “ remessa chegada de Paris, colares modernos, guarnições, chapéus, flores, casacos de seda e lã”. Seria, na mesma ocasião, apresentada uma nova secção de artigos estrangeiros: “IMPORTANTE - A nossa secção de artigos estrangeiros apresentará em Setembro e Outubro brilhantes criações de moda para a Estação 1919-1920. *The American Store*, Rua do Aljube, 45”. Ainda neste âmbito e no mesmo periódico, um outro anúncio, falava-nos de: “FAZENDAS ESTRANGEIRAS. Fatos para homem de excelente qualidade, garantidos de pura lã. (...) Pedidos a: - João Marcelo Gomes, Rua de João Tavira, 9”²⁶⁶. Os anúncios das lojas, nos anos 1918-1919, repetiam-se, e eram quase sempre das mesmas lojas comerciais, eram elas: o armazém *The*

²⁶³*DM*, 01 de Janeiro de 1918.

²⁶⁴*DM*, 19 de Abril de 1918.

²⁶⁵*DM*, 05 de Agosto de 1919. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

²⁶⁶*DM*, 15 de Maio de 1919.

American Store, que ficava na Rua do Aljube, 45; os “*Armazéns do Chiado*”, à Rua da Alfandega e a “*Companhia Portuguesa de Bordados Limitada*”, que tinha sede na rua do Aljube, n.º 15 e 17 e na Rua da Queimada de Baixo, n.º 24. Este último armazém tinha o cuidado de direcionar a sua publicidade também aos muitos ingleses que viviam no Funchal, veja-se o anúncio no *DN*: “*Salon de Modes. The Companhia Portuguesa de Bordados Ltda. have the honour of announcing that they have opened a ‘salon de modes’, where ladies will find all the most modern and latest in dress materials (...)*”. Os vestidos que apresentavam vinham de Paris, Londres e Nova Iorque. A dirigir o departamento de moda da Companhia Portuguesa de Bordados Limitada estava uma modista que vinha da Capital, onde tinha trabalhado no melhor estabelecimento de moda em Lisboa. Esta conceituada modista, segundo este artigo, iria ser responsável, na loja do Funchal, por todos os pedidos de vestidos de noiva, casacos e vestidos de noite. Este espaço chamava-se *Salon de Modes* e ficava na Rua da Queimada de Baixo, 24- 1.º andar²⁶⁷.

Por volta de 1920, para além da publicidade em que as lojas anunciavam a chegada de novos tecidos, anunciaram-se com muita frequência, Ateliers de Modistas. Estas Modistas, por vezes, eram conhecidas a nível nacional e até europeu e chegavam à Madeira oferecendo um serviço de qualidade, como foi possível verificar num anúncio do *DN*²⁶⁸: “*Atelier de Modista. A Parisina. Aura Capelo, modista conhecedora do seu metier, participa às Exmas damas funchalenses a abertura do seu atelier à travessa do Surdo n.º 13 (...)*”. Lá encontrariam um serviço personalizado assim como uma “*variedade de novidades para vestidos*”. Estes anúncios demonstram a importância das modistas bem como o papel que desempenhavam na sociedade Funchalense.

No ano 1920, nos diferentes periódicos, *DM*, *DN* e *CM*, as lojas anunciadas eram basicamente as mesmas, aparecendo, no entanto algumas novidades neste ramo, como foi o caso da *Maison Blanche*; da *Loja Braga*; da *Loja Africana* e da *Oficina Chic Parisiense*. Esta era uma loja semelhante às outras pois recebia variadas encomendas de chapéus para senhora ou criança, em diferentes cores, tecidos e peles, os quais transformava a gosto e a pedido do cliente. A Companhia Portuguesa de Bordados, era uma loja que fazia publicidade regularmente em diferentes periódicos, apresentando-se como: *Salão de Modas* e, em alguns anúncios, destacava a sua secção de modas. A loja situava-se na Rua Queimada de Baixo, n.º 24 (1.º andar), e quando recebia “*lindíssimas fazendas próprias*

²⁶⁷*DM*, 6 de Novembro de 1919.

²⁶⁸*DN*, domingo, 12 de Setembro de 1920. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

para a estação, tais como: - *velveteens*, veludos, gabardines, sedas, setins, crepes da China, *astrakans*, voiles, fitas, *zephirs* e sedas finíssimas para camisas de homem, pijamas, etc, etc.” anunciava-o através de publicidade apelativa ao público feminino.

Para além destes materiais, revelavam ao público, com frequência, a chegada de lindos chapéus, “modelos vindos directamente de Paris (...)”, e informavam os seus clientes, que em frente ao seus *Ateliers* podiam encontrar uma modista que vinha de Lisboa e era conhecedora “do seu *metier*, mas esmeradíssima no corte de vestidos em todos os géneros (...)” tudo para que nesta loja as clientes fossem capazes de encontrar aquilo que mais precisavam: “(...) para o que a nossa Secção possui sempre os últimos modelos e figurinos de Paris, Londres e New York”²⁶⁹.

A Companhia Portuguesa de Bordados e a loja *The American Store*, eram presenças assíduas nos periódicos, com anúncios de tecidos, chapéus, casacos, *echarpes* em crepe, colares e muitos outros artigos. Uma outra loja, que começou a anunciar na imprensa escrita, em 1920, foi a *Loja Rachel*, que apresentava sempre novidades sobre tendências da moda, vindas muitas vezes directamente de Paris: “(...) os mais *chics* casacos em malha de lã. Colares em esmalte e filigrana dourada: este artigo é de completa novidade, e actualmente só a nossa casa o vende. Colares Egycios, e alta fantasia (...)”, recebiam sempre novidades e anunciavam: “a chegar brevemente NOVOS MODELOS DE CHAPÉOS. Criações das melhores modistas da Rue de la Paix. *Moda, Arte e Chic* só na *Maison Rachel*. Rua Dr. Vieira, 112”²⁷⁰. Veja-se, nas páginas seguintes, alguns destes anúncios de lojas anunciando as suas novidades:

²⁶⁹CM, 29 de Fevereiro de 1920.

²⁷⁰DN, 30 de Dezembro de 1920.

A MODA

THE AMERICAN STORE

45. RUA DO ALJUBE

Chapéus e Casacos

PROPRIOS PARA VERÃO,
SPORT E PRAIA

MODELOS PARISIENSES
—SEMPRE NOVIDADES—

Figura 18 – Publicidade do Armazém The American Store.

Fonte: *Diário de Notícias*, 31 de Maio de 1919.

Fazenda Gabardine

CORTES DE FATOS PARA
SENHORA E HOMEM

Lindo sortimento para a Estação d'Inverno

C.^a Portuguesa de Bordados

Figura 15 - Publicidade da Companhia Portuguesa de Bordados.

Fonte: *Diário de Notícias*, 21 de Outubro de 1920.

SALÃO MODELO

Travessa do Nascimento, 3-A

E hoje a inauguração deste confortavel salão, guardado com tudo o que, em artigos para senhoras

A Moda tem criado de mais estontantemente Belo

destacando-se entre os muitos artigos uma magnifica collecção de **chapéus modelos**, para senhora, adquiridos directamente de **Paris**.

Apesar do requintado **bom gosto**, que presidiu á escolha e confecção de tudo o que se encontra exposto no

SALÃO MODELO

Os preços são sempre os **Mais reduzidos**

A titulo de brinde serão postas á venda **magnificas meias de seda** De superior qualidade

A 10\$000 reis o par!!!

54

Figura 16 - Anúncio do Salão Modelo.

Fonte: *Diário de Notícias*, 5 de Maio de 1921.

CHEGARAM DE PARIS

Os mais modernos e os mais chics
casacos em malha de lã

COLARES em esmalte e filagrama dourada;
este artigo é de completa novidade, e actual-
mente só a nossa casa o vende.

Colares Egypcios, e alta fantasia, colares
para luto, perfumes, meias de seda, pregos de
chapéus, etc., etc.

A chegar brevemente
NOVOS MODELOS DE CHAPÉOS
Criações das melhores modistas da
Rue de la Paix.

Moda, Arte e Chic
Só na **MAISON RACHEL**
Rua Dr. Vieira, 112

(858)

Figura 19- Anúncio publicitário da *Maison Rachel*.

Fonte: *Diário de Notícias*, 30 de Dezembro de 1920.

Os anúncios feitos pela *Maison Rachel* apelavam sempre ao lado *chic* da mulher, à sua classe e ao seu bom gosto. Nesta loja, confeccionavam-se os seus chapéus utilizando modelos vindos de Paris e *noatelier*, quem os fazia era uma “hábil *première*”, ou seja, uma modista muito conhecida e competente. Tinham “sempre as mais altas novidades em artigos de luxo para Senhora”²⁷¹. Começou então uma nova fase na moda funchalense, as lojas começavam a apostar mais nos anúncios e publicitavam tudo o que era novidade, o caso do *Salão de Modas*, que anunciou o seguinte: “Executam-se pelos últimos figurinos de Londres e Paris todo o género de confeções para senhora e meninas. Lindos tecidos próprios para a presente estação, (...)”²⁷². Já a Loja *Braga*, situada à Rua do Comércio, 53, um estabelecimento já antigo, comunicava às suas clientes, que acabava de receber, diretamente de Paris:

“ (...) um grande sortimento de: Etamine, Ponjã seda, Chanjai, Menyon, Glacé seda, Xadrez seda, Crepe Chinês, Georgette em cores e branco, Gase em cores e branco, Chifon em cores e branco, Crepe georgette, assim como setim em preto e branco e sedas cruas com um metro de largo”²⁷³.

Verificava-se, através destes artigos, que havia um grande movimento comercial no que dizia respeito aos materiais recebidos e podia afirmar-se que, no Funchal, eram recebidos os mais nobres e variados tecidos.

Um outro anúncio, intitulado *Moda e Arte*, um salão de chapéus de senhora e criança dirigido por *M.lle Rachel* apresentava, novidades relativamente aos chapéus anunciando: “chapeus modelos de Lisboa e Paris – Veos-Meias de seda – Colares da moda – Escravas, o que há de mais *chic* – perfumes de Guerlain etc. Chapeus em rafia com lindas fitas elásticas de completa novidade”. Informavam as novidades recebidas e relebravam as tendências da estação, neste caso, do inverno, em que os modelos dos chapéus seriam: “ (...) de Jeanne Blanchol, Lelong, Molard Lenis, Lauvin, Georgette, Suzane Talbot, etc,etc”²⁷⁴.

Este Salão de chapéus pertencia a Carlos Gonçalves, tinha instalação provisória na Rua do Dr. Vieira, n.º112 (Carreira) e era representante na Madeira de vários Salões comerciais com sede em Lisboa. No ano seguinte, 1921, no *CM*, no início da estação,

²⁷¹*DN*, 11 de Novembro de 1920.

²⁷²*DN*, 23 de Maio de 1920.

²⁷³*DN*, 6 de Janeiro de 1920.

²⁷⁴*CM*, 15 de Setembro de 1920.

publicavam-se as novidades das novas coleções: a *Maison Rachel* anunciava a apresentação de uma exposição de chapéus: “A *Maison Rachel* inaugura hoje a sua exposição de chapéus modelos de Lisboa e Paris”²⁷⁵ e a *Companhia Portuguesa de Bordados* apresentava os seus “chapéus para o verão e o *Chic* para o teatro, os ricos vestidos em tule bordados, as luvas de pelica e suede, os rouges, os batons e os perfumes.” As lojas apresentavam as tendências de tecidos e chapéus e informavam as senhoras, sobre o que deveriam usar em diferentes situações, como por exemplo o que vestir numa ida ao teatro. Estas sugestões eram dadas aquando da apresentação ou divulgação de novos modelos de chapéus ou chegada de novos tecidos.

Sem dúvida que na década de 20 se escreveu e divulgou muito as tendências da moda, bem como as diferentes opiniões que as pessoas tinham deste fenómeno que dominava cada estação do ano. Durante este período no Funchal, foram aparecendo novas lojas e, em consequência disso, novos anúncios em diversos jornais, o *Petit Royal*, por exemplo, começou a aparecer com frequência nos periódicos, publicitando diferentes artigos, no *DN*, apresentava “uma grande exposição de Chapéus para Senhoras. Inverno 1921-1922. As mais deslumbrantes criações da moda, executadas pela ex-première do *Palais de la mode*, M.lle. J. Asprá, expressamente contratada para o *Petit Royal*”²⁷⁶. Novamente anunciando as novidades mas também uma modista que certamente seria conhecida no meio da moda parisiense.

O *CM* divulgava, por sua vez que o *Petit Royal* recebera “Lindos Chapéus em Palha de fantasia para meninas. Colares da Moda”²⁷⁷, já o *DN*, anunciava a chegada de novos modelos de chapéus ao *Petit Royal*²⁷⁸. Anúncios da mesma loja eram frequentemente publicados em diferentes periódicos.

A *Maison Rachel*, por exemplo, apresentou no *DN*, em diferentes épocas do ano, várias publicidades, em Janeiro, anunciava a chegada de Paris dos “mais modernos e os mais chics casacos em malha de lã” e também a chegada de “novos modelos de chapéus, criações das melhores modistas da Rue de la Paix”²⁷⁹. Em Fevereiro, alertava as leitoras que iriam realizar o primeiro dia de exposição de chapéus de meia estação, com modelos

²⁷⁵*CM*, 19 de Maio de 1921. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

²⁷⁶*DN*, 23 de Outubro de 1921.

²⁷⁷*CM*, 28 de Agosto de 1921.

²⁷⁸*DN*, 26 de Abril de 1921

²⁷⁹*DN*, 01 de Janeiro de 1921.

de Lisboa e Paris e também apresentariam a maior coleção de escravas nas cores e feitios mais modernos, uma completa novidade vinda de Lisboa e do estrangeiro²⁸⁰.

A *Chapelaria Camões*, no mês de Março, anunciava no *DN*, que acabava de receber um completo sortido de chapéus de feltro e de veludo e também uma grande variedade de chapéus de palha, rafia e palma, esta loja recebera tudo o que havia de mais *chic* para senhora e criança²⁸¹. No mesmo mês, também a *Petit Royal*, apresentava modelos de chapéus vindos de Paris e realizava uma exposição de bordados e artigos de moda²⁸². A *Maison Rachel*, no mesmo periódico e no mesmo mês, anunciava descontos em alguns artigos “grandes abatimentos nos seguintes artigos: CHAPEUS DE Chenilla, casacos de malha de lã e meias de seda (...)” e anunciava a inauguração de uma nova secção onde apresentaria novos produtos: “Inauguração da nova secção de tecidos para vestidos de senhora. Popelines, tecido de novidade, a mais perfeita imitação da sêda (artigo inglês). Casacos em malha de sêda (completa novidade)”. Relembrava ainda aos seus clientes os seus preços sempre “baratos” e as novidades recebidas diretamente de Paris: “Chapéus modelos das primeiras modistas de Paris”²⁸³.

Nestas publicidades, as clientes eram informadas da chegada de novos materiais, tecidos, chapéus e também da abertura de novos espaços, veja-se o exemplo do *atelier* de chapéus, informando ao público em geral, que abria um novo espaço, na Rua do Dr. Vieira, n.º 81 – 1.º andar. Este *atelier* encarregava-se da execução e dos concertos dos chapéus em veludo, setim, gorgorão, feltro, fantasia, tagal e crina. Praticava preços “módicos”, uma “execução esmerada” e apresentava sempre as últimas criações da moda²⁸⁴.

Começaram a aparecer também anúncios da loja Nova Minerva, que apresentava “calçado para homem, senhora e menina” e aconselhava os seus clientes a não comprar sem comparar preços e qualidade, pois a *Nova Minerva*, “apresentava o melhor preço e a melhor qualidade”²⁸⁵. E se os funchalenses que gostavam de saber os tecidos da moda, também se preocupavam com o calçado, parte importante da indumentária e não podia ser esquecido, começando a aparecer também publicidade deste tipo de comércio no Funchal: “Sapataria da moda, especialidade em calçado de luxo, para senhora e para criança. Modelos especiais; execução rápida e preços sem competência. Rua da Sé, números 20 e

²⁸⁰*DN*, 23 de Fevereiro de 1921

²⁸¹*DN*, 22 de Março de 1921

²⁸²*DN*, 27 de Março de 1921

²⁸³*DN*, 4 de Março de 1921.

²⁸⁴*DN*, 18 de Março de 1921

²⁸⁵*DN*, 01 de Abril de 1921.

22, no Funchal”²⁸⁶. Um outro espaço comercial, que começou a parecer anunciado na imprensa, foi: *Lima e Cunha & C^a*, situado à Rua da Carreira, número 42, apresentava uma “*Secção de Modas*” e pedia às suas clientes ou “(...) ás damas de bom gosto o obsequio da sua honrosa visita á nossa sessão de Modas onde, desde já, se encontram artigos escolhidos e uma modista do continente muito conhecedora da sua arte”²⁸⁷. No mês seguinte, era apresentado mais um salão, o *Salão Modelo*, situado à Travessa do Nascimento, número 3-A, a publicidade da sua inauguração dizia o seguinte:

“É hoje a inauguração deste confortável Salão, guarnecido com tudo o que, em artigos para senhoras **A Moda Tem Criado de Mais Estonteadoramente Belo** destacando-se entre os muitos artigos uma magnifica colecção de **chapéus modelos**, para senhora, adquiridos directamente de **Paris**. Apesar do requintado bom gosto que presidiu à escolha de tudo o que se encontra exposto no **Salão Modelo** os preços são sempre os **mais reduzidos**. A título de brinde serão postas à venda magníficas meias de seda de superior qualidade **a 10\$000 reis o par!!!**”²⁸⁸.

Conclui-se, através da análise a estes artigos, que todos estes comerciantes tinham o mesmo princípio, os produtos eram recebidos directamente de Paris, o que faziam questão de divulgar, por serem os que tinham mais qualidade, o melhor preço e novidade no Funchal.

Durante o mês de Maio de 1921, foram apresentadas novas coleções de tecidos para verão, “sortimento monstro em Popelines para vestidos” [...] “meias de pura seda em todas as cores”, casacos de seda “artigo rico e de novidade”²⁸⁹, e chapéus, “de tulle palhete, a grande moda de Paris”. O calçado, mais uma vez, não foi esquecido “últimos modelos, em camurça de todas as cores, lona branca guarnecida a *calf*, (a grande moda para a presente estação) *russi-calf*, *mordorée*, *chevreuse* bronzeada”. Lembravam ainda às clientes que receberiam a grande novidade da estação “sapatos de *soirée* em *Ihama* prateada e dourada com fivelas de pedraria, a ultima moda dos *Dancings de Paris e Londres*”.

As modistas e as contra-mestras eram muito consideradas por prestarem às senhoras um serviço personalizado, considerado “muito competente”. A chegada de artistas com estas competências ao Funchal foi também anunciada na *Secção de Modas*: “contratadas pela firma Lima e Cunha & C^a, chegaram hoje de Lisboa, uma excelente modista e competente contra-mestra, que vem trabalhar para a sua secção de modas à Rua do Dr.

²⁸⁶DM, 31 de Julho de 1921.

²⁸⁷DN, 5 de Abril de 1921.

²⁸⁸DN, 5 de Maio de 1921.

²⁸⁹DN, 15 de Maio de 1921. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

Vieira, n.º 42”²⁹⁰. Ainda neste ano, a *Maison Rachel*, apresentou, um convite público às suas clientes para assistirem a uma “exposição de modas e de artigos de novidade” que teve lugar no Casino Victoria²⁹¹. Pela informação e anúncios publicados, estes levam-nos a acreditar que, no Funchal, já se realizavam pequenos desfiles de moda onde eram apresentadas todas as novidades de cada estação.

Em 1922, a publicidade apresentada nos periódicos era basicamente a mesma, repetindo-se até as lojas e os respetivos anúncios. O *CM* continuava a fazer publicidade da *Maison Rachel*, da *Petit Royal*, da *Companhia Portuguesa de Bordados* e da casa *Lima e Cunha & C^a*. A concorrência era evidente e estas lojas continuavam a anunciar, igualmente, a chegada das novidades. A *Petit Royal* recebia “nova remessa de chapéus, modelos de M.elle Asprá luvas Manteaux²⁹²”, a *Lima Cunha & C^a*²⁹³. Recebia “directamente dos fabricantes, excelentes fazendas próprias para a estação (...)” e a *Companhia Portuguesa de Bordados*²⁹⁴, por sua vez, recebia “panamás para senhora e cavalheiro”.

Eram divulgadas exposições de chapéus e criações de moda. A *Maison Rachel*²⁹⁵, por exemplo, num dos seus anúncios apresentou a “quinta e sexta-feira de paixão”, onde divulgou a “inauguração das novas instalações e exposição de modas e novidades para a presente estação. Linda colecção de sedas japonesas”. A *Casa de Modas*²⁹⁶, uma outra loja que comercializava tecidos nacionais e estrangeiros, oferecia aos seus clientes e ao público em geral a “execução das peças mediante a compra dos tecidos”, já a *Alfaiataria “Chic”*²⁹⁷ apresentava grandes novidades em fazendas nacionais e estrangeiras como também em camisas, gravatas e muitos outros artigos para homem.

Verificou-se que o Funchal, para além de estar a par das tendências da moda, sendo uma cidade cosmopolita, tinha também uma vida social muito ativa, isto, no que respeitava aos bailes que se realizavam na cidade com alguma frequência. O *CM* tinha, por isso, uma coluna intitulada *Noticiário Elegante*, onde constavam pequenos textos informativos sobre casamentos, batizados, pontos de reunião e até bailes. Veja-se, por exemplo este anúncio: “realizar-se-á num dos grandes casinos do Funchal, um baile muito original: os convidados

²⁹⁰*DN*, 7 de Agosto de 1921.

²⁹¹*DN*, 30 de Novembro de 1921.

²⁹²*CM*, 25 de Março de 1922.

²⁹³*CM*, 29 de Junho de 1922.

²⁹⁴*CM*, 28 de Junho de 1922.

²⁹⁵*CM*, 12 de Abril de 1922.

²⁹⁶*CM*, 17 de Junho de 1922.

²⁹⁷*CM*, 22 de Abril de 1922.

vão vestidos como chineses, inclusive com a respectiva almofadinha para se sentarem no chão”²⁹⁸.

No *CM*, em 1923, continuavam os anúncios publicitários sobre novas colecções e abertura de novos espaços, o caso do *Victoria Bazaar*, que anunciava a chegada das suas sombrinhas: “o que há de mais chic e moderno em várias cores para senhora. Chegadas ultimamente do estrangeiro. Rua do Aljube, n.º 31 e 33”²⁹⁹. Mais um espaço que começava a ser anunciado nos periódicos.

A *Companhia Portuguesa de Bordados* chamava a atenção para a sua secção de modas, e apresentava “*Crepes Georgette* em grande variedade e de lindas cores, *etamines bordados*, fazendas para a estação, chapéus de senhora e criança, artigos para homem e muitos outros”³⁰⁰. Esta loja era presença assídua nos jornais, anunciando praticamente todos os dias, repetindo até o reclamo ou apresentando outros diferentes, como este por exemplo: “*Tics da Moda*. A *Companhia Portuguesa da Bordados*, continua impondo os seus modelos (...) continua dando o tom da moda no Funchal, pelos últimos modelos que, constantemente, está recebendo do estrangeiro”, isto sem esquecer de recomendar sempre uma visita “ao elegante armazém de modas”³⁰¹.

A loja *Petit Royal*, outra presença constante neste periódico, anunciou a chegada do tecido *Crepe Carreaux*, a última novidade para vestidos, os novos modelos de baile e adiantava os tecidos em que deviam ser confeccionados. Neste caso era em brocado ouro e prata³⁰². Quanto a chapéus de verão o *Petit Royal*, em Maio de 1923, anunciou todas as novidades. Veja-se a publicidade desta loja e dos *Armazéns de São Pedro* que apresentavam sempre uma grande variedade de artigos para homem e senhora a “preços de reclame”, o que significa dizer a preços convidativos:

²⁹⁸*CM*, 29 de Março de 1922.

²⁹⁹*CM*, 02 de Abril de 1923.

³⁰⁰*CM*, 18 de Março de 1923.

³⁰¹*CM*, 21 de Março de 1923.

³⁰²*CM*, 3 de Janeiro de 1923.

PETIT ROYAL -- Chapéus de verão

Em vista do grande successo obtido com a última remessa de chapéus para verão—criações da consagrada artista M.^l J. Asprá—e com o fim de bem servirmos as nossas consideradas olientes que, involuntariamente, não puderam ser todas servidas, faremos nova encomenda, para a próxima viagem do vapor "San Miguel" de 28 do corrente. Mas, para melhor corresponder á preferência dada aos nossos chapéus, muito obsequiosamente pedimos a todas as Ex.^l sr.^{as} que os desejam, o especial favor de nos informar até segunda-feira próxima, do género e côr de chaupéus que preferem. (Obedecendo sempre ao rigor da moda.)

Tambem recebemos encomendas de chapéus para luto.

Figura 20 – Uma loja muito presente nos anúncios dos periódicos do Funchal, que dava a conhecer a todas as senhoras, as tendências da moda, no que dizia respeito a chapéus.

Fonte: *Correio de Madeira*, 13 de Maio de 1923.

Funchal 11 de Abril, de 1923

ARMAZENS DE S. PEDRO

Sempre novidades!!

Crepes da China e Georgete, Etâmines e Organdy

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Exclusivo das noivas</p> <p>Rendas e bordados Colôças inglesas Pano lençois Morins Véus</p> | <p>Especialidades para homem</p> <p>Suspensorios e ligas Gravatas, Colarinhos, peúgas e fatos de verão</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

GRANDE RECLAME!!

bás para vestidos de senhora e criança em grande variedade e finissimos padrões

CABÇADO Para Senhora, homem e criança.
GRANDE SORTIDO
 Ultimos modelos

Armazens de São Pedro
 RUAS de São Pedro do Castanheiro **FUNCHAL**

Figura 11 – Estes armazéns apresentavam sempre uma grande variedade de artigos para senhora, criança e homem, sempre a preços reduzidos.

Fonte: *Correio da Madeira*, 11 de Abril de 1923.

No Funchal, até meados do ano de 1924, inclusive no *JM*, não foram publicados anúncios de lojas ou tecidos, nas publicações diárias. O mesmo aconteceu com o *DN*.

A *Maison Rachel* foi uma das lojas, que neste ano marcou presença, com alguns anúncios no início do inverno em que apresenta uma “exposição das maiores novidades em tecidos de lã, seda e malhas. Riquíssima coleção de vestidos e saídas de baile. **Confecções Primorosas** da nossa modista de Lisboa, Madame Ofélie Mathien”³⁰³. No mês de Novembro era divulgada a exposição de modas de “Madame Nunes Nogueira, que deve encerrar no próximo dia oito a exposição que está fazendo nos salões da Companhia Portuguesa de Bordados (...)” e mais informava que “resolveu fazer sensíveis reduções em todos os seus artigos tais como vestidos, manteaux, chapéus (...)”³⁰⁴. Cresceu o número de anúncios que tinham como principal objetivo informar as clientes que a nova coleção havia chegado e também apresentar os trabalhos das mais conceituadas modistas. Madame Carvalho, modista de chapéus, apresentava uma “linda coleção de modelos e cópias, o que há de mais *chic* no seu género” e informava também que se encarrega “de todas as encomendas e fornecimentos para as ilhas”³⁰⁵. Alguns meses depois deste anúncio, veio a encontrar-se outro anúncio informando que esta modista abria uma loja na Rua da Carreira “com um grande sortido de novidades para verão”³⁰⁶.

A grande novidade, por esta época, era a chegada ao Funchal de artigos vindos diretamente de Berlim demonstrada pela “Casa Alemã, importação directa das mais variadas indústrias alemãs. Permanentemente em depósito muitos artigos”³⁰⁷. Quando praticamente todos os materiais chegavam de Londres e de Paris, pela primeira vez, encontrámos dados que provam o alargamento da proveniência das novidades chegadas ao Funchal. Em 1925, o *DM* anunciava: “Chapeus para senhora. Linda coleção de modelos de Berlim, em exposição hoje no salão Modelo, Rua da Queimada de cima, n.º 66”³⁰⁸. Até 1927, poucos anúncios foram encontrados nos periódicos, os mais comuns anunciavam as lojas de chapéus e algumas lojas de sapatos, caso da sapataria Paris anunciando que os proprietários do estabelecimento convidavam “a elite funchalense a visitar a sua permanente exposição do mais moderno, confortável, elegante e fino calçado de todas as qualidades e dos mais recentes modelos, que vendem a preços módicos”³⁰⁹. Os anúncios,

³⁰³*DN*, 26 de Outubro de 1924.

³⁰⁴*DN*, 4 de Novembro de 1924

³⁰⁵*DN*, 28 de Fevereiro de 1924.

³⁰⁶*DN*, 25 de Abril de 1924.

³⁰⁷*DN*, 4 de Janeiro de 1924.

³⁰⁸*DN*, 22 de Março de 1925.

³⁰⁹*DM*, 13 de Junho de 1925.

periódicos, não eram só de lojas de tecidos mas também de sapatarias, o que nos leva a pensar que, para além de gostar de vestir bem, a mulher madeirense não descuidava o calçado na sua *toilette*.

Nos anos 1926 e 1927, a *Chapelaria Elegante* e a *Chapelaria da Moda* anunciavam no *DN*, enquanto a *Chapelaria Camões* o fazia no *JM*. Estas lojas davam a conhecer as novidades, como quando receberam grandes sortimentos “de chapéus de feltro para senhora nos últimos modelos e em cores variadas”³¹⁰ fazendo publicidade para maior divulgação. A publicidade era uma forma de dar a conhecer a moda dos chapéus. Por exemplo, o chapéu de palha, segundo a loja Londrina era o “mais elegante, fino e durável”, era exclusivo na Madeira e podia ser encontrado na “Chapelaria da Moda”³¹¹. A *Chapelaria Elegante*³¹², anunciando uma exposição, informava ter exposto “ao público o que há de mais moderno em chapéus de feltro mesclados, guarnecidos com penas recebidas directamente de Paris, chapéus-reclame, em feltro magnífico, a preços convidativos”, a casa dispunha de “pessoal habilitado para qualquer concerto (...)”.

No ano seguinte, marcaram presença nos periódicos, a *Alfaiataria Chic*³¹³, que anunciava os seus tecidos, nacionais e estrangeiros, com uma execução perfeita em fatos para homem e para senhora e os *Grandes Armazéns do Chiado*³¹⁴, com uma “grandiosa exposição de novidades de verão (...)” e “os mais lindos tecidos e outros artigos por preços verdadeiramente baratos (...)”. A *Chapelaria Camões*, a *Chapelaria da Moda* e a *Loja das Meias*³¹⁵, por sua vez, anunciavam a sua abertura com novidades para a estação de inverno, onde apresentavam vários artigos, para senhora, homem e criança.

Pela análise feita aos diários locais constatámos que no *Diário de Notícias* era publicada, para os muitos Ingleses que viviam no Funchal, uma página de publicidade e artigos dos mais variados temas, todos em Inglês. Nestas páginas eram apresentadas novidades sobre moda, sobre as lojas da cidade e que lojas poderiam visitar. Neste ano de 1928, voltamos a encontrar a publicidade do *Casino Victoria*, que anunciava o último baile da estação em benefício dos pobres do Funchal, “a maior festa da época promovida pelo casino e patrocinada por uma comissão de senhoras estrangeiras e nacionais que gentilmente aceitaram o cargo de a dirigir”. Em 1929, a publicidade nos periódicos voltou a ser reduzida, mas a loja Primavera destacou-se cativando as senhoras para aquele espaço

³¹⁰*JM*, 14 de Janeiro de 1926.

³¹¹*DN*, 13 de Maio de 1927.

³¹²*DN*, 15 de Dezembro de 1927.

³¹³*DN*, 25 de Março de 1928.

³¹⁴*DN*, 27 de Maio de 1928.

³¹⁵*DN*, 18 de Novembro de 1928.

onde encontrariam tecidos dos mais variados padrões, de diferentes cores e de melhor qualidade, assim, “quem desejava vestir com gosto” não devia perder a oportunidade de ver aquela exposição.

“Loja Primavera”

Uma exposição interessante

No salão do 1.º andar da antiga e conceituada «Loja Primavera» acaba de ser inaugurada uma exposição de fazendas e outros artigos próprios da época.

Esta exposição, como tivemos ocasião de verificar ontem, está sendo muito concorrida.

E' digna de vêr-se, pois que nela figuram fazendas de todas as qualidades, em diferentes côres e padrões, muitas das quais constituem verdadeiras novidades.

Quem desejar vestir com gosto não deve perder a oportunidade de visitar a referida exposição da primavera, na «Loja Primavera», que, como a natureza, se veste, nesta época, das mais ricas e formosas galas...

Figura 22 – Uma loja muito conceituada que apresentava sempre exposições dos seus mais variados artigos de moda. Fonte: *Diário da Madeira*, 24 de Abril de 1929.

E assim entramos na década de 30, época em que, no Funchal, se falava muito sobre moda, dando os periódicos grande importância à elegância feminina através de textos e de imagens. E, nas suas primeiras páginas, tornou-se comum a apresentação de fotografias de senhoras da sociedade funchalense com vestuário da moda sendo esta uma forma de mostrar aquilo que se usava. Por vezes, estas fotografias eram de estrelas de Hollywood, também elas mostrando as tendências, através de conjuntos modernos. Por exemplo, na coluna do *JM* intitulada “*A Nova Moda*”³¹⁶, uma de duas colunas dedicadas a este assunto, foi publicada a fotografia de Anita Page, uma estrela de Hollywood “com um lindo vestido de Sport, em branco e verde”³¹⁷. Esta coluna apresentava “os modelos para a primavera de 1930” mostrando “que os chapéus grandes entra[vam] de novo em moda”. A outra coluna, *A Ultima Moda*, era na página seguinte, era também dedicada aos chapéus de senhora, para

³¹⁶*JM*, 30 de Março de 1930. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

³¹⁷*JM*, 20 de Abril de 1930.

aquela primavera, sendo possível constatar que os pequenos feltros já não apareciam. Nestas duas pequenas colunas comparava-se o que tinha estado na moda e o que passara a estar na moda.

O *JM* compunha-se de seis páginas, na primeira página, encontravam-se as notícias mais relevantes da actualidade mas, por vezes, as referidas colunas sobre moda eram aí publicadas. A segunda e terceira páginas eram dedicadas a artigos e notícias dos mais variados temas e também a alguma publicidade. A quinta e última página eram dedicadas a informações e publicidade, das agências de navegação, dos navios que passavam no porto do Funchal em trânsito para algum país, e que poderiam interessar a algum residente, e a “*Agenda do Leitor*”. Algumas vezes esta página também apresentava anúncios de espaços comerciais, por exemplo: “*Carnaval de Veneza*” situado na Rua do Comércio, n.º 70, o “*Salão Nacional*”, à rua da Carreira, n.º 18 e a “*Casa das Novidades*”, na Rua da Alfândega, n.ºs 64 e 66. Todas estas lojas tinham à venda o que era de mais elegante e de mais *chic* que havia na Madeira, como foi possível constatar através de um anúncio dirigido “à Elite do Funchal (...)”, do *Salão Nacional*³¹⁸, que apresentava “(...) Chapéus Modelos para senhora. Conforme o anúncio há dias publicado neste jornal inaugura-se amanhã a exposição de chapéus modelos para senhora (...)”. Este novo espaço, apresentava duzentos modelos de chapéus vindos de uma casa especialista em Lisboa que obtinha as suas coleções diretamente de Paris. Esta exposição seria a “mais rica coleção até hoje apresentada na Madeira”. Também neste ano, *A Casa das Novidades*³¹⁹, apresentou todas as novidades sobre as últimas criações de moda: “A noticia sensacional de há muito esperada pelas senhoras *chics*, porque revela as ultimas criações de moda (...) as mais recentes novidades em crepes da China, Madrid (...)”

Outro estabelecimento comercial deste género que fez publicidade no *DN* foi a *Loja do Chafariz*³²⁰, que apresentava às suas clientes os artigos estrangeiros e modernos como os *tweeds* ingleses para casacos, as peles, os veludos em fantasia e os veludos de chifon preto. Como já vimos, a moda não era só para as senhoras, era também para as crianças e para os homens. Estes também podiam estar sempre a par do que se usava, com os anúncios das alfaiatarias, caso da *Alfaiataria chic* e da *Alfaiataria de Lisboa*³²¹, que apresentavam uma grande novidade de modelos e tecidos para o vestuário masculino. Nestes alfaiates o cliente só lá ia uma vez, eram tiradas as medidas e as provas eram feitas

³¹⁸*DN*, 14 de Dezembro de 1930.

³¹⁹*JM*, 8 de Junho de 1930.

³²⁰*DN*, 16 de Novembro de 1930.

³²¹*DM*, 3 de Setembro de 1931.

num busto de manequim, considerado a grande novidade para a confecção do vestuário masculino.

Os anúncios continuavam ao longo de todo o ano, e em 1932, algumas das lojas, repetiam os anúncios regularmente. No início de Abril, o *DN* voltava a anunciar uma nova Alfaiataria “*Le Tailleur Moderner*”, com sede em Lisboa, apresentava trajés de *soirrée*, passeio e *sport*, com distinção e elegância através de lindos tecidos nacionais e estrangeiros e pedia aos seus clientes, por não terem sede no Funchal, que procurassem os seus representantes no “ ‘Hotel Golden Gate’ ou nos seus agentes Baptista e Fernandes & C.³²²”. No mês seguinte, com a chegada da nova estação, aumentavam os anúncios e dedicavam-se páginas inteiras a lojas que, através da publicidade, anunciavam as suas novidades para a nova estação de verão, o exemplo do *DN*³²³, que no mês de Maio publicou o anúncio de várias lojas: “*Loja Espírito Santo, Casa Londrina, Loja Clemente e Chapelaria Camões*”, todas davam a conhecer às suas clientes as novidades para o verão de 1932. Anunciavam a existência dos “*Institutos de Beleza*” onde as senhoras podiam cuidar do cabelo e fazer *manicure*, como demonstra o anúncio do *DN*: “Instituto de Beleza. Illidio Granada da Costa e Jeronimo Bastos ex-empregado do cabeleireiro da Casa Perestrelos (...) Participam a todas a Exmas. Senhoras que já se encontra aberto este Instituto de que são gerentes (...)”³²⁴. Ainda nesta página do mesmo jornal, anunciava-se a chegada de novos modelos de sapatos para senhora “em côres da moda” e modelos elegantes para homem, era o “*Calçado da Moda*” anunciado pela *Sapataria Ornelas*³²⁵.

Outro tipo de artigos publicitados na imprensa local, eram as novidades do vestuário íntimo das senhoras, como os da *Loja Espírito Santo*, que anunciou uma grande novidade para senhora, a “afamada cinta em belo elástico de muita duração: modêlo comodo, airoso e vestindo muito bem”³²⁶, este anúncio era documentado com fotografia de uma senhora a usar esta cinta. A mesma loja, em Novembro do mesmo ano anunciava que acabava de despachar sendo exposta no dia seguinte “na nossa secção de sedas: Georgettes estampados, Georgettes lisos, Sedas diagonais, Sedas de alta fantasia para vestidos de *soirée* e baile (...)” e recomendavam os figurinos : “*Grande Revue des modes, Lingerie elegante, Saison parisienne, Costumes manteaux, Revista de la moda*”³²⁷. Aproximava-se o fim de ano e, com ele, os bailes. O Casino Victoria anunciava uma “Grande festa da

³²²*DN*, 2 de Abril de 1932.

³²³*DN*, 15 de Maio de 1932.

³²⁴*DN*, 12 de Junho de 1932.

³²⁵*DN*, 12 de Junho de 1932

³²⁶*DN*, 26 de Junho de 1932.

³²⁷*DN*, 1 de Novembro de 1932.

Passagem de ano, *soirée às 9 horas*³²⁸, e a *Loja Espírito Santo* alertava as suas clientes que tinha à sua disposição “Tecidos para vestidos da noite!!! Mandados vir propositadamente para as festas do Ultimo do Ano”³²⁹. Saliente-se a variedade de artigos tratados nestes anúncios, que iam desde a roupa íntima da mulher, aos tecidos, ao calçado até aos institutos de beleza, o que nos leva a pensar e concluir que eram de grande importância para a mulher funchalense.

O uso de chapéus continuava na moda sendo muito publicitados pelas chapelarias *Elegante*, *Salão Nacional* e *Camões*. O *Salão Nacional*, numa das suas publicidades chamava à atenção da “Elite no Funchal”, para uma grande exposição de modelos: “chegados no vapor ‘Lima’” e pedia a todas as senhoras “de fino gosto, o favor de uma visita ao *Salão Nacional* – Rua Dr. Vieira, n.º 18-1º. Atenção: Esta exposição só abre no dia 15, por ainda não terem saído da alfândega os ditos modelos”³³⁰.

Em 1933, no *DN*, a *Loja Espírito Santo* anunciava as suas novidades “o ultimo grito de Paris – renda para vestidos *Peau D’ange* (pele d’anjo). Vêr o nosso figurino, a revista de la moda do presente mês, que traz um elegante vestido com este artigo (...)” na realidade “(...) preferir este estabelecimento é ter a certeza que compra o melhor e que está sempre em contato com as ultimas novidades”³³¹. No mês de Novembro, outra loja anunciava as novidades recebidas, era a *Madeira House*. Lançava a sua *Secção de Modas*: “Ultimas novidades de Londres e Lisboa. Fazendas, vestidos, chapéus, sapatos, meias, malhas, perfumaria, etc. Rua do Betencourt, 6”³³², uma secção que apresentava tudo o que uma senhora precisava.

Entre 1934 e 1937 a publicidade seguiu a mesma linha, contudo, surgiram alguns anúncios originais e algumas novidades, na área da moda, a *Loja Primavera*, por exemplo, anunciou que em relação às *toilettes* das senhoras “(...) a moda feminina deste inverno é um tanto caprichosa mas duma suprema elegância. Assim os *tailleurs* e os casacos de agasalho são de tecidos de lã, lisos (...) em côres da moda, (...) a côr azul (...)”³³³. Estas novidades podiam ser encontradas na *Loja Primavera*.

Ao chegar a estação do renascer da natureza e das flores, no primeiro de Abril, a *loja Primavera* anunciava que na próxima terça-feira, dia 2, iria expor “no seu salão de modas um grandioso sortimento de lindíssimas e vaporosas fazendas próprias para esta estação, o

³²⁸*DN*, 29 de Dezembro de 1932

³²⁹*Idem*.

³³⁰*DN*, 13 de Novembro de 1932.

³³¹*DN*, 2 de Abril de 1933.

³³²*DN*, 8 de Novembro de 1933.

³³³*DN*, 1 de Novembro de 1934.

que há de mais *chic* e moderno, das principais procedências da moda (...)"³³⁴. E no dia 19 de Abril, perguntava às suas clientes “V. Exas. Desejam vestir com bom gosto?” porque esta loja “acaba de despachar mais um grande sortimento de *Organdis*, *Granadines*, *Etamines*, tudo isto em ricos estampados que são verdadeiros mimos de beleza e bom gosto. *Eponges* de seda em finas cores. Alta novidade a preços de reclame”.

E assim eram anunciadas as novidades recebidas pelas lojas no Funchal. Em 1935, as senhoras, podiam seguir a moda através da publicidade feita pelas lojas: *sapataria Elite*, *Maison Blanche*, *a Voga*, *a Loja Primavera*, *a Loja Faria* e pelos *Ateliers de Modas*, que nesta altura se apresentavam nos periódicos com várias modistas de diversas especialidades na confeção das roupas de senhora, de homem e de criança. Em 1936, apareceram muitos anúncios de modistas francesas, todas querendo prestar o melhor serviço, como *Madame Boriel* e *Madame Lambert*, à Rua da Ponte Nova, “que executa “trabalhos de modista, com maior perfeição”³³⁵.

Neste ano mantinham-se as mesmas lojas, mas voltavam a aparecer algumas novidades, como a *Chapelaria Relva*, *a Loja Dois Amigos* e *Henri Garat*. Este último, situava-se à Rua do Sabão e era considerado “o galã da moda, que apaixonava e seduz na sua graça. *Paulie Henri Garat*, autêntica novidade, que marca a elegância mais excêntrica e assombrosa. Grande sucesso de venda”³³⁶. Para além das revistas francesas mencionadas em alguns anúncios de lojas comerciais, encontram-se também anúncios, nos vários periódicos, daquela que era, então, a revista feminina mais conhecida: a “*M&B*”. Era assim anunciada a sua chegada à banca “*Bureau de la presse*” e algumas das vezes tornava-se público o agradecimento no periódico, veja-se um dos anúncios: “*Modas & Bordados*, recebemos o numero 22 do corrente, do interessante semanário «*Modas & Bordados*» (vida feminina)”. Todas as secções eram consideradas de muito interesse para as senhoras: “(...) pois que lhes proporciona leitura apropriada e as ultimas novidades da moda em vestuário. Agradecemos o exemplar gentilmente enviado a esta redacção”³³⁷.

Em 1937 chamava-se à atenção das senhoras para a *Alta Costura*³³⁸, que representava uma grande novidade. A única casa do género, no Funchal, era o *Salão Rosa* que apresentava uma secção, a cargo de uma artista Italiana, “*Elena Bernasconi*” que tinha o curso daquela especialidade da costura, tirado em Genebra. Um anúncio muito interessante

³³⁴DN, 1 de Abril de 1934. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

³³⁵DN, 8 de Julho de 1936.

³³⁶DN, 23 de Fevereiro de 1936.

³³⁷DN, 30 de Janeiro de 1936.

³³⁸DN, 07 de Março de 1937.

que divulgava vários artigos ao mesmo tempo, como chapéus, roupa interior, bordados em *crochet*, veja-se na imagem que se segue:

1.^a Exposição

das suas novas
SECÇÕES
de COSTURA
Rua da Carreira, 94



Salão Rosa

4.^a FEIRA

Rua da Carreira, 94

Chapéus
Sempre as **ULTIMAS NOVIDADES**.
Confecção e remodelação, por pessoal competente.
Direcção de
D. BELA DE OLIVEIRA

Roupa interior e cintas
Confecção de todo o género de costura interior para senhora e crianças em tecidos da casa ou da cliente. Confecção de cintas.
Secção dirigida por
D. HENRIQUETA RODRIGUES
(Modista com longa prática)

ALTA COSTURA
Secção a cargo da artista italiana
ELENA BERNASCONI
diplomada com o curso de ALTA COSTURA em GENEVRA (SUÍÇA)

Em Exposição
Alguns dos mais interessantes e **MODERNOS ARTIGOS** confeccionados no
SALÃO ROSA

Bordados em Crochet
O **Salão Rosa** também apresenta grande variedade em artigos deste género: Cabeções, luvas, palas para camisas e combinações, viras para lençóis, etc., etc.

o Salão Rosa é a única casa, no genero, do Funchal

Figura 23 - Fonte: *Diário de Notícias*, 7 de Março de 1937.

Foi neste ano que os dois periódicos, *Diário da Madeira* e *Diário de Notícias* apresentaram às funchalenses as suas novas secções femininas, o *DM*, em Abril, apresentou a rubrica “*Página da Mulher*” e, em Outubro, o *DN* o seu “*Suplemento Feminino*”. Por esta data começava a beleza feminina a ter maior ênfase, e as autoras destas colunas a aconselhar como manter uma pele branca e emagrecer de uma forma rápida e fácil, temas apresentados, entre outros, nestes Suplementos. Sugeriam ainda produtos de beleza e davam conselhos práticos às senhoras. O anúncio seguinte exemplifica a apresentação de um produto de emagrecimento:



Figura 24 –Anúncio de pastilhas para emagrecer.

Fonte: *Diário da Madeira*, 16 de Junho de 1937.

Os últimos dois anos, 1938 e 1939, por antecederem a Segunda Guerra Mundial, foram considerados anos de muita atividade, quer nos periódicos, quer na vida social dos madeirenses, verificou-se neste período um aumento da publicidade nos jornais e dos Suplementos Femininos. Surgiram novas casas comerciais, como a *Casa Campos*, a *Casa Tavares*, a *Loja “Chapeaux Elegants”*, a *Casa Faria*, a *Loja Dois Amigos*, a *Exposição Alemã*, a *Chapelaria Inglesa*, a *Loja das Meias*, o *Salão Londrino*, o *Salão Novidades*, entre outras. Estas lojas anunciavam a chegada de todas as novidades, incluindo novos tecidos, veja-se o exemplo, de quando foram recebidos como grandes novidades da moda

os novos tecidos suíços “Organdy Cloque”³³⁹ e “Organdy de Fantasia”³⁴⁰. A semana das malhas e a chegada de novos modelos de chapéus, continuavam também a ser anunciadas nos jornais locais e havia uma maior circulação de informação e de materiais. A revista “*Modas & Bordados*” era recebida com mais frequência, e a sua chegada era por vezes anunciada na coluna intitulada, “*Vida Feminina*”, informando que: “Por intermédio da agência o «*Século*», nesta cidade, recebemos o n.º 1360, desta interessante revista feminina. Agradecemos”³⁴¹.

Abriam novos salões de modas onde eram apresentadas as mais recentes novidades para a presente estação, com novas linhas dentro da arte do vestir que ilustrava o espírito da época³⁴², veja-se: “*Blanchette Gris*, Chapéus para Senhora. Abertura de um novo espaço *Salão de Modas*, onde se apresenta a mais recente novidade em chapéus e modelos para a estação. *Loja Chapeaux Elegants*, Rua Nova de São Pedro, 21”. No primeiro daqueles anos (1938), um anúncio emitia a opinião de um fabricante de tecidos dizendo que “Um bom tecido é três vezes mais económico”³⁴³, e os seus eram da mais alta qualidade e de melhor gosto. Neste mesmo dia e no mesmo do periódico, publicidades de diferentes casas: *Faria*, *Tavares* e *Loja Dois Amigos* anunciavam, à semelhança dos outros estabelecimentos, a chegada de novos tecidos e chamavam a atenção dos seus clientes para aqueles que eram tendência da nova estação. E se a mulher funchalense queria saber tudo sobre tendências, também se preocupava com os conjuntos que vestia, combinando sempre as cores. As lojas tentavam ajudar nesse aspecto considerado tão importante para o público feminino, com pequenas sugestões como a da “*Chapelaria Inglesa* [que] Acabou de receber as últimas criações em chapéus das melhores casas de Modas, de Lisboa e Paris, (...) magnífica oportunidade em obter as cores a condizer com as vossas toilettes (...)”³⁴⁴.

Em Outubro de 1938, “o Verão findou e o Inverno ressuscita”³⁴⁵, ou seja, as lojas começaram a apresentar as lãs para vestidos e tailleurs, de bela qualidade e nas cores da moda. E esta não era só para a mulher, era também para o homem, que queria ser moderno e estar informado das novidades, como a gabardine: “*Pebrá* [...] que tem obtido um grande sucesso nas principais cidades do nosso país, [e] já se encontra, finalmente, à venda na

³³⁹DN, 3 de Abril de 1938.

³⁴⁰DN, 1 de Maio de 1938.

³⁴¹DN, 8 de Março de 1938.

³⁴²DUARTE, Cristina L. (2004), p.133.

³⁴³DN, 14 de Abril de 1938. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

³⁴⁴DN, 23 de Outubro de 1938.

³⁴⁵DN, 12 de Outubro de 1938.

Madeira. *Pebrá* é impermeável e de talhe moderno (...)”³⁴⁶. E, dirigido às senhoras, anunciava-se “Exposição de Modelos. Adelina Guerra, Ex-Première duma das primeiras casas de chapéus de Lisboa, inaugura depois de amanhã uma exposição dos últimos modelos de chapéus na Rua Nova de São Pedro, 7”³⁴⁷.

Recebiam-se novos tecidos e anunciavam-se as chamadas “rebaixas”, durante os meses de Janeiro, Fevereiro e Março, faziam-se as “grandes rebaixas” e estas eram anunciadas nos periódicos: “Grande Rebaixa. A loja Primavera previne os seus estimados clientes e o público em geral, que inicia amanhã, sábado, a sua grande rebaixa de preços (...)”³⁴⁸.

Com o lançamento dos Suplementos Femininos, notou-se algum decréscimo na publicidade, ainda assim, havia algumas lojas que continuavam a apostar nesta forma de informar o seu público feminino, como o “*Salão Rosa*” que apresenta desta forma a moda dos chapéus: “um chapéu novo pode-se usar com um vestido fora de moda, mas ao inverso, um chapéu fora de moda, inutiliza completamente um vestido novo”³⁴⁹. Os espaços comerciais para além de conhecerem as tendências, sabiam o que combinava melhor numa toilette e assim aconselhavam as suas clientes sobre a melhor indumentária e respetivos acessórios.

Neste período entre guerras e através desta análise, pode concluir-se que o Funchal era uma cidade onde a população feminina estava muito bem informada sobre a evolução da moda, podendo afirmar-se que até a classe média se incluía neste conhecimento, muitas vezes produzindo o seu próprio vestuário. Pelo porto do Funchal, passavam diariamente muitos navios que aqui desembarcavam muitas e diversas mercadorias respeitantes ao assunto deste estudo tais como, tecidos, revistas e todas as novidades que chegadas do exterior, mais propriamente da capital da moda, Paris.

³⁴⁶DN, 8 de Novembro de 1938.

³⁴⁷DN, 9 de Novembro de 1938.

³⁴⁸DN, 6 de Janeiro de 1939.

³⁴⁹DN, 1 de Novembro de 1939.

3.3.4.2. Máquinas de costura

A invenção da máquina de costura é considerada importante para a evolução e para a história da moda e como referido no capítulo dois desta dissertação, a primeira tentativa de construir máquinas de coser remonta a 1755 com Karl Wiesenthal. Nas décadas seguintes, seria a vez do francês Krems e do austríaco Madersperger, que também o tentaram, isto até 1830, quando o costureiro francês Barthélemy Thimonnier dá forma a esse desejo e constrói a primeira máquina de costura³⁵⁰. Assim nasce a primeira sociedade e a primeira oficina para a construção em série de máquinas com esta finalidade.

Em meados do século XIX, é a vez do americano, Isaac Singer, dar forma à primeira máquina Singer, com modelo moderno e um sistema de vendas baseado em pagamentos a prestações que permitiu a sua distribuição e fácil acessibilidade das pessoas a este bem, por todo o mundo.

No período entre guerras (1918-1939) e na análise efetuada aos periódicos, verificou-se a existência, também no Funchal, de publicidade da máquina Singer, sendo que esta parecia ser a mais vendida, a mais utilizada e a preferida pelas senhoras do Funchal. Localizámos nos jornais locais, entre 1919 e 1927, vários anúncios de máquinas de costura. Um deles dizia o seguinte: “Máquinas “Singer”, para coser, 38 – Rua da Alfandega – 44. Em exposição lindos modelos de variadíssimas classes: Bobine central – Bobine horizontal e Lançadeira. Todos os modelos a: 7\$50 Semanais (...)”³⁵¹. Constata-se por este anúncio a presença da máquina Singer à venda nas lojas desta cidade, e as facilidades dadas para a sua aquisição com pagamentos semanais, tal como havia sido desejo do seu promotor.

Estas máquinas apresentavam-se em variadas classes, sendo elas *Bobines Horizontais*, *Bobines Centrais*, *Domestica Lançadeira Vibrante e Lançadeira Aperfeiçoada*. As senhoras ao adquirir uma máquina tinham a oportunidade de aperfeiçoar as suas habilidades para costurar, através de formações dadas pela própria companhia Singer, que tinha em vista o aperfeiçoamento da mulher portuguesa na vida moderna³⁵².

Através destes anúncios, verificou-se que eram comercializadas neste período três marcas de máquinas de costura que, para além da máquina Singer, em 1920, era a Köhler que se apresentava como sendo:

³⁵⁰ BALDINI, Massimo (2006), p.14.

³⁵¹DM, 30 de Janeiro de 1927.

³⁵²DN, 5 de Junho de 1927.

“A melhor joia que hoje se pode obter por um preço mínimo, o melhor dote com que um bom pae pode contemplar suas filhas, o melhor móvel que um chefe de família deve ter em sua casa e que lhe fará poupar rios de dinheiro, é uma máquina de costura, universalmente reconhecida como Duradoura, Sólida, e de fácil manejo. Estas acreditadas máquinas acabam de chegar da Alemanha, com todos os seus acessórios, e encontram-se á venda nesta cidade”.

E, em 1932, a “Husqvarna – uma máquina incomparável, funcionamento leve e suave, grande rapidez, agulhas curtas, bobine grande, solidez e precisão. A que mais se presta para bordar (...)”³⁵³, uma marca de máquinas fundada em 1689 na Suécia³⁵⁴.

Por fim, em 1937, foi apresentada a considerada “Rainha das Máquinas”³⁵⁵, criada em 1862 por George Michael Pfaff, em Kaiserslautern, Alemanha. Tinha um “lindo aspecto da mais alta elegância”, um funcionamento silencioso e era de longa duração. Pelo anúncio, tinha sido recebida no Funchal: “Uma grande coleção destas excelentes máquinas (...)”.

A máquina de costura, tornou-se fundamental para qualquer jovem em idade de casar, o melhor dote que esta poderia ter e o melhor investimento que um chefe de família poderia fazer, porque desta forma poderia economizar nas roupas da família.

Foi realmente de grande importância, para a mulher, a máquina de costura, pois as informações sobre as tendências da moda chegavam através das Crônicas, das Revistas e dos Suplementos Femininos, e como já referimos, traziam *croquis* que as senhoras podiam copiar fazer ou pedir às suas modistas que os reproduzissem para si.

³⁵³DN, 9 de Outubro de 1932.

³⁵⁴<http://www.husqvarna.com/pt/construction/company/history>.

³⁵⁵DM, 27 de Junho de 1937. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas deste periódico.

3.3.5. O comércio dos tecidos

“A moda é a sublime deformação da natureza, um incessante e repetido esforço de lhe dar novas formas”

Valerie Steele³⁵⁶

“As modas mais não são do que um espelho dos costumes da época”

J. Laver³⁵⁷

3.3.5.1. Firmas (estrangeiras, nacionais e regionais).

Em relação às Firmas existentes no período em estudo (1918-1939), foram encontradas, entre 1923-1926, no “*Registo do movimento de mercadorias entradas e saídas (diário) 1923-1926*” da Alfândega do Funchal (Liv.º 294 – Março de 1923 a Julho de 1926), com cerca de 21 empresas sendo, destas, 13 portuguesas e 8 inglesas. Notou-se um crescimento do seu número em 1924, de que decorreu, certamente, um maior movimento comercial no Funchal, o que se demonstra no gráfico 1.

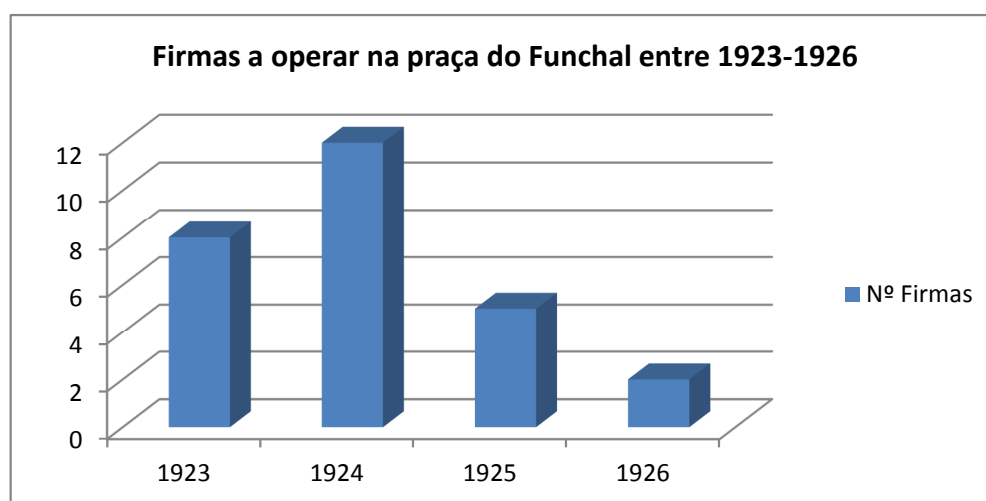


Gráfico 1 - Registo do movimento de mercadorias entradas e saídas, Alfândega do Funchal, Liv.º 294.

³⁵⁶ STEELE, Valerie (1995), *apud* ALVIM (2005).

³⁵⁷ LAVER, James (1996), *apud*, ALVIM (2005).

Sendo as empresas existentes maioritariamente portuguesas, verificou-se que o número de casas de comércio estrangeiras, instaladas no ano 1924, foi significativo, sendo que ultrapassa o número das portuguesas. No ano 1923, existiam três empresas estrangeiras, e no ano de 1925 o seu número desce consideravelmente. Nesta análise foi também possível perceber que não existia um número representativo de empresas regionais, o que podemos observar no gráfico 2:

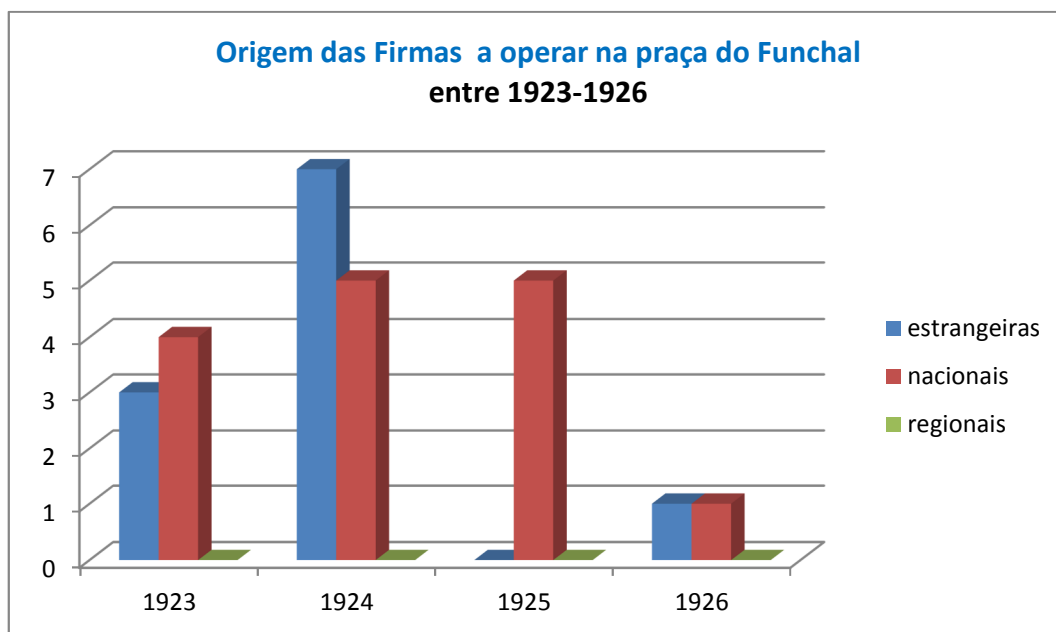


Gráfico 2 - Registo do movimento de mercadorias entradas e saídas, Alfândega do Funchal, Liv.º 294.

No segundo período analisado, 1932-1936, o número de empresas foi muito superior ao anteriormente analisado e, de um total de 138, que desenvolviam a sua actividade comercial no Funchal: 89 eram portuguesas, 48 eram estrangeiras e apenas 6 eram madeirenses. Estes dados foram apurados pela consulta dos Livros de “*Registo do movimento dos bilhetes de despacho de mercadorias estrangeiras – despachos de armazenagem, 1932-1936*”, da Alfândega do Funchal (Liv.º 315 – 31 de Agosto de 1932 a 30 de Agosto de 1934; Liv.º 316 – 30 de Agosto de 1934 a 31 de Julho de 1936).

Destes livros se conclui que, relativamente às empresas existentes, estas eram maioritariamente portuguesas, face às estrangeiras e às regionais.

Verificou-se ainda que algumas das firmas em atividade no período 1923-1926, não apareciam nos documentos analisados no período 1932-1936, salvo a exceção da firma “*Alfredo Marques Ferraz*”, portuguesa, que estava também presente nos documentos analisados do ano 1935. Um outro exemplo foi a “*J. V. Maltez*”, que consta nos

documentos do “*Registo do movimento de mercadorias – entradas e saídas (diário)*” de 1923-1924 e volta a aparecer no “*Registo do movimento dos bilhetes de despacho de mercadorias estrangeiras*” (Liv.ºs 315 e 316 da Alfândega do Funchal), nomeadamente nos anos 1933-1935.

No período analisado, algumas destas empresas não têm registo de actividade. Isto, poderá não querer dizer que tivessem suspenso a actividade mas sim que tivesse havido “*alteração de pacto social*”³⁵⁸ das mesmas e, em consequência disso, alterado o nome com que giravam na praça. Exemplifica isto a empresa “*G. Farra & Lda*” que manteve actividade nos anos 1934-1935 e mais tarde, por “*alteração de pacto*” passou de *J. Garra & Cª Lda*. para *Missobni & Farra Lda*” e, ainda, para “*Massabni & Farra Limitada*”³⁵⁹, esta última entrando em actividade em 1936.

Uma outra empresa, que sofreu algumas alterações na sua constituição social e que estava sempre presente nos anúncios dos periódicos regionais, foi a “*A Tavares & C.ª*”. Esta sociedade, constituída a 21 de Maio de 1921, tinha sede no Funchal, o seu objecto era o comércio de fazendas, tanto nacionais como estrangeiras, e girou sob a designação de “*Tavares e Companhia*”. Mais tarde, a 4 de Abril de 1936, alterou o seu pacto social passando a chamar-se “*Tavares e Companhia Limitada*”, mantendo o seu objeto.

No que respeita ao número de firmas a operar na praça do Funchal no período 1932-1936, o gráfico 3 mostra-nos que o número de empresas portuguesas, estrangeiras e regionais em actividade, aumentaram consideravelmente em relação ao período anteriormente analisado. Note-se que o número de empresas regionais também aumentou, em 1932 existia apenas uma, em 1934 tínhamos cinco empresas e já em 1935 existiam seis para em 1936 o número de firmas existentes serem quatro.

³⁵⁸ Termo técnico usado para definir as características da constituição de empresas, o nome com que giravam nas praças comerciais, o seu objecto e sede, o que era estabelecido por contrato notarial.

³⁵⁹ ABM, *Notariais*, 1.º Cartório Notarial do Funchal: Notário Frederico de Freitas, Cota 7806, 188-B.

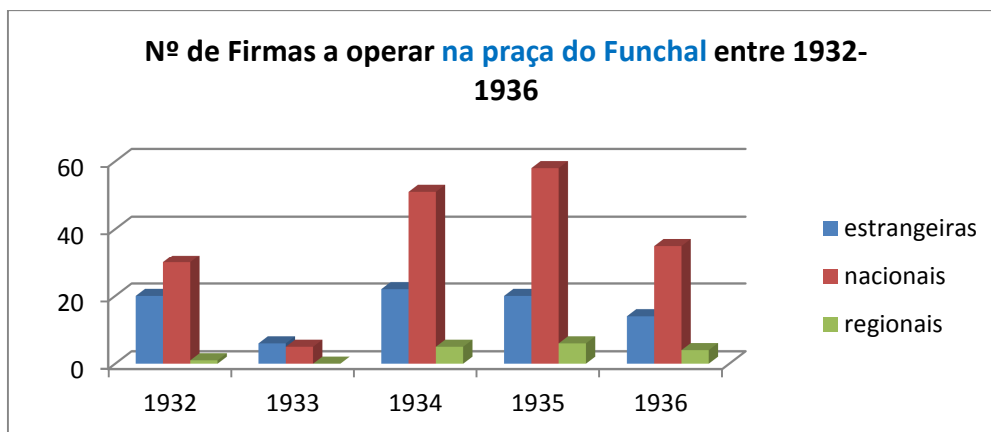


Gráfico 3 – Registo do movimento dos bilhetes de despacho de mercadorias estrangeiras, despacho de armazenagem, Alfândega do Funchal, Liv.ºs 315 e 316.

Os dados relativos ao número de empresas existentes foram apurados a partir da investigação feita na documentação da Alfândega do Funchal, onde, para além de constatarmos quais as empresas que mantinham atividade comercial nesta cidade, também foi possível averiguar: que tipo de mercadorias entravam no seu porto, a sua procedência e o seu destino, quando saíam da Madeira.

Assim sendo, na tabela n.º 2, apresentada nos Anexos³⁶⁰, pode-se inferir que, relativamente às embarcações utilizadas a nacionalidade era maioritariamente portuguesa, representando 57% do total, no entanto, é expressiva a percentagem dos barcos de nacionalidade estrangeira nomeadamente alemã e inglesa. No que diz respeito ao destino das embarcações, neste processo de navios e mais especificamente na informação que consta nas caixas n.º 1 a 40, as embarcações com destino a Lisboa e a Canárias representavam 29%, sendo que 14% representavam, respetivamente, as que se destinavam a Ponta Delgada, Angra e Bromaen.

Quanto à origem das embarcações, 29% vinham maioritariamente de Lisboa e de Rotterdam, enquanto 14% vinham de S. Vicente, Açores e Antuérpia, respetivamente. As mercadorias recebidas eram variadas. Neste período, mais concretamente entre 1930 e 1933, foram recebidos tecidos e mantas de seda, sendo que 30% delas não foram registadas.

Numa outra caixa de processos³⁶¹, onde constava a caixa n.º 1 e os respetivos processos n.º 1 a 43, no período entre 1928 e 1930, é possível inferir que as mercadorias que passavam pelo Porto do Funchal eram: linhos, fazendas estampadas, outros tecidos e

³⁶⁰ Ver Anexos, Tabela n.º2.

³⁶¹ Ver Anexos, Tabela n.º 3.

materiais não especificados no registo. Já nesta caixa, a procedência dos navios e consequentemente a dos materiais era outra, 67% vinham de Lisboa, e 17% tinham como país de origem o continente americano ou Lisboa. O destino era maioritariamente Ponta Delgada com uma representação de 33% e os restantes destinos eram Angra, Horta e São Jorge/Calheta que representavam em percentagem, 17% respetivamente.

Desta análise é também possível concluir que algumas destas embarcações vinham muitas vezes do continente americano³⁶², do continente africano, da Cidade do Cabo e outras tinham como origem Liverpool e Southampton, sendo que nestes casos os barcos eram de nacionalidade Inglesa e representavam 33% dos destinos. Neste caso, os materiais encontrados em registo eram botões, tecidos de linho e materiais de lã.

Esta análise da documentação da Alfândega do Funchal, referenciou-se ao período deste estudo, sendo que em alguns anos de nosso interesse não foram encontrados documentos que retratassem a comercialização de materiais relacionados com o nosso objeto e em alguns dos documentos a informação era insuficiente, ou seja, faltavam-lhe pormenores descritivos necessários.

Em 1938, na caixa n.º 122³⁶³, dos Processos de Navios, n.º 1 a 36, os materiais registados eram: tecidos de linho (30%), malhas (10%), linho cru (30% e outros tecidos (30%). Tinham todos como origem Lisboa e como destino: São Miguel, 40%; Terceira, 30%; Ponta Delgada, 20% e Angra, 10%. Ainda neste ano, 1938, os materiais encontrados neste registo eram, na sua maioria, tecidos de algodão branco e tecidos de linho. Já em 1939, no processo n.º 1 a 17 da caixa n.º 160³⁶⁴, as transações tinham um maior volume, podendo constatar-se que 92% vinham de Lisboa, 4% de Cape Town, África do Sul e 4% de São Vicente de Cabo Verde, o destino final era a Madeira e a nação de bandeira destas embarcações era: 92% portuguesa e 8% inglesa. Quanto aos materiais, na sua maioria eram tecidos em geral, sendo que, 4% eram chapéus e outros e 4% a jornais.

No ano 1938, notou-se, na análise feita aos documentos da caixa n.º 129³⁶⁵, que 30% dos materiais eram tecidos de linho, linho cru e outros tecidos não especificados no documento, em termos percentuais: 10% eram malhas, materiais que vinham de Lisboa; 40% tinham como destino São Miguel; 30%, a Terceira; 20%, Ponta Delgada e 10%, Angra. Já em 1939, nos documentos da caixa n.º 173³⁶⁶, curiosamente os materiais estavam

³⁶² Ver Anexos, Tabela n.º 4.

³⁶³ Ver Anexos, Tabela n.º 5.

³⁶⁴ Ver Anexos, Tabela n.º 6.

³⁶⁵ Ver Anexos, Tabela n.º 1.

³⁶⁶ Ver Anexos, Tabela n.º 7.

identificados como tecidos em geral, vinham de Lisboa, à semelhança da análise anterior e tinham como destino a Madeira.

Foram ainda consultados os livros de *Registo de entrada e saída de embarcações*³⁶⁷ em que constam informações para o período: 1889 a 1934. Nestes livros encontravam-se os seguintes dados: *data de entrada, contra marca, qualidade da embarcação, nome do capitão, procedência, entrada, receber carga, saída, destino, tonelagem bruta e líquida e observações*. Neste livro, em particular, as informações não eram apresentadas de uma forma explícita e não especificavam os produtos transacionados. O mesmo acontece com o Livro n.º 196 (2 de Janeiro 1936 a 31 de Dezembro de 1936), do qual também não consta informação pormenorizada sobre as mercadorias entradas. O *Mapa de Direitos de importação e exportação*, do Livro n.º 231 (Julho de 1933 a Junho de 1934), é também um exemplo da situação atrás mencionada, neste livro, encontram-se apenas valores de importação e exportação, sem descrição dos artigos ou mercadorias importadas.

No *Registo do movimento de mercadorias*³⁶⁸, 1923-1926, encontramos informações interessantes sobre os produtos transacionados, tanto no que diz respeito à sua origem como ao seu destino. As mercadorias eram recebidas por representantes, que na realidade eram as firmas aqui exercendo a sua atividade, nomes como: *João V. Maltez, Mallouk, H. C. Payno, Jose L. Castro, Bardowill Bros.*, entre outros, representavam quem recebia os diversos materiais que chegavam ao Porto do Funchal.

Nestes registos encontramos, também, uma grande diversidade de materiais: tecidos de algodão, tecidos de linho, tecidos de linho e algodão, botões, tecidos de seda, amostras de tecidos, tecidos de linho adamascado, tecidos de algodão e veludo, estampas, entre outros.

Um outro dado considerado importante nesta investigação são as máquinas de costura, também elas recebidas no Porto do Funchal. No levantamento realizado na documentação da Alfândega³⁶⁹ encontramos referência a algumas máquinas que foram recebidas nesta ilha: uma em 1932 com a marca MAG e cinco com a marca HBC sendo o seu importador Axel Rasmussen. Esta informação realça a importância que estas máquinas tinham para as funchalenses, tema este já analisado no capítulo anterior.

³⁶⁷ABM, Alfândega do Funchal, *Registo de entrada e saída de embarcações 1889-1934*, Liv.º 149 (24 de Julho 1922 – 9 de Dezembro 1924) e Liv.º 150 (24 de Janeiro de 1933 – 31 de Janeiro 1934).

³⁶⁸ABM, Alfândega do Funchal, *Registo do movimento de mercadorias entradas e saídas* (diário) (1923-1926), Liv.º 294, Março 1923 – Julho 1926.

³⁶⁹ABM, Alfândega do Funchal, *Registo do movimento dos bilhetes de despacho de mercadorias estrangeiras-despachos de armazenagem*(1932-1936), Liv.º 315, 31 de Agosto 1932 – 30 Agosto 1934.

Através da investigação realizada concluímos que, pelo Porto do Funchal, passavam muitas embarcações de proveniências diversas como: Lisboa, Inglaterra, Canarias, Açores e de outros portos e que, muitas delas, se dirigiam para o continente Americano. Pudemos também concluir, que o Porto do Funchal era, indiscutivelmente, um ponto de passagem e de escala entre os dois continentes, Europeu e Americano.

Eram muitos os “Recebedores” ou comerciantes que, na Ilha recebiam e expediam mercadorias no período em análise e que eram comercializados tecidos como: algodão, linho, seda, estampas, veludos, amostras de tecidos, etc. No entanto, na análise efetuada ao tipo de materiais recebidos, não foram encontrados registos de muitos chapéus, o que nos leva a acreditar que este acessório poderia ter entrado clandestinamente no Funchal.

Num texto de Maria da Conceição Vilhena³⁷⁰, sobre os estrangeiros na Madeira, a autora menciona que: “As ilhas atlânticas foram conhecidas pelos mercadores europeus desde o início do seu povoamento”, diz também que existem vários trabalhos feitos a partir de documentos existentes em arquivos, sobre os produtos mais procurados e sobre o número de barcos que aportavam na ilha da Madeira. Podemos, com esta afirmação, concluir que este Porto era com certeza muito visitado e os mercadores que aqui aportavam “falariam certamente das belezas da ilha e do seu clima temperado” e certamente também falariam de como o Funchal era cosmopolita.

³⁷⁰ VILHENA, Maria da Conceição (1992), pp.5-15. Até referências em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

4. PROJETO

4.1. Apresentação, objetivos e enquadramento do projeto

Tendo em conta a importância da cultura e da moda na sociedade, este projeto visa reunir estas duas áreas, porque enquanto a cultura é sólida e faz parte de uma história e de um espaço, a moda é criadora, inovadora, capaz de críticas, elogios mas também capaz de introduzir “mudança”.

Consiste o projeto a que nos propusemos na realização de um programa para televisão, que reúne convidados: da área das Artes, o artista plástico Marco Fagundes; da área da Moda os Estilistas Patrícia Pinto e André Correia; da área da história e cultura, o Professor Paulo Miguel Fagundes de Freitas Rodrigues, a Professora Ana Margarida Falcão e a Dra. Helena Araújo, Diretora do Museu Vicentes; da área de televisão e representação, o Ator e Realizador António Plácido. Este debate será apresentado e moderado por mim.

O evento terá lugar no Centro das Artes – Casa das Mudas, um espaço cultural que pode acolher não só exposições como encontros desta natureza.

Foi pedido aos convidados das artes plásticas e da moda que, livremente, criassem algo relacionado com o tema desta Dissertação: “*Cultura e outros tecidos: contributo para o estudo sobre a evolução do vestuário e a moda na Madeira, no período entre guerras, 1918-1939*”. Apenas teriam de respeitar a baliza do tempo: 1918-1939.

Para além da exposição dos trabalhos destes convidados, promovemos junto da Dra. Helena Araújo, Diretora do Museu Vicentes a exposição de algumas peças de vestuário deste museu, assim como algumas fotos do seu acervo, que ilustrem a sociedade funchalense, do mesmo período.

Este evento contará com a cobertura da RTP Madeira, mais concretamente do Programa Passeio Público, um programa que tem uma forte componente social e de moda, que tenta sempre acompanhar o que, na Região, é mais recente e inovador.

O evento terá lugar numa das salas do Centro das Artes - Casa das Mudas, como pode ver-se nas fotografias que se seguem por considerarmos este espaço o ambiente perfeito para a realização de um programa de debate televisivo como o que se pretende neste projeto.

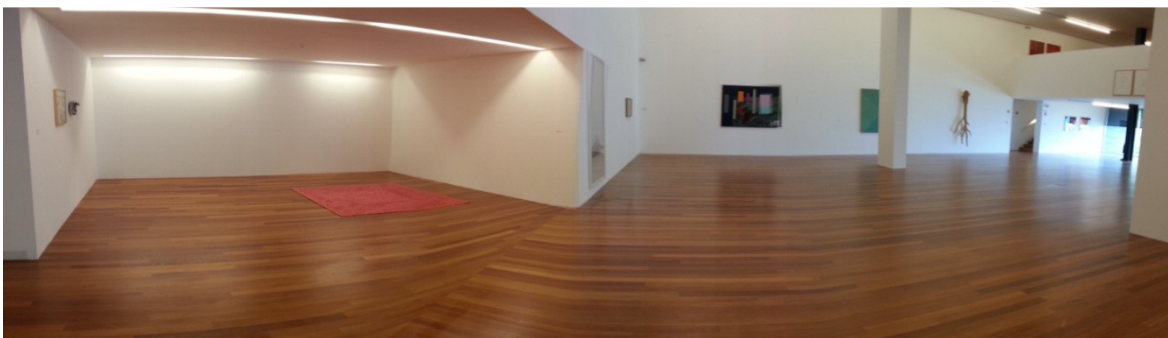


Fig. 25 - Sala de exposições do Centro das Artes Casa das Mudas, onde pretendemos realizar este evento.

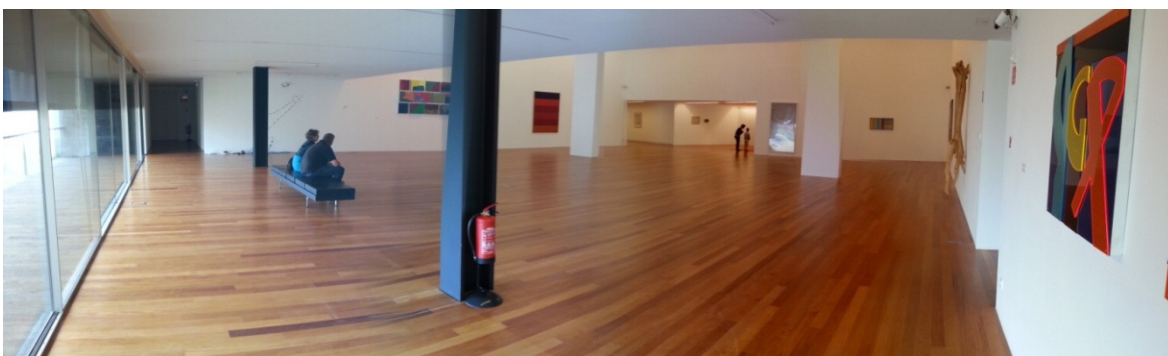


Fig. 26 - Outra perspetiva da sala do Centro das Artes Casa das Mudas, onde pretendemos realizar este evento.

Esta sala estará dividida em três cenários distintos, para os quais contamos com a colaboração de alguns comerciantes do Funchal. A loja Intemporâneo decorará, a um lado, uma sala de estar; noutra área haverá um cenário criado para a televisão e também para as conversas; num outro estarão em exposição as peças criadas pelos estilistas e pelo artista plástico; as fotos, bem como as peças do Museu Vicentes, serão colocadas num outro recanto da sala.

Por fim, as entrevistas, as conversas e a gravação para o programa, têm como objetivo, trocar ideias com os convidados sobre as criações que suscitámos e sobre as suas opiniões relacionadas com a moda no Funchal. Pretende-se nesta conversa “cruzar” as diferentes áreas de saber dos intervenientes. Isto leva-nos ao objetivo principal do evento que é o debate ou conversa entre os convidados e o público participante simplesmente curioso do tema, ou com formação em diferentes áreas, nomeadamente, da arte, da moda e da cultura, as três áreas consideradas “veículos” de informação, de cultura e de saber.

A evolução de uma sociedade e o conhecimento de uma cultura podem ser estudados tanto através da arte como da moda. É o exemplo da arte da segunda metade do século XX, que era “plural, indistinta e instável (...) Refém de um campo social, cultural e institucional, mas também um campo económico aparentemente cada vez mais específico, difundiu-se, mediatizou-se e democratizou-se como nunca”, como nos diz Jean-Louis Pradel em *A Arte Contemporânea*³⁷¹. Se, por um lado, a arte e até a moda podem apresentar novas ideias ou diferentes perspetivas do mundo, bem como acompanhar o crescimento de uma sociedade e até mesmo “criticar” o que está mal, também podem ser “prisioneiros” de um sistema social, cultural ou institucional. No que diz respeito ao público-alvo, segundo António Pinto Ribeiro, devemos utilizar com prudência o termo “público” “(...) para designar os destinatários de uma programação, de modo a não os reduzirmos a meros consumidores – Tentação fácil –, e devemos esperar dele a disponibilidade para a recepção de obras desconhecidas”³⁷². Este autor é, ainda, da opinião que os destinatários deverão “elevar-se” na sua condição de espetadores e não a uma mera satisfação de consumidores. Este evento é, então, dirigido não só ao público ligado à moda e às artes plásticas como também a curiosos e estudantes da área da cultura.

Pretende-se realizar um evento aberto ao público, ligado a todas estas diferentes áreas, que tenha uma vertente cultural, não esquecendo que uma “programação é uma opção, porque tem subjacente uma visão do mundo, uma visão de um grupo que auto-representa os outros”, sendo assim, “um instrumento de prazer estético (...), um espaço de possível transformação social e educativa, porque permite aos intervenientes (artistas, espectadores, produtores) potencializarem a sua visão do mundo”. Podemos dizer que o principal objetivo deste evento é realizar no Centro das Artes – Casa das Mudanças, um encontro simultaneamente instrutivo e criativo, no qual seja possível a todos os participantes “potencializarem a sua visão do mundo” e conhecerem melhor aquela que foi a realidade madeirense no período entre guerras.

4.2. Estudo da exequibilidade e das condições de viabilização do projeto.

Um dos problemas que se coloca, quando falamos de cultura, no nosso país e na região, são os apoios privados e governamentais disponibilizados para a cultura que, como

³⁷¹ PRADEL, Jean-Louis (1999), pp. 6-7.

³⁷² RIBEIRO, António Pinto (2000), p.60. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

todos nós sabemos, não são suficientes, o que torna difícil e complicado gerir e organizar uma agenda cultural. Segundo nos diz o Escultor Ricardo Velosa, que já foi Diretor do Centro das Artes – Casa das Mudas, no artigo da Revista *Espaço Global*³⁷³, os orçamentos não são elásticos e temos que “forçosamente contar com as ajudas vindas da Europa” que, na sua opinião, têm sido determinantes para que a cultura regional tenha atingido “níveis bem evidentes do que aqueles perceptíveis pela maioria da população”. O antigo Diretor deste Centro acredita que no futuro a cultura passará a ser “olhada pelos privados como algo extremamente gratificante, enriquecedor (...)” e, até o público em geral, mesmo que por momentos, olhando uma obra contactará com a instituição que apoiou a sua realização. Esta é a visão que deveria ser “adoptada” por todos em relação à cultura, que é na realidade um investimento, devendo esta ter parte no orçamento de um país, e maior importância do que tem na realidade.

Conseguir apoios financeiros é, então, um dos principais problemas de um programador, que, segundo António Pinto Ribeiro³⁷⁴, é quem provoca um encontro entre os criadores e as pessoas. Um programador é um mediador, que tem de gerir os espaços, os recursos humanos ou financeiros, os equipamentos e até a comunicação.

E que formação deve ter o programador? Deve saber um pouco de tudo como, por exemplo, de economia, de legislação, línguas e história das artes, sendo este um saber técnico fundamental na sua atividade. Ainda segundo este autor, a programação tem a ver com informação e com conhecimento, mas não fica por aqui. Nestas duas áreas, a “programação cultural e a programação das actividades artísticas intervêm directamente na constituição dos imaginários colectivos e particulares”. A programação cultural veio estabilizar, solidificar, a segunda natureza que é hoje a cultura.

No que diz respeito ao levantamento da informação necessária, para a concretização deste projeto, para além de toda a investigação teórica realizada para melhor perceber os intervenientes de uma ação cultural, foi analisada a melhor forma de concretizar este projeto, e chegámos à conclusão que seria necessário um apoio financeiro por parte dos particulares.

³⁷³Revista *Espaço Global* (2010), pp. 26-27. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

³⁷⁴RIBEIRO, António Pinto (2000), pp. 61 a 63. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

4.3. Recursos financeiros e previsões orçamentais

| Apoios Angariados | Patrocínios |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Pessoal/Apoio | Responsabilidade do Centro das Artes Casa das Mudas |
| Segurança | » |
| Limpeza do espaço | » |
| Licenças/Seguros | » |
| Convites/Impressão | ANA- Aeroportos da Madeira |
| Divulgação: Anúncios Divulgação RTP Madeira | <i>Diário de Notícias</i> Programas: Passeio Público e Casa das Artes |
| Mobiliário de decoração | Intemporâneo |

Uma vez definido o local onde se iria realizar o evento e depois de analisados estes pontos, foi feita uma análise das potencialidades e condicionantes do mesmo. Tendo em mente o espaço escolhido, é certo que o mesmo só apresenta potencialidades, sendo uma obra grandiosa concebida pelo Arquitecto Paulo David e apresentando todas as capacidades logísticas necessárias a eventos deste tipo. Foi só encontrada uma condicionante, a distância a que o espaço fica do centro do Funchal, condicionante esta facilmente ultrapassável, visto que o Centro das Artes disponibilizará um transporte que fará a ligação Funchal – Calheta nos horários previamente anunciados³⁷⁵.

4.4. Calendarização: faseamento do projeto e tempo provável de execução

Os convidados serão contactados com três meses de antecedência para assim criarem os seus trabalhos, no caso no Museu Vicentes, aplica-se o mesmo tempo prévio de contacto para que possam ser preparadas as peças e as fotografias a apresentar no Centro das Artes. A preparação da sala será apenas no fim de semana anterior ao evento, visto que

³⁷⁵ À data da redacção desta dissertação a SRETC tinha programado um serviço de autocarro partindo do Funchal até este Centro das Artes, na Calheta. Entretanto este transporte deixou de funcionar.

o espaço em causa está preparado para receber projetos desta natureza e todas as condições necessárias à sua realização. No caso da televisão o material será só montado no dia anterior, para um ensaio geral da montagem em que serão testados todos os meios necessários à realização do programa televisivo.

4.5. Estratégias de divulgação

Press-release para a Comunicação Social em geral:

- *Diário de Notícias* da Madeira
- *Jornal da Madeira*
- RTP Madeira
- Revista *Saber e Fiesta*
- *Tribuna*

Quanto à publicidade:

- Contaremos com um patrocínio do *Diário de Notícias*, para a publicação do anúncio do evento, uma semana antes da realização do mesmo.
- Na RTP Madeira será divulgado o evento nos programas Passeio Público e Casa das Artes.
- A impressão dos convites será um patrocínio da ANA e em contrapartida, colocaremos o logótipo da empresa na publicidade do *Diário de Notícias* e nos convites.
- A Intemporâneo – responsável pela decoração da sala, terá o logótipo nos convites e no próprio local.
- Todos os nossos parceiros e ou patrocinadores terão o seu logótipo presente na sala, visível a todos os visitantes.

5. CONCLUSÕES

“Atualmente, a moda é um fenómeno sem fronteiras. Primeira manifestação da cultura global, ela liga-nos ao mundo: a imprensa, a Internet, a televisão, a publicidade, o simples acto de ver as montras interferem com as aparências individuais e introduzem uma profunda mudança nos costumes e na identidade cultural”³⁷⁶.

“Alguém disse que se não houvesse música pareceríamos uns idiotas a dançar. Mas, se não houvesse moda, pareceríamos uns idiotas frente ao espelho”³⁷⁷.

Cristina Duarte

As condições vitais da moda são como uma manifestação constante na história da nossa espécie e podem descrever-se. A moda é explicada por Georg Simmel³⁷⁸ como sendo a imitação de um modelo, dado que satisfaz assim a necessidade de apoio social, conduzindo o indivíduo ao trilho que todos percorrem, fornecendo um universo que faz do comportamento de cada indivíduo um simples exemplo, satisfazendo igualmente a necessidade de distinção, a tendência para a diferenciação, para mudar e se separar. Neste último aspeto, a mudança dos conteúdos marca individualmente a moda do presente, face à moda do passado e à moda do futuro e consegue-o “ainda de modo mais energético”, visto que as modas são sempre modas *de classe* que se distinguem das outras consideradas inferiores. Por isso, a moda não é mais do que uma forma particular entre muitas formas de vida, “graças à qual a tendência para a igualização social se une à tendência para a diferença e a diversidade individuais num agir unitário”.

A moda significa, por um lado, a anexação do igualmente posto, a unidade de um círculo por ela caracterizado, e assim o fechamento deste grupo perante os que se encontram abaixo e a caracterização destes como não pertencendo àquele. George Simmel defende ainda que “unir e diferenciar são as duas funções básicas que aqui se unem de modo inseparável, das quais uma, embora constitua ou porque constitui a oposição lógica à outra, é a condição da sua realização”.

Como refere Gilles Lipovetsky em *O Império do Efémero* a moda, recolocada na imensa duração da vida das sociedades, não pode ser identificada como uma simples manifestação das paixões vaidosas e distintivas, esta “torna-se uma instituição excepcional,

³⁷⁶ DUARTE, Cristina L. (2004), p. 8.

³⁷⁷ *Idem*, p. 9.

³⁷⁸ SIMMEL, George (2008), pp. 24-25. Até referência em contrário, todas as citações foram retiradas desta obra.

altamente problemática, uma realidade social-histórica característica do Ocidente e da própria modernidade”³⁷⁹.

Do ponto de vista metodológico e tendo sempre em mente os objetivos desta dissertação, procurei desenvolver a ideia que muitos autores têm sobre a moda, o que pensam da sua função e importância na sociedade, procurando compreender a realidade funchalense à luz de tais premissas. Este estudo, confirmando a noção de que a moda é cultura e deixando clara a sua importância na constituição de uma sociedade, permitiu também não só identificar alguns aspetos específicos da realidade funchalense, como compreender como esta se inseria, de um modo imediato, nas correntes e tendências que à época preponderavam na Europa.

Neste sentido – e através da moda – procuramos contribuir para o preenchimento dos nossos principais objetivos:

1 – Conhecer melhor a realidade funchalense quanto à possibilidade que tinha, ou não, de adesão à moda/modas vindas de fora;

2 – Perceber se, tendo chegado estas influências à Madeira, foram adotadas e transformaram nos seus habitantes hábitos enraizados, fomentando este aspecto do desenvolvimento histórico-cultural local e outros que lhe são transversais como os cuidados com o corpo, com a aparência;

3 – Reconhecer se, tendo sido adotado um novo modo de vestir construído lá fora e chegado à Madeira através dos navios que descarregavam as suas mercadorias no porto do Funchal e das imagens que passavam nos *ecrans* de cinema, se verificou verdadeiramente uma alteração na indumentária dos madeirenses do Funchal e da ilha em geral.

Demonstrámos que o Funchal, foi sem dúvida uma cidade cosmopolita (que já era muito antes do âmbito temporal deste trabalho), onde praticamente todas as semanas aconteciam eventos que proporcionavam múltiplos encontros sociais importantes e ideais para as senhoras, em particular, mostrarem as suas modernas *toilettes*.

A epistolografia, ou arte de escrever cartas, foi como vimos uma das formas utilizadas num dos periódicos locais, que publicava regularmente cartas trocadas entre duas senhoras, uma residente em Lisboa e outra no Funchal, para mostrar diferentes modos de estar cidadão. Através delas foi possível verificar não só que a vida social no Funchal, chegava a ser mais intensa do que na capital, como também os hábitos e indumentárias numa cidade e noutra. O Funchal era a terceira cidade do país e aqui chegavam tecidos de

³⁷⁹ LIPOVETSKY, Gilles, *O Império do Efémero*, Dom Quixote, Lisboa, 1989, p.17.

várias partes da Europa, seguindo, por vezes para os Açores, de onde passavam para a América do Norte.

Na confeção usavam-se variados tecidos: algodão, seda, linho e até organdi e muitos outros divulgados pelos comerciantes que os vendiam no Funchal e deles faziam publicidade. Todos estes produtos eram recebidos em grandes quantidades e variedades.

No que diz respeito às tendências, as novidades chegavam, de facto, a esta cidade, primeiro através de várias revistas que divulgavam as novidades do panorama francês então a principal referência. Gostaria, no entanto, de ter encontrado as diversas revistas francesas, anunciadas em alguns periódicos e que aqui eram recebidas regularmente. Nos documentos da Alfândega do Funchal, foram encontrados registos da entrada de revistas.

Ao longo da análise aos periódicos e ao Fundo da Alfândega do Funchal pude verificar ainda a relevância que a moda, os tecidos e as tendências tiveram na sociedade funchalense no período entre guerras, ao ponto de, todas as semanas, em vários jornais, aparecerem suplementos e artigos sobre este tema. E não dizemos que esta análise foi sobre a sociedade madeirense pela razão já explicada no início, a realidade das povoações do interior da ilha era completamente diferente do Funchal: sociedades fechadas a este tipo de inovações e não alfabetizadas e que só à medida que os mais jovens veem para a cidade estudar se vai transformando, ainda lentamente. E isto só acontecerá ao longo da década de 50, já depois da II Guerra.

Como alertamos na introdução, verificamos a propensão para os estudos existentes sobre a moda, nos levarem realmente para o traje, não havendo, na verdade, estudos feitos sobre a moda na Madeira. Daí que, no início deste trabalho, me tivesse deparado com algumas dificuldades em encontrar informação documentada sobre o tema, lacuna que foi sendo gradualmente ultrapassada com a consulta dos periódicos locais, manancial infinito de informações de diversa ordem.

No que diz respeito à documentação da Alfândega do Funchal, a falta de séries de dados (regulares e exactas) sobre as mercadorias que nos interessavam levou-me a colocar a hipótese de existir, de uma forma muito vincada e concreta, a prática de contrabando de tecidos e de chapéus.

Por último, sendo este um trabalho inserido no Mestrado em Gestão Cultural e tendo em consideração os objetivos propostos, apresento, também uma proposta de projeto Cultural que reúne e faz uso, concreto, da investigação aqui efetuada. Consiste, este projeto, na realização de um programa para televisão, reunindo uma série de convidados ligados a várias áreas da cultura e de várias indústrias com ela relacionadas, que de certa

forma darão um forte contributo para o melhor conhecimento da realidade insular, bem como para um maior aprofundamento sobre as suas vias de desenvolvimento.

A proposta apresentada revelou-se um autêntico desafio, tendo em conta todos os aspetos envolvidos na realização de um projeto de intervenção cultural. Foi muito interessante estar no papel de um gestor ou programador cultural, em particular por me ter permitido tomar consciência do esforço que implica.

Uma programação, segundo António Pinto Ribeiro, “é uma opção, porque tem subjacente uma visão do mundo, uma visão do grupo que se auto-representa e representa os outros”. Com este projeto, tentei criar e dar a conhecer uma visão da realidade madeirense no período entre guerras, através de opiniões e visões de pessoas ligadas a diferentes áreas. Acredito que a conversa e o debate que se realizará entre os convidados será muito interessante de “abertura” ao mundo, porque, como diz António Pinto Ribeiro, “a programação é [também] um instrumento de prazer estético, (...) um espaço de possível transformação social e educativa, porque permite aos intervenientes (artistas, espetadores, produtores) potencializarem a sua visão do mundo”³⁸⁰. Ajudando a (re)construí-lo, podemos acrescentar.

Para terminar cito Luis de Sousa Mello, quando este, a propósito do porto do Funchal de outros tempos, o descreve de uma forma que considero única:

“As estrangeiras! Ai, as estrangeiras! É vê-las desembarcar no calhau ou no arremedo da Pontinha: algumas russas e italianas, outras espanholas e americanas, e as inglesas. Muitas inglesas – altas, elegantes, pálidas e louras, esposas sacrificadas, filhas carinhosas (...)”³⁸¹”

Sempre a contar com a incontornável presença do elemento estrangeiro, mas feito a pensar nos habitantes da Ilha, espero que este trabalho possa ser uma mais valia para a afirmação das nossas História e Cultura (quicá da nossa idiossincrasia) e assim possa contribuir para um melhor e por isso verdadeiro (re) conhecimento da realidade madeirense.

³⁸⁰ RIBEIRO, António Pinto (2000).

³⁸¹ MELLO, Luís de Sousa, “*O Funchal é que é*”, *Islenha*, n.º 12, 1993, pp.16-18.

6. ÍNDICE DE FIGURAS E GRÁFICOS

- Fig. 1 - Página do DN onde é possível ver as publicidades e anúncios dirigidos ao público feminino, à sua beleza e ao seu bom gosto. Fonte: *Diário de Notícias*, 1 de Dezembro de 1937. ARM, COLJOR, DN. 17
- Fig. 2 - Conjunto de tarde, fato com riscas azuis e amarelas, lenço, chapéu *Cloche* e mala *clutch*, tudo a conjugar perfeitamente. Estilista "Jean Patou", 1927. Fonte: BAUDOT, François, *The Twentieth Century*, Editor Universe, 2006, p.71. 34
- Fig. 3 - Foto de Mulheres usando trajés inspirados na moda masculina. Fonte: CARDIM, Válder Carlos, *A Moda em Portugal, 1914 a 1959*. Prefácio de Bárbara Coutinho, Edições IADE, Lisboa, Março de 2013, p. 122..... 36
- Fig. 4 - "Nas Ruas da Cidade, instantâneo da semana, tirado na sexta-feira última na Avenida Arriaga". Fotografia de duas senhoras que parecem desfilarem de uma forma muito descontraída pelas ruas da cidade. Fonte: *Diário de Notícias*, 12 de Maio de 1935..... 40
- Fig. 5 - Primeira página da Revista *Modas & Bordados*, 14 de Maio de 1919. Fonte: BNP. 42
- Fig. 6 - Capa da Revista *Modas & Bordados*, 18 de Agosto de 1926. Fonte: BNP..... 45
- Fig. 7 - Fotografia que ilustra as tendências vanguardistas da diretora Carolina Homem Christo. 47
- Fig. 8 - Fotos de modelos que retratavam a simplicidade, *toilettes* simples mas elegantes. Fonte: revista *Modas & Bordados* de 21 de Abril de 1937..... 52
- Fig. 9 - Página do periódico dedicado à mulher, publicada todas as semanas, com os temas moda, magazine e letras, sempre acompanhada por anúncios publicitários. Fonte: *Comércio da Madeira*, 16 de Outubro de 1922. 79
- Fig. 10 - Um exemplo de uma das crónicas escritas por M. de L. sobre moda. Fonte: *Jornal da Madeira*, 10 de Janeiro de 1929. 83
- Fig. 11 - Aproximam-se os anos trinta, veja-se a presença do bom humor em "Questões da Moda". Fonte: *Re-nhau-nhau*, 3 de Maio de 1930. 85

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Fig. 12 - Anúncio da Revista " <i>Modas & Bordados</i> ". Fonte: <i>Diário da Madeira</i> , 13 de Fevereiro de 1936. | 88 |
| Fig. 13 - Exemplo de um Suplemento Feminino com " <i>Notas sobre a Moda</i> ". Fonte, <i>Suplemento n.º 6, Diário de Notícias</i> , 18 de Agosto de 1937 | 95 |
| Fig. 14 - Conjunto, tendência Russa. Fonte, <i>Diário de Notícias, Suplemento Feminino</i> , 13 de Abril de 1938. | 98 |
| Fig. 15 - Publicidade do Salão das novidades. Fonte, <i>Diário de Notícias</i> , 4 de Agosto de 1938. | 100 |
| Fig. 16 - Publicidade da <i>Companhia Portuguesa de Bordados</i> . Fonte: <i>Diário de Notícias</i> , 21 de Outubro de 1920. | 109 |
| Fig. 17 - Anúncio do <i>Salão Modelo</i> . Fonte: <i>Diário de Notícias</i> , 5 de Maio de 1921. | 109 |
| Fig. 18 - Publicidade do Armazem <i>The American Store</i> . Fonte: <i>Diário de Notícias</i> , 31 de Maio 1919..... | 109 |
| Fig. 19 - Anúncio publicitário da <i>Maison Rachel</i> . Fonte: <i>Diário de Notícias</i> , 30 de Dezembro de 1920..... | 110 |
| Fig. 20 - Uma loja muito presente nos anúncios dos periódicos do Funchal, que dava a conhecer a todas as senhoras, as tendências da moda, no que dizia respeito aos chapéus. Fonte: <i>Correio de Madeira</i> , 13 de Maio de 1923..... | 117 |
| Fig. 21 - Estes armazéns apresentavam sempre uma grande variedade de artigos para senhora, criança e homem, sempre a preços reduzidos. Fonte: <i>Correio da Madeira</i> , 11 de Abril de 1923..... | 117 |
| Fig. 22 - Uma loja muito conceituada que apresentava sempre exposições dos seus mais variados artigos de moda. Fonte: <i>Diário da Madeira</i> , 24 de Abril de 1929. | 120 |
| Fig. 23 - Fonte: <i>Diário de Notícias</i> , 7 de Março de 1937..... | 125 |
| Fig. 24 - Anúncio. Fonte: <i>Diário da Madeira</i> , 16 de Junho de 1937..... | 126 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Fig. 25 - Sala de exposições do Centro das Artes Casa das Mudas, onde irá realizar-se o evento. | 139 |
| Fig. 26 - Outra perspetiva da sala do Centro das Artes Casa das Mudas, onde irá realizar-se o evento. | 139 |
| Fig. 27 - Primeira página do Diário de Notícias da Edição de Domingo de 4 de Agosto de 1935 | 154 |
| Fig. 28 - Primeira página do Diário de Notícias da Edição de Domingo de 7 de Junho de 1936 | 155 |
| Fig. 29 - Primeira página do Diário de Notícias da Edição de Domingo de 7 de Março de 1937. | 156 |
| Fig. 30 - Primeira página do Diário de Notícias da Edição de Domingo de 26 de Maio de 1935. | 157 |
| Gráfico 1 - Registo do movimento de mercadorias entradas e saídas, Alfândega do Funchal, LVº 294..... | 131 |
| Gráfico 2 - Registo do movimento de mercadorias entradas e saídas, Alfândega do Funchal, LVº 294..... | 132 |
| Gráfico 3 - Registo do movimento dos bilhetes de despacho de mercadorias estrangeiras, despacho de armazenagem, Alfândega do Funchal, LVº. 315 e 316. | 134 |

7. ANEXOS

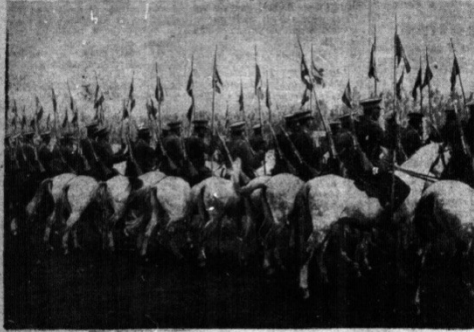
| 3.2.1.8. Processos de Navios 1928-1942 - Caixa 129 | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------------------------|-----------|--------------|--------------------|-----------|--------------|--------------------|-----------|--------------|--------------------|-----------|--------------|
| Materiais | | | Origem | | | Destino | | | Nação | | |
| tecidos de linho | | | lisboa | | | são miguel | | | portuguesa | | |
| tecidos de linho | | | lisboa | | | angra | | | portuguesa | | |
| tecidos de linho | | | lisboa | | | ponta delgada | | | portuguesa | | |
| malhas | | | lisboa | | | ponta delgada | | | portuguesa | | |
| tecidos | | | lisboa | | | são miguel | | | portuguesa | | |
| linho cru | | | lisboa | | | são miguel | | | portuguesa | | |
| tecidos | | | lisboa | | | são miguel | | | portuguesa | | |
| tecidos | | | lisboa | | | terceira | | | portuguesa | | |
| linho cru | | | lisboa | | | terceira | | | portuguesa | | |
| linho cru | | | lisboa | | | terceira | | | portuguesa | | |
| | Totais | Percentagens | | Totais | Percentagens | | Totais | Percentagens | | Totais | Percentagens |
| Total geral | 10 | % | Total geral | 10 | % | Total geral | 10 | % | Total geral | 10 | % |
| tecidos de linho | 3 | 30% | lisboa | 10 | 100% | são miguel | 4 | 40% | portuguesa | 10 | 100% |
| malhas | 1 | 10% | | 0 | 0% | angra | 1 | 10% | | 0 | 0% |
| linho cru | 3 | 30% | | 0 | 0% | ponta delgada | 2 | 20% | | 0 | 0% |
| tecidos | 3 | 30% | | 0 | 0% | terceira | 3 | 30% | | 0 | 0% |

Tabela 1 - Processos de Navios 1928-1942 - Caixa 129, processo nº1 a 31: Maio 1938 (C/m 470 a 500/proc. nº1 a 31). Fonte: Alfândega, Livro 3, Inventário.

| 3.2.1.8. Processos de Navios 1928-1942 - Caixa 4, nº 1 a 40 | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------|----------|--------------|--------------------|----------|--------------|--------------------|----------|--------------|--------------------|----------|--------------|
| Materiais | | | Origem | | | Destino | | | Nação | | |
| sem registo | | | s.vicente | | | lisboa | | | portuguesa | | |
| sem registo | | | açores | | | lisboa | | | portuguesa | | |
| tecidos | | | lisboa | | | ponta delgada | | | portuguesa | | |
| tecidos | | | lisboa | | | angra | | | portuguesa | | |
| sem registo | | | antuerpia | | | bromen | | | alemão | | |
| manta de seda | | | rotterdam | | | canarias | | | inglesa | | |
| manta de seda | | | rotterdam | | | canarias | | | inglesa | | |
| | Totais | Percentagens | | Totais | Percentagens | | Totais | Percentagens | | Totais | Percentagens |
| Total geral | 7 | % | Total geral | 7 | % | Total geral | 7 | % | Total geral | 7 | % |
| sem registo | 3 | 30% | s.vicente | 1 | 14% | lisboa | 2 | 29% | portuguesa | 4 | 57% |
| tecidos | 2 | 20% | açores | 1 | 14% | ponta delgada | 1 | 14% | alemão | 1 | 14% |
| manta de seda | 2 | 20% | lisboa | 2 | 29% | angra | 1 | 14% | inglesa | 2 | 29% |
| | | | antuerpia | 1 | 14% | bromen | 1 | 14% | | | |
| | | | rotterdam | 2 | 29% | canarias | 2 | 29% | | | |

Tabela 2 - Processos de Navios 1928-1942 - Caixa 4, processo nº1 a 40: Nov. 1930 (C/m 954-983 / proc. Nº 1 a 28); Jan. 1931 (C/m 13, 19, 86 / proc. Nº 29 a 31); Fev. 1931 (C/m 96, 171 / proc. Nº32 a 33); Set. 1931 (C/m 680, 689, 695 / proc. Nº34 a 36); Dez. 1931 (C/m 878 / proc. Nº37); Jun. 1932 (C/m 456 / proc. Nº 38); Dez. 1933 (C/m 119 / proc. Nº 39); Proc. Nº40 contem Doc. – 1934 – Relativos a navios de guerra. Fonte: Alfândega, Livro 3, Inventário.

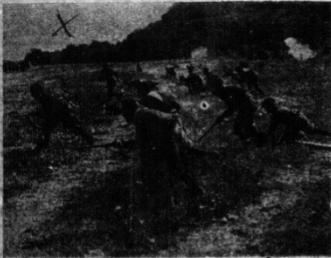
O CONFLITO ENTRE A ITALIA E A ABISSINIA



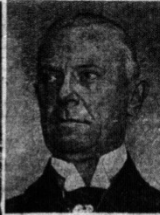
A Abissínia continua a preparar-se para a hipótese dum conflito com a Itália. E todos os dias a cavalaria daquele país faz largos exercícios em volta de Addis-Abeba e que o imperador dá a nota constante da sua presença



Camponeses abissínicos transformados já em soldados de milícia



A Itália não fica atrás da Abissínia. E os jovens fascistas prepararam-se activamente para atravessar em triunfo o continente africano



A ESQUERDA: GENERAL ERIC VIRGIN

Ex-chefe da aviação sueca, que reorganizou a defesa da Abissínia e que é o mais importante conselheiro militar estrangeiro do imperador Helle Selassié.

A ALEGRIA DA JUVENTUDE



Um grupo de raparigas Inglesas, que foi passar o week-end a uma praia, perto de Buckingham, trazendo agua para a refeição de manhã

GRACE MOORE A campanha anti-semita



Um instantâneo da célebre actriz de cinema, tirado em Cannes, na actual estação de verão

O director do semanário anti-semita alemão "Der Stürmer" teve atingido a circulação de 400 mil exemplares e que, segundo corre, vai ser nomeado presidente da policia de Berlim.



Nas Ruas da Cidade



Instantâneo da Semana Verde, na "cidade-verde" última, de Rua de Afife

Mussolini agricultor

O Presidente Mussolini está novamente em foco, a propósito do conflito com a Abissínia. Nos intervalos das suas conferências e preocupações, Mussolini dedica-se a trabalhos agrícolas, revelando formidáveis qualidades de acção e energia.



O Verão e o calor Uma Exposição de Cavalos

O que, fazer durante o verão? Parece que a solução foi resolvida por este banhista que passa os dias, banhando-se numa praia de areia, na praia de Pietras, perto de Stockholm, lendo o seu jornal predilecto.



Uma grande exposição de cavalos, em Paris, este burro é o maior atreço de estudantes e de fotógrafos.

Fig. 27 - Primeira página do Diário de Notícias da Edição de Domingo de 4 de Agosto de 1935

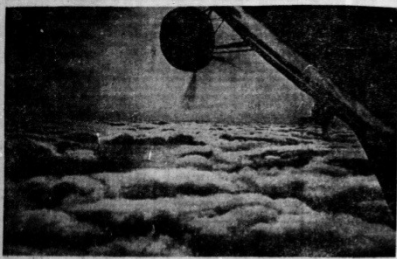
Diário de Notícias

INDEPENDENTE
O jornal mais antigo e de maior circulação na Madeira

Domingo, 7 de Junho de 1936

EDIÇÃO DO DOMINGO

Consta que o Negro vai a Genebra defender pessoalmente a sua causa na Sociedade das Nações.



De bordo do "Hindenburg,"

A gravura da esquerda mostra uma curiosa fotografia, tirada sobre as pontas, a bordo do dirigível "Hindenburg" (que da guerra passou ao lado da Alemanha), e quando da sua primeira viagem à América. Faltou ao vôo, não a rigor a expectativa do dirigível.



O Japão

—grande potencia militar—
No Japão, julga o governo japonês, o poder militar é hoje mais do que nunca a força da nação, e a manutenção da sua posição no mundo depende da sua capacidade de manter a sua superioridade militar. O Japão tem sido forte e respeitado.



Nas Ruas da Cidade



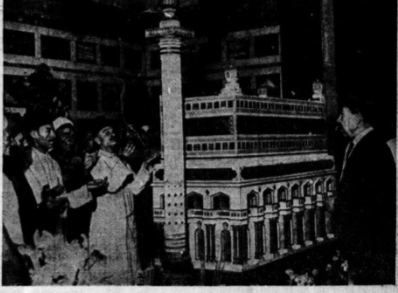
A Inglaterra e a aviação

Nas ruas a Inglaterra prepara mais 1.000 soldados. Na zona grave o seu um espírito das últimas reuniões da reunião de Genebra de Genebra.



Reunião de Paris

Reunião de Paris, realizada no momento de grandes negociações, com o propósito de dar a conhecer a grande importância da reunião. O Japão tem sido forte e respeitado.



A caça aos besouros

Os grandes ratos de guerra, os besouros, são os maiores inimigos da humanidade, e a caça aos besouros é uma tarefa árdua e perigosa.



As mulheres manifestam-se a favor da Paz

As mulheres manifestam-se a favor da Paz, e a manifestação foi muito numerosa, com o apoio de muitas mães de família.



O ROYAL GOVERNO EGÍPCIO

Na gravura de cima, o Rei Farouk, chefe do novo governo egípcio, falando no Parlamento do Cairo. A sua direita estão os outros membros do novo gabinete.

HORA TRANQUILA

As ruas de Lisboa, depois da manifestação, mostram uma calma e tranquilidade que não se via há muito tempo.

B3
A3
B4
A4
B5
A5
REPTIÇÃO
Repetition of Image
R
A5
B5
A4
B4
A3
B3

Fig. 28 - Primeira página do Diário de Notícias da Edição de Domingo de 7 de Junho de 1936

CAMPEONATO DE "SKI"

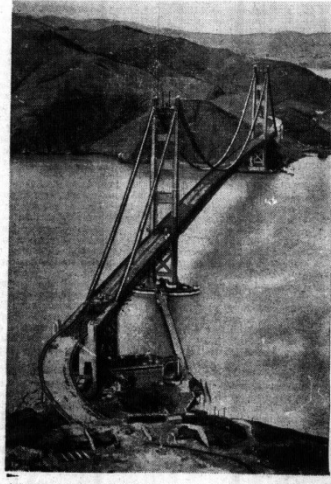


Em Chamozz realizam-se competições internacionais, e que ocorrem os mais esboços coroados de ski de todo o mundo, a essa gravura mostra um aspecto da disputa do título mundial, que ali teve lugar.

AS TREZ GRAÇAS... EM PYJAMA

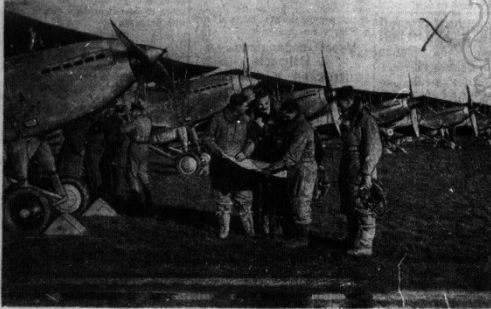


PONTE DE GOLDEN GATE



A famosa ponte de Golden Gate, à entrada de S. Francisco, que ficará sendo a maior ponte penai de todo o mundo. Esta magnífica obra da engenharia norte-americana deve estar concluída em Maio próximo.

ANTES DA PARTIDA



Está aqui um grupo de três raparigas americanas, bonitas, nativistas diferentes. A da esquerda, descendente de japonesas, com olhos obliquos, o pelo amarelado e de castanho, filha do Norte, loira e angélica e à direita, mexicana, de tez morena, olhos e cabelos negros.

RECORDA
 No aeroporto, antes de partirem para um "través" arduo, os pilotos, em grupo, consultam uma carta geográfica, analisando as probabilidades de sucesso.

EM BAIXO, (à esquerda)
Uma soberana
 S. M. a Rainha Mary de Inglaterra, viúva do Rei Jorge V.

CONFERENCIAS CULTURAIS



As emissoras norte-americanas, na sua obra de divulgação científica, vão à residência dos sábios para que estes, sem incômodo, profiram as suas conferências, que são dali transmitidas através de poderosíssimos microfones, e ouvidas por milhares de pessoas. Na gravura: o Dr. Octavius Holy pronunciando uma conferência sobre a quarta dimensão.



NAS RUAS DA CIDADE



INSTANTANEO DA SEMANA

Tirado, na última Sexta-feira, na Avenida Dr. Manuel Azevedo

As crianças admiram...



Os instrumentos que espalham o luto têm-se banalizado nos nossos dias. A gravura acima mostra um poderoso torpedo moderno — que ainda poderá vir a ser a causa de muitas mortes — exposto à admiração de crianças inocentes, cujo coração não foi tocado pelos sentimentos que originam as guerras.

Fig. 29 - Primeira página do Diário de Notícias da Edição de Domingo de 7 de Março de 1937.

Diário de Notícias

INDEPENDENTE

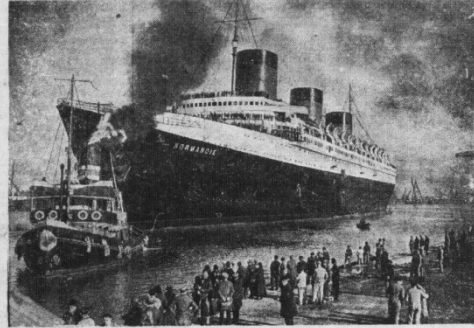
O jornal mais antigo e de maior circulação na Madeira

No Palácio de S. Lourenço realizou-se ontem uma lindíssima festa em honra da esquadra francesa suíça no nosso porto.

EDIÇÃO DO DOMINGO

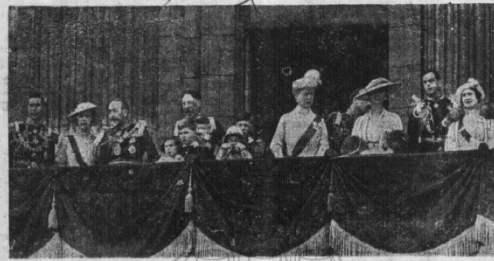


A' direita:
PALACIOS FLUTANTES
O gigante paquete francês "Normandie" que iniciou os seus viagens Havo-America, na quarta-feira proxima, gastou no percurso 4 dias e uma noite. O "Normandie" tem acomodações para 2.170 passageiros, sendo a sua tripulação composta de 1.320 pessoas.



A' esquerda:
A BRUXELAS ANTIGA
Um dos maiores atractivos da Exposição de Bruxelas é a reconstrução da cidade antiga, através da qual passeiam numerosos visitantes, cheios de curiosidade e interesse.

O jubileu de Jorge V



A imprensa de todo o mundo tribuou a deusas largas rubricas de comemorações do jubileu de Jorge V. A gravura que agora reproduzimos mostra um episódio da Família Real, tirado das varandas do Palácio de Buckingham, durante as Festas de Jubileu. À esquerda, para a direita, o Duque de York, a Princesa Mary, o Príncipe Edward, o Príncipe George, o Príncipe de Wales, o Príncipe de Gales, o Príncipe de York, a Princesa Elizabeth, o Visconde de Liverpool, a Rainha Mary, o Duque de Gloucester, a Duquesa de Kent, o Duque de York e a Duquesa de York.

Durante o Jubileu de Jorge V, fez-se uma anti-festa das modas. A nossa gravura mostra uma mulher vestida à maneira de 1910 — quando o Rei tinha ao fronte — outro á moda actual.

Nas Ruas da Cidade **Insalubridade de Soma**
Gravura de uma rua, Soma.

OS SPORTS NAUTICOS



Estamos na época dos sports nauticos. Um grupo de reparigas prepara com entusiasmo o seu barco para uma corrida proxima.

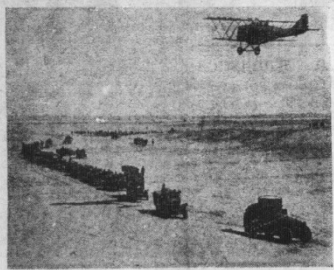


AMIZADE FRANCO-ITALIANA O general Imbaili, Ministro da Defesa de França, visita o ministro da Guerra, o general Bona, e o ministro do governo italiano, o general Bona, e o ministro da Defesa de França, o general Imbaili.

A Situação Polaca



SKAWINSKI Primeiro Ministro de Polonia que, segundo os ultimos, tentou a manter a politica exterior do Marechal Pilsudski, apesar da situação.



A guerra na Africa Um contingente de tropas italianas atravessando o deserto, a caminho de Abisínia.

ACTUALIDADES



Gerhard Hauptmann — O celebre dramaturgo alemão que acaba de escrever um novo drama intitulado "Hansel im Witzenberg", em que trata do destino trágico do Príncipe, antes da época da tragédia escrita por Shakespeare.



Uma corrida original

Em Los Angeles realizam-se uma corrida de obstáculos. Um corredor celebre e um cavalo velho competem em competição. A gravura mostra os dois corredores saltando um obstáculo.

Fig. 30 - Primeira página do Diário de Notícias da Edição de Domingo de 26 de Maio de 1935.

8. FONTES E BIBLIOGRAFIA

8.1. Fontes

8.1.1. Testamentos

Testamentos Públicos 1935-1939

Registos Notariais – 1º, 2º e 3º cartório 1918-1936

8.1.2. Periódicos

Comércio da Madeira 1920, 1921

Correio da Madeira 1922-1923

Diário da Madeira 1918-1920, 1923-1925, 1929, 1931, 1933, 1937-1939

Diário de Notícias 1918-1921, 1924, 1927-1928, 1930, 1932-1939

Jornal da Madeira 1923-1924, 1926, 1929-1930

Modas & Bordados 1918-1920, 1925-1926, 1937-1939

Re-nhau-nhau (1930)

8.1.3. Alfândega do Funchal

Processos de navios, 1928-1939.

Registo de entrada e saída de embarcações, 1922-1934 e 1936.

Registo de movimento de mercadorias, entradas e saídas, 1923-1926.

Registo do movimento de mercadorias entradas e saídas (diário), 1923-1926.

Registo do movimento dos bilhetes de despacho de mercadorias estrangeiras – despachos de armazenagem, 1932-1936.

Registo do movimento dos bilhetes de despacho de mercadorias estrangeiras- despachos de armazenagem, 1932-1936.

Registo dos bilhetes de cabotagem, exportação, reexportação e transferência, 1929-1934.

8.2. Bibliografia

8.2.1. Bibliografia Geral

8.2.2. Teoria e Método

BALDINI, Massimo, *A Invenção da Moda. As Teorias, os Estilistas, A História*, Coleção Arte e Comunicação, Editora Edições 70, 2006, p.143.

BARTHES, Roland, *Sistema da Moda*, Edições 70, Lisboa, 1987, p.365

CARDIM, Valter Carlos, *A Moda em Portugal. 1914 a 1959*, Prefácio de Bárbara Coutinho, Edições IADE, Lisboa, Março de 2013, p.349.

DAVIS, Fred, *Fashion, Culture and Identity*, The University of Chicago Press, 1994, p.226.

DUARTE, Cristina L., *O que é a Moda*, Editora Quimera, Lisboa, 2004, p. 133.

GONZÁLEZ, Ana Marta, *Pensar a Moda*, Edição Diel, Lisboa, 2004, p.43.

LIPOVETSKY, Gilles, *O Império do Efêmero*, Dom Quixote, Lisboa, 1989, p.382.

PRADEL, Jean-Louis, *A Arte Contemporânea*, Coleção Reconhecer, Compreender, Editora Edições 70, 1999, pp.6-7.

RIBEIRO, António Pinto, *Ser feliz é imoral? Ensaios sobre cultura, cidades e distribuição*, Editora Cotovia, Lisboa 2000, pp. 57-83.

RICARD-VINCENT, Françoise, *As espirais da moda*, 2ª ed., Rio de Janeiro, Editora Paz e Terra, 1989, p.249.

SIMMEL, George, *Filosofia da Moda e outros escritos*, Edições Texto & Grafia, 1ª edição, Lisboa, 2008, p.111.

WILSON, Elizabeth, *Enfeitada de Sonhos, Moda e Modernidade*, Arte e Comunicação, Edições 70, 1989, p.344.

8.2.3. História

ARIÈS, Phillipe e DUBY, Georges, *História da vida privada. Da Primeira Guerra Mundial aos nossos dias*, 5ºvol., Edições Afrontamento, 1991, p.637.

BLANNING, T.C.W., *The Oxford Illustrated History of Modern Europe*, Oxford University Press, 1996, p.362.

FRANÇA, José-Augusto, *Os Anos Vinte em Portugal*, Colecção Cultura Portuguesa, 1ªedição, Editorial Presença, Lisboa, 1992, p. 493.

MATTOSO, José (dir.), “A *Época Contemporânea*”, *História da vida privada em Portugal*, 3º vol. (Coord. Irene Vaquinhas), Temas e Debates, Lisboa, 2011, p.495.

MEDINA, João, *História de Portugal. Dos Tempos Pré-históricos aos nossos dias. A República II*, Volume XI, Ediclube, 1993, p.355.

PINTO, António Costa (Dir.); MONTEIRO, Nuno Gonçalo (Dir.), TEIXEIRA, Nuno Severiano (Coord.), *História Contemporânea de Portugal: 1808-2010. A Crise do Liberalismo 1890-1930*, Vol. 3, Objectiva- Penguin Random House - Grupo Editorial, 1ª Edição, 2014, p.296.

RAMOS, Rui (coord.), SOUSA, Bernardo Vasconcelos e, MONTEIRO, Nuno Gonçalo, *História de Portugal*, 3ª edição, Esfera dos livros, 2009, pp. 605-658.

RAMOS, Rui, “*O nascimento de uma nação: O mito da política nacional (1918-1926)*”, *História de Portugal, A Segunda Fundação (1890-1926)*. (dir. José Mattoso), 6ºVol., Editorial Estampa, 1993-1994, pp. 597-599.

ROSAS, Fernando, “*Da Ditadura Militar ao Estado Novo: A «Longa marcha» de Salazar.*”, *História de Portugal, O Estado Novo (1926-1974)*. (dir. José Mattoso, colab. Fernando Martins, Luciano do Amaral, Maria Fernanda Rollo), 7ºVol., Círculo dos Leitores,1994, pp. 151-299.

TELO, António José, *História Contemporânea de Portugal. Do 25 de Abril à actualidade*, 1ªedição, Vol. I, Editorial Presença, Lisboa, 2007, p.399.

TELO, António José, *Primeira República I. Do sonho à realidade*, Editorial Presença, Lisboa, 2010, p.445.

TELO, António; ROSA, Vasco Medeiros, *Economia e Império no Portugal Contemporâneo*, 1ª edição, Editora Cosmos, Lisboa, 1994, p. 307.

8.2.4. Madeira

CALDEIRA, Abel Marques, *O Funchal no Primeiro Quartel do Século XX: 1900-1925*, 3ª ed., Editorial Eco do Funchal, 2007, p.209.

CALDEIRA, Susana, “*Clube Funchalense (1839 -1870)*”, *Islenha*, nº18, 1996, pp. 24-32.

FERNANDES, Abel Soares, ALVES, Ângela Freitas, FERNANDES, Julieta do Vale, *O Traje na Madeira. Subsídio para o seu estudo*, 1ª ed., Funchal, Editorial Eco do Funchal, 1994, p.383.

FERNANDES, Graça, *A verdade Madeirense e a Grande Guerra*, Editora Almedina, Coimbra, 2008, p.363.

GREGORY, Desmond, *The Beneficent Usurpers. A History of the British in Madeira*, Associated University Presses, United States of America, 1988, p.160.

JARDIM, Ricardo, *Saias de Balão*, Editorial Eco do Funchal, 1946, p.346.

MELLO, Luís de Sousa, “*O Funchal é que é*”, *Islenha*, nº 12, 1993, pp.16-18.

MENDES, José Manuel Melim, *Memórias do Funchal, o Bilhete-Postal Ilustrado até à primeira metade do Século XX*, Funchal: Funchal 500Anos, 2007, p.280.

PEREIRA, Odília, “*Clube Funchalense. As últimas décadas*”, *Islenha*, nº18, 1996, pp. 33-38.

REVISTA, *Espaço Global «Ajudas da Europa determinantes para a cultura Regional»*,

SILVA, António Marques da, *Passaram pela Madeira*, Funchal 500 anos, 2008, p.247.

SOARES, João, *A Revolta da Madeira. Documentos*, (Recolha e Dir. João Soares), Editora Perspectivas & Realidades, 1979, pp. 5-20.

Suplemento anual, Dezembro 2010, Edição Instituto de Desenvolvimento Regional, pp. 26-27.

VILHENA, Maria da Conceição, “*Estrangeiros na Madeira: Platon de Waxel. Um Russo apaixonado pela cultura Portuguesa*”, *Islenha*, nº11, 1992, pp.5-15.

WILHELM, Eberhard Axel, “*Visitantes de Língua Alemã na Madeira (1815-1915)*”, *Islenha*, nº6, 1990, pp. 48-67.

8.2.5. Vestuário e Moda

ALBERONI, Francesco, [et all.], *Psicologia de Vestir*, Coleção Arte e Produção, Editora Assírio & Alvim, 1975, p.89.

ALVIM, Maria Helena Vilas- Boas e, *Do Tempo e da Moda. A moda e a beleza feminina através das páginas de um Jornal (Modas e Bordados – Suplemento do O Século – (1912-1926)*, Ver. Cristina Victória. [1ª ed.], Lisboa: Livros Horizonte, 2005, p.173.

BAUDOT, Francois, *Fashion: The Twentieth Century*, Editor Universe, 2006, p.400.

CARDIM, Valter Carlos, “*Fashion*”, *Design, Cultura e Identidade. A costura social da moda em Portugal no século XX*. Dissertação apresentada a Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Dezembro de 1998, Volume I, p. 369.

DORFLES, Gillo, *A Moda da Moda*, Lisboa, Edições 70, 1984, p. 125.

GUIMARÃES, Maria Alice Ramalhete Pinto, *Saberes, Modas & Pó de Arroz. Modas & Bordados. Vida Feminina, (1933-1955)*, Mestrado em História Económica e Social Contemporânea apresentado na Faculdade de Letras de Universidade de Coimbra, 2002, p.236.

KÖHLER, Carl, *A History of Costume* (1963, 1928), 1ª ed., Dover Publications, p.482.

LAVIER, James, *Costume and Fashion. A concise History*, Fourth Edition, Editor Thames & Hudson World of art, 2002, p.304.

LEHNERT, Gertrud, *História da Moda do Século XX*, Editora Könemann, 2001, p.120.

LEVENTON, Melissa, *What People Wore When: A Complete Illustrated History of Costume from Ancient Times to the Nineteenth Century for Every Level of Society*, Consultant Editor, 2008, p.352.

MARQUES, Gabriela Mota, *Cabelos à Joãozinho: a garçonne em Portugal nos anos vinte*, Coleção: A mulher e a Sociedade, Livros Horizonte, 2007, p. 189

PRATES, Maria Luzia Fouto, *O Jornalismo no Feminino nas décadas de 30 e 40 na revista Modas & Bordados e a personalidade de Maria Lamas*, Curso de Mestrado em Cultura Portuguesa apresentado na Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, (Biblioteca Nacional), Setembro de 2003, p. 267.

RÊGO, Manuela, MUCZNIK, Lúcia Liba (Coord. e pesq.), ALVES, Manuel (colab.), *A Moda em Portugal através da imprensa 1807-1991*, Biblioteca Nacional, Lisboa, 1991, p.257.

ROCHE, Daniel – *La Culture des apparences: une histoire du vêtement: XVIIe et XVIIIe siècles*. Paris: Fayard, 1991, p.447.

SEELING, Charlotte, *Moda. O século dos Estilistas.1900-1999*, Editora Könemann, 2000, p. 655.

8.3. Suporte digital e Internet

http://busca.unisul.br/pdf/85968_Kenia.pdf

<http://futurodo presente.ceart.udesc.br/artigos/SOBRE%20TEND%C3%80NCIAS%20DE%20MODA%20E%20SUA%20DIFUS%C3%83O.pdf>

http://inventors.about.com/od/sstartinventions/a/sewing_machine.htm

<http://pessoasdoseculopassado.blogspot.pt/>

<http://rcrb86.blogspot.pt/p/eduarda-lapa.html>

<http://www.biography.com/people/isaac-singer-9485021#synopsis>

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/monteiro-gilson-roupas.pdf>

http://www.bprmadeira.org/index_digital.php?IdSeccao=365

<http://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/as-grandes-estilistas-da-moda-europeia-%E2%80%93-madeleine-vionnet-%E2%80%93-parte-25/>

<http://www.husqvarna.com/pt/construction/company/history/>

<http://www.marquise.de/en/>

http://www.modamanifesto.com/index.php?local=detalhes_moda&id=497

<http://www.pfaff-industrial.com/pfaff/en/company/history>

http://www.topmadeira.net/index.php?option=com_content&view=article&id=55:a-parreca-revolta-camponesa-nos-finais-do-sec-xix-&catid=30:artigos

http://www.modamanifesto.com/index.php?local=detalhes_moda&id=497

