

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



Melba Porter

**O Espetáculo das Ruas:
as revistas ilustradas, o consumo e
a construção de um *ethos* urbano**

Tese de doutorado

Tese apresentada como requisito parcial para
obtenção do grau de Doutor pelo programa de
Pós-Graduação em Comunicação Social da
PUC-Rio.

Orientadora: Prof.^a Tatiana de Oliveira Siciliano

Rio de Janeiro
Julho de 2022



Melba Porter

**O espetáculo das ruas:
as revistas ilustradas, o consumo
e a construção de um *ethos* urbano**

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor pelo programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Abaixo:

Profa. Tatiana Oliveira Siciliano

Orientadora
Comunicação Social – PUC-Rio

Miguel Geraldo Mendes Reis

Co-Orientador
Comunicação Social – Pesquisador Autônomo

Prof. Gabriel Chavarry Neiva

Comunicação Social – PUC-Rio

Profa. Margarida de Souza Neves

História – PUC-Rio

Prof. William Corbo

Antropologia – UFRJ

Marissa Gorberg

História, Política e Bens Culturais – Pesquisadora Autônoma

Rio de Janeiro, 14 de julho de 2022

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização do autor, do orientador e da universidade.

Melba Porter

Graduou-se em Comunicação Social (FACHA) em 1995. Atua profissionalmente como professora assistente dos departamentos de Comunicação e Administração da ESPM Rio e como consultora empresarial nas áreas de Marketing e Publicidade e Propaganda. Pós-graduada em Marketing (ESPM-Rio) em 2001. Mestre em Sistemas de Gestão com Ênfase em Organizações e Estratégia (UFF).

Ficha Catalográfica

Porter, Melba

O espetáculo das ruas: as revistas ilustradas, o consumo e a construção de um ethos urbano / Melba Porter; orientadora: Tatiana de Oliveira Siciliano. – 2022.

186 f. : il. ; 30 cm

Tese (doutorado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2022.

Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Kósmos. 3. Modernidade. 4. Rio de Janeiro na Belle Époque. 5. Crônicas. 6. Publicidade. I. Siciliano, Tatiana de Oliveira. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

Para Pedro, Bruno, Julia,
Luca e Manuela, meus pais,
demais familiares e amigos
que me incentivaram e
apoiaram nessa jornada.

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

A minha orientadora Doutora Tatiana Siciliano, por ter me aceito como orientanda, mais que isso, me acolhido, por suas contribuições fundamentais para a condução do trabalho, por todas as indicações de leitura, pelo exemplo de comportamento acadêmico e por seu apoio e incentivo, pela sensibilidade em enxergar o que haveria de ser melhor explorado e exposto na condução da pesquisa.

Aos professores e funcionários do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio.

Às alunas e alunos contemporâneos do curso de doutorado, em especial a Maria Carolina Medeiros e Miguel Mendes pelas contribuições críticas e pelo acolhimento, parceria e amizade. Abraço especial às participantes do Grupo de Estudos em Narrativas da vida moderna na cultura midiática.

Aos meus colegas professores da ESPM-Rio pelo apoio e incentivo.

Aos meus pais, minha irmã, demais familiares e amigos mais próximos, pelo apoio e incentivo.

Ao meu companheiro, amigo e amor Pedro Teixeira pelo apoio, incentivo, paciência, parceria.

Aos meus filhos amores Bruno e Julia e enteados Luca e Manuela, pela paciência e compreensão em todos os momentos em que precisei estar ausente para o desenvolvimento desta pesquisa.

Resumo

Porter, Melba; Siciliano, Tatiana. **O espetáculo das ruas: as revistas ilustradas, o consumo e a construção de um *ethos* urbano.** Rio de Janeiro, 2022. 191 p. Tese de Doutorado – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O presente estudo discute o papel das revistas ilustradas no processo de construção da aspiração ao *ethos* urbano moderno, com o recorte de compreender como essas mídias impressas expressavam e como conformaram uma nova sociedade carioca, nos primeiros anos do século XX. Através da análise de anúncios e crônicas, suportes documentais tradicionalmente estudados da época, busca-se alcançar entendimento sobre como a sociedade assimilou a modernização da Capital Federal, que efeitos produziram as reformas de calçadas e avenidas, novos parques e jardins, além da interação com carros, bondes elétricos, máquinas pesadas, e os modernismos que iam além das de ordem urbana, como os dos costumes dos habitantes do Rio de Janeiro e a própria imagem a ser construída do País. Para o estudo, foram analisadas todas as edições dos seis anos de publicação da revista *Kósmos* (de 1904 a 1909), apontando acontecimentos da época, por vezes lançando mão da comparação intertextual desse periódico com a narrativa de outros impressos, como a *Revista da Semana* e a *FonFon*. A hipótese é que, como “janelas” para o entendimento da cultura moderna, os flagrantes cotidianos das crônicas e a publicidade trouxeram mais que revelações de como se deu a reconfiguração do espaço público, as novas formas de ver e ser na relação com a modernidade. Com simbologias próprias, auxiliaram na aspiração e construção de um novo valor moral, seu caráter e um novo estilo de vida.

Palavras-chave

Kósmos; Modernidade; Rio de Janeiro na *Belle Époque*; Crônicas; Publicidade.

Abstract

Porter, Melba; Siciliano, Tatiana. **The street show: the illustrated magazine, consumption and the construction of an urban ethos.** Rio de Janeiro, 2022. 191 p. Doctoral thesis – Department of Social Communication, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The present study discusses the role of illustrated magazines in the process of building the aspiration to the urban ethos, with the aim of understanding how these printed media expressed and how they shaped a new carioca society in the early years of the 20th century. Through the analysis of advertisements and chronicles, documentary supports traditionally studied at the time, we seek to understand how society assimilated the modernization of the Federal Capital, what effects produced the reforms of sidewalks and avenues, new parks and gardens, in addition to the interaction with cars, electric trams, heavy machinery, and modernisms that went beyond those of an urban nature, such as the customs of the inhabitants of Rio de Janeiro and the very image to be built of the country. For the study, all editions of the six years of publication of the magazine *Kósmos* (from 1904 to 1909) were analyzed, pointing out events of the time, sometimes making use of the intertextual comparison of this periodical with the narrative of other publications, such as *Revista da Semana*. and *FonFon*. The hypothesis is that, as "windows" for the understanding of modern culture, the daily flagrant of the chronicles and advertising brought more than revelations of how the reconfiguration of public space took place, the new ways of seeing and being in the relationship with modernity. With their own symbologies, they helped in the aspiration and construction of a new moral value, their character and a new style of life.

Keywords

Kósmos; modernity; Rio de Janeiro in the *Belle Époque*; Chronicles; Advertising.

Sumário

Introdução.....	12
Percurso Metodológico Inicial.....	19
<i>Kósmos</i> : símbolo da modernidade.....	23
Considerações metodológicas adicionais.....	26
O Rio de Janeiro em seu período eufórico.....	27
A materialização do <i>ethos</i> moderno.....	32
1 Revistas: caleidoscópio de um estilo de vida moderno.....	40
1.1 A imprensa do Rio de Janeiro da Primeira República.....	40
1.2 <i>Kósmos</i> : representação de uma nova era da vida urbana...	44
1.3 As crônicas e seus micro instantes da modernidade cari- oca.....	47
2 Rio de Janeiro: a metrópole cosmopolita.....	52
3 A materialização de um <i>ethos</i> moderno.....	62
3.1 Um espetáculo em nome da civilização e do progresso.....	63
3.2 Civilidade e higiene: faces do moderno.....	80
3.3 Novos costumes: bom gosto e beleza ao estilo europeu na modernidade brasileira.....	96
3.4 O espetáculo da Avenida Central: símbolo da modernidade.	106
3.5 A euforia carioca de um projeto de nação.....	131
4 Objetos que expressam a modernidade carioca.....	142
4.1 A ideia de construção social de objetos.....	143
4.2 Os objetos e o consumo na modernidade do Rio de Janeiro	145
5 Considerações Finais	168
Referências Bibliográficas	176

Lista de figuras

Figura 1 - Anúncio <i>Filtros Mallié</i>	13
Figura 2 - Anúncio <i>Ao 1º Barateiro</i>	17
Figura 3 - Anúncio <i>Gramophone Odeon</i>	21
Figura 4 - Anúncio <i>Fogão Coke</i>	22
Figura 5 – Anúncio <i>Calçado Condor</i>	31
Figura 6 – Fotografia de Malta da Enseada de Botafogo.....	51
Figura 7 – Caricatura de Chico <i>Logica Pratica</i>	66
Figura 8 – Anúncio <i>O Pylilampo A</i>	68
Figura 9 – Anúncio <i>O Pylilampo B</i>	69
Figura 10 – Anúncio <i>Fundição Indígena</i>	70
Figura 11 – Fotografias do Congresso Cientifico Latino-Ameri- cano.....	74
Figura 12 – Caricatura <i>Dois Amigos</i> de J Carlos	78
Figura 13 – Caricatura <i>Vida Intensa</i> de Kalixto.....	79
Figura 14 – Caricatura <i>A Vaccina</i> de Chico.....	84
Figura 15 – Ilustração de Bambino para Crônica de Machiavel.....	87
Figura 16 – Anúncio <i>Xarope Pulmonal</i>	89
Figura 17 – Anúncio <i>Elixir Mastruço</i>	89
Figura 18 – Anúncio <i>A Saúde da Mulher</i>	90
Figura 19 – Anúncio <i>Pilol</i>	91
Figura 20 – Anúncio <i>Allium Sativum</i>	92
Figura 21 – Anúncio <i>Cirurgião Dentista John Rohe</i>	92
Figura 22 – Anúncio <i>Odol</i>	93
Figura 23 – Anúncio <i>Casa Cirio</i>	94
Figura 24 – Anúncio <i>Livro Poder Magnetico</i>	94
Figura 25 – Anúncio <i>Casa Marinho</i>	97
Figura 26 – Anúncio <i>Ferreira de Almeida & Detroyat</i>	98
Figura 27 – Anúncio <i>Casa Ney Soeurs</i>	99
Figura 28 – Coluna <i>Chronica Elegante</i> de Acrisio.....	101
Figura 29 – Anúncio <i>A Notre Dame de Paris</i>	103
Figura 30 – Anúncio <i>Boeersen-Halle</i>	104

Figura 31 – Anúncio <i>Casa Santos</i>	104
Figura 32 – Foto da cerimônia de inauguração das obras da Avenida Central.....	107
Figura 33 – Caricatura <i>Os Grandes Projectos</i> de Amaro	109
Figura 34 – Caricatura <i>Reforma ou Anzol</i> de Amaro	110
Figura 35 - Inauguração da Avenida Central A.....	115
Figura 36 - Inauguração da Avenida Central B.....	116
Figura 37 - Caricatura <i>A Avenida Calçada</i> de Bambino.....	118
Figura 38 - Caricatura <i>Queixumes!</i> de Bambino.....	119
Figura 39 - Anúncio <i>A Equitativa A</i>	122
Figura 40 - Anúncio <i>A Equitativa B</i>	123
Figura 41 - Anúncio <i>A Equitativa C</i>	124
Figura 42 - Anúncio <i>1º Barateiro</i>	125
Figura 43 - Anúncio <i>Camisaria Franceza</i>	126
Figura 44 - Anúncio <i>A Equitativa D</i>	128
Figura 45 - Anúncio <i>Cervejaria Brahma A</i>	137
Figura 46 - Anúncio <i>Hotel Hygino</i>	138
Figura 47 - Anúncio <i>Cervejaria Brahma B</i>	139
Figura 48 – Anúncio <i>Ashof & Guinle</i>	148
Figura 49 - Anúncio <i>Chapelaria Carvalho Portugal</i>	150
Figura 50 - Anúncio <i>Sabão Aristolino</i>	152
Figura 51 - Anúncio <i>Perfume Aurosa</i>	153
Figura 52 - Anúncio <i>Calçado Clark</i>	155
Figura 53 - Cobertura da inauguração do Obelisco da Avenida Central.....	158
Figura 54 – Registro do incêndio no Largo de São Francisco.....	159
Figura 55 - Anúncio <i>Talheres Christofle</i>	161
Figura 56 - Anúncio <i>Relógio Chronometre Royal</i>	162
Figura 57 - Anúncio <i>Piano Angelus Melodant</i>	162
Figura 58 - Anúncio <i>Piano Ritter</i>	163
Figura 59 - Trecho da Crônica <i>Balas de Estalo</i>	166

Introdução

O sistema de filtragem é de origem francesa, o que proporciona “esterilização absoluta”. Os termos em destaque são de “facilidade de instalação e limpeza”, além da “simplicidade e elegância” do objeto, que conformam a mesma distinção a quem compra. Em anúncio de filtro de água (Figura 1), presente em 21 edições, dentre elas a de janeiro de 1904 da revista *Kósmos*, estão texto e imagem do ideal brasileiro, que se construía na virada do século XIX para o XX. Tudo o que vinha da Europa, especialmente França e Inglaterra, era superior e modelo a ser copiado. Seguindo os preceitos higienistas da época, asseio era palavra de ordem nas casas, nas ruas, na héxis corporal (BOURDIEU, 1983)¹ dos sujeitos aspirantes ao *ethos* urbano moderno. Os corpos individuais comunicam por sua gestualidade a partir de suas inscrições dentro dos códigos do corpo social. Naquele momento, os corpos queriam ser vistos como pertencentes a um país que havia deixado o passado colonial para trás, ou seja, estarem sintonizados com o estilo de vida burguês emergente. Ter bons costumes, refletidos em roupas e demais objetos que materializavam um estilo de vida urbano burguês, era passaporte para o novo século. Um novo, revestido de progresso e modernidade, se apresentava para todos os brasileiros, em especial aos moradores da cidade do Rio de Janeiro, nos primeiros anos da república.

Meu primeiro contato com publicações brasileiras do início do século XX teve como objetivo compreender como o objeto “revistas ilustradas” auxiliou no projeto civilizador moderno, burguês e higiênico, no Rio de Janeiro desse período. E, ainda, como foi socialmente construído, principalmente em parceria com tais impressos, que configuraram um novo modo de ver e performaram uma estética do espetáculo (MARTINS, 2008). A ideia foi entender quais eram as percepções transmitidas por anúncios e crônicas do principal veículo de imprensa da época sobre as transformações estruturais e sociais que afetaram a Capital Federal do Brasil.

Mas de que projeto civilizador da modernidade discute-se nesta pesquisa? O constructo de modernidade, que já foi amplamente discutido por Dimas (1983), Sevcencko (1998), Martins (2008), Oliveira e Velloso (2010), Siciliano (2011), será

¹ Pierre Bourdieu (1983, p. 83-84), no artigo *Gostos de classe e estilos de vida*, afirma ser o estilo de vida “um conjunto unitário de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos, mobília, vestimentas, linguagem ou héxis corporal, a mesma intenção expressiva, princípio da unidade de estilo que se entrega à intuição e que a análise destrói ao recortá-lo em universos separados”.

novamente abordado, desta vez sob a perspectiva das revistas ilustradas e seus regimes de visualidades, a partir de anúncios e crônicas da *Kósmos*, principalmente, que contribuíram para construir modelos aspiracionais de estilos de vida urbanos e aburguesados, no Rio de Janeiro da alvorada do século XX.

FILTROS MALLIÉ
(SYSTEMA PASTEUR)

Esterilização *absoluta* pela porcelana de amianto
Superiores a todos os outros até hoje conhecidos



A maior facilidade para instalação e limpeza ! Simplicidade e elegância ! Numerosos premios
• • em todas as exposições • •

UNICOS AGENTES PARA
• • • todo o Brazil: • • •

A. ABREU & C.^{IA}

102, Rua da Quitanda, 102
(Sobrado).
RIO DE JANEIRO

Catalogos e prospectos á disposição do publico.

Figura 1 - Anúncio *Filtros Mallié*. Nos corpos e nos objetos, limpeza, asseio e elegância eram palavras de ordem no projeto de modernização da Capital Federal do início do século XX. Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 2, fev. 1904, p. 52. Disponível na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

Transformações e novidades sempre aconteceram na história. Mas o que distingue os novos tempos? O que marca o que aqui denominamos como modernidade

é a avidez pela novidade, a crítica constante ao passado e que inaugura, nas palavras do ensaísta mexicano Octávio Paz (1984), uma tradição de ruptura. Não significa que os dias e os anos passam mais rapidamente, embora assim nos pareça. Subjetivamente, lida-se com mais coisas e principalmente novos valores morais acontecendo naquela janela temporal. Descortina-se uma nova visão de mundo, a que Singer (2004) caracteriza como mais rápida, caótica, fragmentada e desorientadora do que em épocas anteriores. Uma modernidade arrebatadora, que chega na velocidade da luz e clareia não só a imagem do progresso, mas também a dificuldade de adaptação ao novo, ao que se impunha em termos de materialidades e de uma cultura material, percebidas e expressas como proveitosas, como afirmou J. C de Mariz Carvalho (1904), ao descrever o que chamou de “vantagens imediatamente apreciáveis”, em edição de setembro de 1904 da *Kósmos*. Em trechos das quase seis páginas narrando os benefícios das obras de construção da Avenida Central, iniciadas em 1903, o cronista coloca em oposição o passado atrasado e o futuro promissor.

De um lado, o arcaico, o colonial, aquilo que se quer lançar definitivamente para fora da cena. Do outro, o moderno e cosmopolita, a República, que se quer fazer crer, trazer à cena, como:

“...um resplendor de luz vivíssima que espanca bruscamente as trevas densas, um ruído vibrante e alacre de tmpanos que afugenta os phantasmas sombrios; é o comboio electrico que passa, carreando para o mar os escombros e projectando sobre o chãos das ruínas a irradiação violenta dos seus grandes focos luminosos, numa fulguração de vida e renascimento” (CARVALHO, 1904, p. 2-7).

Nessa oscilação entre o que deve ser posicionado na sombra (o passado) e o que deve vir à luz (o futuro), J. C de Mariz Carvalho flagra a cidade comparando a modernidade que então despontava como uma luz, metaforicamente presente na descrição da iluminação elétrica.

Tal modernidade discutida nesta pesquisa engendra novos eixos organizadores e classificadores da vida social. Sai o contexto das solidariedades coletivas, comunitárias, onde todos se conheciam e se vigiavam, para um tempo em que a população se torna vasta e as pessoas são anônimas. Nela, o indivíduo é a unidade básica da vida social, o valor principal e, como diz Roberto DaMatta (1997), pertencente ao mundo anônimo das massas. Sua autonomia, movida pela racionalidade de maximizar seus rendimentos e benefícios, também o leva a tensões e conflitos,

que estabelecem discontinuidades e repercutem em todo o sistema de relações sociais (VELHO, 2003).

A metrópole é o lugar dessa nova conformação social. A grande cidade com suas multidões permite a liberdade e a privacidade do anonimato, múltiplas possibilidades de trânsito, mas também solidão, indiferença, egoísmo e novos constrangimentos. Singer (2004) destaca os flagrantes dessa experiência causada por um aumento radical na estimulação nervosa e do risco corporal, a partir de trechos narrativos da imprensa americana do final do século XIX. O teórico discorre sobre imagens que representavam colisões entre carroças puxadas por cavalos e seu substituto moderno, o bonde elétrico. Para ele, tais figuras comunicavam uma ansiedade com relação à periculosidade da vida na cidade moderna e simbolizavam os tipos de choques e sobressaltos nervosos, aos quais o indivíduo estava sujeito no novo ambiente urbano. A expansão de grupos num curto espaço de tempo, a liberdade e esses confrontos com os mais variados estímulos levavam alguns a adotar o que Simmel (2005) chamou de caráter *blasé*², um embotamento do indivíduo para se proteger do excesso de estímulos. Todo o conjunto de elementos materiais e imateriais dessa cultura ambígua, contraditória, precisava ser naturalizada.

No Rio de Janeiro da virada do século XIX para o XX, era preciso assimilar um *ethos* urbano, aspirar e experimentar novos valores morais e estilo de vida. Era necessário materializar o progresso em arquitetura de casas, em alargamento de ruas, em recém-construídas fachadas de prédios e viver o belo, o limpo, como escreveu Olavo Bilac, na edição de abril de 1904 da *Kósmos*:

“(...) accto louvabilíssimo do governo estabelecendo leis rigorosas para novas construções...gosto público estava depravado e corrompido. Ha-de a morte fechar-nos os olhos, antes que elles possam ver a cidade formosa e decente como sonhamos”. (BILAC, 1904, p.4).

Era ainda mais imprescindível a reforma dos modos, da moral e dos costumes, como pregou Sancho Alves, em *Kósmos* de agosto de 1904, na sua clara defesa às reformas do então prefeito “o Sr. Passos, que remodela a cidade e os costumes cariocas” (ALVES, 1904, p. 22-23).

² Termo conceituado por George Simmel (2005) em *As grandes cidades e a vida do espírito* e designado a um comportamento de indiferença, um modo de percepção “fatigada” do indivíduo diante de uma estimulação constante na vida das grandes cidades.

Muitos teóricos sociais refletem sobre as contradições dessa aspiração aos ventos da modernidade. Ao mesmo tempo em que ela aponta para uma racionalidade instrumental através da qual o mundo é construído, há nela uma dialética que Simmel (2005) e Benjamin (2009) explicam como um descompasso entre o que se percebe objetivamente e o que se registra dessa experiência subjetivamente. É uma concepção neurológica da modernidade, caracterizada pelos choques físicos e perceptivos dos micros instantes do ambiente urbano moderno, que para Singer (2004) é um desdobramento da concepção das transformações tecnológicas, econômicas e sociais que levaram tanto à explosão populacional nas grandes cidades, ao desenvolvimento dos transportes, à industrialização, ao dinheiro como mediador, como a alterações cognitivas.

Nada mais eloquente, orientador e convidativo que as revistas de variedades, tradutoras de um regime de visualidade moderno, que também se apresentavam como veículo propício aos interesses empresariais da época. Em anúncios do comércio e da indústria, faziam-se presentes não só em texto que claramente ensinavam como adotar novos hábitos, como na imagem de objetos e toda uma materialidade essencial para apreender um novo estilo urbano cosmopolita. De um lado, as crônicas encarnando a leitura de um tempo, instaurando a imaginação. De outro, os anúncios fazendo aspirar o ter e materializando o *ethos*. “Esterilização absoluta. Superiores a todos os outros. Maior facilidade para instalação e limpeza. Simplicidade e elegancia!” eram termos usados na propaganda dos *Filtros Mallié* (Figura 1). Eram precisos bons modos e adornar o corpo com “tecidos delicados e de fino gosto”, como alardeava *O Barateiro* (Figura 2). “Roupas brancas... vestidinhos elegantes...”, tudo em prol de “compras felizes”. Eram o otimismo e o espírito do progresso, que despontavam em símbolos, auxiliavam na assimilação de valores, tornando clara a intenção da naturalização e da normatização de novos comportamentos.

Os filtros *Mallié* embutem signos da valorização da ciência, que pautava a visão de mundo moderno. Cientistas como Pasteur faziam descobertas, identificavam micróbios e os relacionavam a doenças. Era a certeza da ciência e sua dominação da natureza. Daí a importância de se valorar as invenções, as descobertas ligadas ao progresso do homem, como o tal filtro que oferecia água limpa sem riscos. Eram símbolos para se constituir um estilo de vida e a visão de mundo cujo

valor era o da higiene, da esterilização, do salubre. É a construção do novo valor moral, um *ethos* dos novos tempos, como conceitua Geertz (2008).

“(...) os símbolos manifestam o *ethos* e a visão de mundo de um grupo. *Ethos* seria o tom, o caráter, e a qualidade de sua vida, seu estilo moral, e estético e sua disposição, é a atitude subjacente em relação a ele mesmo e ao mundo que a vida reflete... são os aspectos morais (e estéticos) de uma dada cultura, os elementos valorativos...O *ethos* torna-se intelectualmente razoável porque é levado a representar um tipo de vida implícito no estado de coisas real que a visão de mundo descreve, e a visão de mundo torna-se emocionalmente aceitável por se apresentar como imagem de um verdadeiro estado de coisas do qual esse tipo de vida é expressão autêntica”. (GEERTZ, 2008, p. 94).

1º BARATEIRO

A MODA é eternamente victoriosa. Mudando sempre, e sempre triumphante. Uma casa commercial que tenha sempre a Moda representada em todos os seus artigos, é uma casa notavel. E quem a mantém inalteravelmente digna da admiração do publico, chega a recommendar-se como negociante excepcional.

Ha na rua dos Ourives canto da rua do Rosario dois estabelecimentos, um puramente de fazendas e artigos de moda, outro de roupas brancas e vestidos de criança. Talvez no Rio de Janeiro não existam outros iguaes.

A belleza e immensa variedade de tudo que ali é exposto á venda, justifica a extraordinaria frequencia que as duas casas têm. Nas vitrinas de uma, resplandecem tecidos do mais delicado e fino gosto; e ainda do lado da rua de Rosario, em frente á igreja da Conceição e Boa Morte, outras vitrinas se offerecem repletas de artigos decorativos da belleza feminina. Nas vitrinas da casa de roupas brancas, por entre atalhados e canisaria, lenços, cretonnes e bretanhas de linho, fulguram as mais graciosas, encaixadoras roupas de criança, vestidinhos elegantes, costumes de todos os preços, alguns, até, de preço tão diminuto que dá vontade de os comprar e offerecel-os, mesmos não se tendo filhos para vestir.

Porque a grande notoriedade destes dois estabelecimentos reside precisamente na circumstancia de proporcionar sempre compras felizes. O dono ou donos que essas casas possuem tiveram a felicidade de escolher para denominação dos estabelecimentos as palavras — Ao 1º BARATEIRO — e correspondem com exatidão ao que essas palavras significam.

É NA RUA DOS OURIVES, CANTO DA DO ROSARIO

Figura 2 – Anúncio Ao 1º Barateiro. Tecidos finos e de bom gosto, para adornar os corpos, trazer beleza e felicidade no novo momento da Capital Federal.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 1, jan. 1904, p. 3. Disponível na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

Os novos rituais modernos que as crônicas indicavam e que circulavam nas revistas, nas fotografias, nas charges e nos anúncios, ajudavam os leitores a se localizarem em um mundo transitório, fugidio e contingente (BENJAMIN, 2009). Um mundo moldado pelo imaginário burguês, que se impunha como organizador após as revoluções burguesas que se consolidaram na Europa oitocentista, no qual a velocidade se torna imperativo e o comércio palavra de ordem. Um mundo interligado por precisar de novos mercados para escoar seus produtos e estilos de vida. Um mundo que forja o homem urbano, a partir da “intensificação da estimulação nervosa” (SICILIANO, 2016, p. 10) e do aumento dos impactos visuais e auditivos,

e que como contrapartida imprime tensões, medos e angústias. Um mundo que cobra uma singularidade, mas que impulsiona o homem comum a perder-se nas massas, dissolvendo suas limitações individuais e adquirindo uma espécie de dimensão ampliada e poderosa pela associação com o coletivo (SEVCENKO, 1998).

Na esteira das ideias de Nicolau Sevcenko (1998), essa modernidade carioca atingia a todos, mas de forma diferente, em proporções imensamente desiguais. O que cada um fazia com o que obtivesse era um novo fator aleatório e estranhamente imprevisível, enevoando os perfis, embaralhando os papéis, como narra Olavo Bilac, na edição 11 de 1904 da *Kósmos*. Ele abre sua crônica reforçando o papel das revistas de retratar a época afirmando que:

“(...) a chronica de Kósmos deve fixar, de mez em mez, o estado moral, a crise da existência carioca. E seria insensato, que, num momento em que toda a cidade soffre, agonisa ou convalesce, — só apparecessem nestas páginas suspiros de poetas egoístas, devaneios de lyrismo abstracto (...)” (BILAC, 1904, p.3-4)

Bilac era um entusiasta das reformas estruturais da capital federal, ao mesmo tempo em que reconhecia o sacrifício dos populares e da sociedade em geral, devido às profundas alterações na vida das pessoas e criticava os que se manifestavam contra. Dizia “...não sei bem para que servirá dar avenidas, árvores, jardins, palácios a esta cidade, —se não derem aos homens rudes os meios de saber o que é civilização, o que é hygiene, o que é dignidade humana” (BILAC, 1904, p. 3-4).

No período estudado para este trabalho, os primeiros anos do século XX, a sociedade brasileira vivia esse constante dilema. Não só no Brasil, mas em outros países da América Latina, a ideia de modernização que orientou as mudanças foi mais um movimento de adaptação cultural, que soprava das brisas europeias, do que um aprofundamento de projetos e desejos de autonomia e singularidade. Desejava-se ser uma Nação, a fim de obter uma identidade, mas tal obtenção “implicava sua tradução para o discurso modernizador e civilizador dos países hegemônicos, porque só nos termos desse discurso o esforço e os êxitos eram avaliáveis e validados como tais” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 218).

A capital Rio de Janeiro, como cartão postal do Brasil e efeito de encenação para o mundo, vivia nesse estado de ebulição, com as expectativas de progresso que se seguiram ao movimento republicano. Como diz DaMatta (2020), a suposição corrente e inconsciente era a de que o Brasil republicano nascido de um império patriarcal e escravocrata iria transformar-se em outro. Nos discursos das crônicas

e nas imagens dos anúncios de revistas ilustradas analisadas para esse estudo, o Rio de Janeiro era metonímia do Brasil e a perplexidade diante das novas tecnologias e ao mesmo tempo a insegurança a respeito do impacto e dos benefícios da modernidade eram temas recorrentes. Junto a fotos, textos, caricaturas, esses periódicos traziam objetos e novos aparatos tecnológicos ganhando adjetivos como “assustadores”, “sonho”, “estranhos”, “demônio”. Os progressos descritos pela imprensa do Rio de Janeiro anunciavam uma sociedade melhor, ao mesmo tempo em que tornavam explícitas a fragilidade e a limitada velocidade de percepção e adaptação das pessoas, principalmente entre os populares da época. Gilberto Freire (2015, p.738) cita que

“(...)a república de 1889 tudo transformou, modernizou as coisas e as técnicas sem cuidar ao mesmo tempo da adaptação dos homens ou das pessoas às novas situações criadas pela ampliação tecnológica da vida brasileira”.

Em leituras sobre novas formas de sociabilidades, me deparei com teóricos como Simmel (2005), Benjamin (1985) Baudelaire (2010) e Velho (1995) refletindo sobre as contradições e ambiguidades dessa modernidade. Assim como Singer (2004) aponta os flagrantíssimos dessa experiência causada por um aumento radical na estimulação nervosa e do risco corporal no final do século XIX, as revistas de variedades também comunicavam uma ansiedade com relação à periculosidade da vida na cidade moderna e simbolizavam os tipos de choques e sobressaltos aos quais o indivíduo estava sujeito no ambiente urbano. Desta forma, esses impressos periódicos e a variedade de elementos neles presentes servem ao propósito de auxiliar no entendimento das novas sensibilidades do estilo de vida moderno. Suas formas de linguagem e expressão literária e visual, que envolviam imagens e texto, eram estratégias comunicativas, que se confirmaram como uma narrativa rica ser explorada.

Percurso metodológico inicial

Definido o objeto de pesquisa - ou sejam: as revistas ilustradas – inicialmente, foram selecionados anúncios de uma série de 24 edições da Revista *Kósmos*, veiculadas em 1904 e 1905, primeiros anos de publicação do impresso e anos em que também aconteciam as obras do projeto de modernização da capital federal. Este primeiro recorte teve como objetivo elaborar o modelo de análise descritiva e

interpretativa de evidências na fase de observação da empiria. Como critério metodológico inicial, selecionei anúncios que traziam no texto ou na imagem alguma referência ao moderno e/ou à modernidade, de forma a identificar quais termos e associações eram usados, a quem se destinavam, que referências eram feitas ao *ethos* urbano que despontava. Como “janelas” para o entendimento da cultura moderna, com frequência associada à materialidade das conquistas científico-tecnológicas, defrontei-me com muitos objetos e toda sua simbologia da experiência urbano-moderna. Dos quase 30 anúncios analisados, somente três deles traziam figuras de homem, mulher ou criança. Em todos os demais, as imagens em destaque eram das suntuosas e pesadas máquinas das indústrias tipográfica, fotográfica, de caldeiras, de fogões a gás, de luminárias, gramofones (Figura 3 e Figura 4). Uma valorização do humano, dos feitos pelo homem, em detrimento da natureza. Era o homem querendo igualar-se ao Criador através da ciência. Estavam ali estampados *corpus* através dos quais seria possível percorrer a trajetória inicial proposta e principal questão a ser respondida, de conhecer o papel das revistas ilustradas no processo de construção da aspiração ao *ethos* moderno, com o recorte de compreender como expressavam – quais termos, associações, a gramática das crônicas e dos textos e objetos dos anúncios – e materializavam essa sociedade.

Forty (2013), em seus estudos sobre a história do design, defende que objetos são veículos de interação e troca social e narra como as mercadorias e suas formas de uso foram sendo modificadas quando começaram a circular no mundo. O sociólogo Grant McCracken (2015) complementa que eles são meios dos mais importantes pelos quais as categorias culturais se materializam. São criados de acordo com o que ele chama de “planta baixa”, ou seja, as características físicas de uma cultura, que dão matéria e substância aos valores e à visão de mundo de determinados grupos. Assim, os artefatos contribuem para a construção do mundo culturalmente constituído, justamente porque registram de maneira concreta e objetiva um significado cultural que sem eles seria inalcançável.

Ainda citando McCracken (2015), os objetos podem ser vistos como uma oportunidade de exprimir, organizar e categorizar toda uma cultura. Os bens constituem chance de dar matéria a uma cultura. Como qualquer outro elemento de cultura material, os bens permitem que os indivíduos discriminem visualmente e distingam categorias culturalmente especificadas. As categorias de pessoas divididas em parcelas de idade, sexo, classe e ocupação podem ser representadas num

conjunto de distinções materiais por meio de produtos. Categorias de espaço, tempo e ocasião podem, também, ser refletidas nos meios de comunicação. Os bens ajudam a dar substância à ordem da cultura, classificam e definem espaços. É possível fazer uma analogia entre os conceitos do antropólogo estadunidense Grant McCracken (2013; 2015) e o seu colega britânico David Miller (2013) em relação ao poder dos objetos, não como acessórios, mas como definidores do próprio sujeito. Nas palavras de Miller,

(...) Nós pensamos que nós sujeitos humanos somos agentes livres que podemos fazer isto ou aquilo com a cultura material que possuímos. Mas não podemos. Objetos podem ser bestas obstinadas que caem do console da lareira e quebram, que se recusam a crescer no sombreado do jardim, que nos obrigam a viajar, e cujos sistemas caem justo quando estamos prestes a escrever algo genuinamente interessante. (...) Coisas fazem coisas conosco e não apenas coisas que gostaríamos que fizessem (MILLER, 2013, p. 140-141).



Figura 3 - Anúncio *Gramophone Odeon*. Objetos ganham destaque e características humanas. São as criaturas e seus criadores, num tempo em que os inventos tecnológicos dão substância à cultura moderna.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 12, dez. 1905, p. 91. Disponível na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

KÓSMOS

COSINHAR A GAZ

PROMPTIDÃO, ASSEIO E ECONOMIA



Maior asseio sem fumaça **COKE** Maior asseio sem fumaça

Para cosinha 30\$, na Rua da Alfandega n. 74 e Rua Senador Euzebio n. 232

Para uso Industrial, na Rua Senador Euzebio n. 232

* * * * DIAS UTEIS DAS 10 ÀS 11 1/2 HORAS DA MANHÃ * * * *

Grande abatimento conforme a quantidade

A Sociedade Anonyma do Gaz do Rio de Janeiro

Convida as pessoas que desejarem convencer-se das grandes vantagens que offerece o gaz para uso domestico ou industrial a visitar a sua EXPOSIÇÃO, installada á rua da Alfandega n. 74, onde encontrarão os typos mais aperfeiçoados e pelos preços os mais modicos: fogareiros de um fóco, para substituir o espirito de vinho, fogareiros com 2, 3, 4 e 6 torneiras, verdadeiros fogões privilegiados «BRAZIL», de 3 fócos e assador, ditos «CARIOCA», de 2 fócos com assador, fogões com 3 e 5 fócos, assador e forno grande, aquecedores de agua para toilette ou lavagem de pratos, ferros de engommar etc., e bem assim

GRANDE VARIEDADE DE APPARELHOS PARA ILLUMINAÇÃO DAS CASAS

Escriptorio: Rua da Alfandega n. 74

Figura 4 - Anúncio *Fogão Coke*. Novas tecnologias, como o fogão a gás, registrando de forma concreta o *ethos* urbano moderno.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 08, ago. 1904, p. 47. Disponível na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

Que objetos são esses que aparecem nas crônicas e nos anúncios no período de modernização da capital federal? O que eles nos falam sobre as transformações e os novos estilos de vida que surgiam? Refletindo então sobre os objetos, a maneira como são evidências simbólicas e qual sua influência na sociedade, destaquei questões secundárias a serem respondidas na pesquisa: que efeitos e aspirações os

objetos ditos modernos produziram na sociedade carioca do Rio de Janeiro do início do século XX? Que objetos considerados modernos eram esses? Que temas, termos e/ou associações emergiram da experiência com narrativas e a materialidade do moderno? Artefatos? Máquinas? Progresso? Quais grupos sociais eram relevantes e mencionados junto a tais associações? Como tais narrativas e objetos modificaram os modos de ver e ser na modernidade que ali despontava?

Ainda sobre a escolha das revistas ilustradas como principal objeto de pesquisa, estas há muito vêm sendo tratadas como *corpus* de análise e importante suporte documental para compreender como a modernidade foi assimilada no contexto do Rio de Janeiro do início do século XX. Elas reúnem texto, imagem, técnica, visões de mundo e imaginários coletivos (MARTINS, 2008). Todos os seus componentes, aparentemente corriqueiros, como papel, letra, ilustração, sintetizaram de forma única o espírito do tempo moderno, uma temporalidade acelerada. Veículo de comunicação distinto do livro ou até mesmo das revistas literárias, tais impressos periódicos traduziram formas concretas de convívio em relação ao moderno, dando conselhos e sugestões, apresentando jogos de entretenimento, piadas e lazer.

***Kósmos*: símbolo da modernidade**

Com características peculiares, as revistas ilustradas brasileiras do início do século XX estruturaram sua comunicação com base na busca pela cumplicidade e envolvimento do leitor. Como veremos no primeiro capítulo desta pesquisa, tais publicações eram o signo da mudança, “o veículo ideal para o cultivo da rapidez” (MARTINS, 2008, p. 150). A primeira parte da tese se dedica a discutir o eixo das revistas, quem está nas revistas, por que as revistas, ver e ler revistas como pedagogia do moderno, além de pensar as revistas de variedades dentro da modernidade, retratando o social, os tipos urbanos e seus artefatos no Rio de Janeiro dos primeiros anos do século XX.

No capítulo de abertura da tese, procuro ainda dar luz à inovação tipográfica e tecnológica de tais periódicos para a época, servindo inclusive de exemplo para uma meta análise de objeto, que ao mesmo tempo simboliza a modernidade e media saberes e práticas sociais. Falo das revistas como espaço de acolhimento profissional para literários, numa época em que era caro publicar livros - devido ao pequeno número de alfabetizados, o que limitava também as tiragens - e momento

de retraimento intelectual (DIMAS, 1983), devido às movimentações políticas e sociais que despertavam imediatismo pela popularidade e ganhos financeiros nos escritores, levando-os a aderir a esse tipo de imprensa escrita. No primeiro capítulo, abordo também tais folhetins como espaço de divulgação de uma nova cultura e da formação de um novo consumidor.

Veículo mediador da modernidade, civilizatório, de troca e interação social com o moderno, conformador de um novo estilo e gosto da burguesia brasileira, sua leitura provocava efeitos no leitor/observador subjetivo. Com escrita dinâmica, típica da cultura modernista, debruçada sobre um tempo acelerado, não necessariamente se comprometia com a captação da atualidade imediata, mas sim em tornar tal realidade em objeto de reflexão (OLIVEIRA; VELLOSO; LINS, 2010). Diver-timentos, passeios, encontros, retratados em imagens e escritas poéticas, levavam estímulos e provocavam desejos. Era a transformação das ruas que, antes, eram vistas somente em seu papel funcional de deslocamento e passaram a ser expostas como lugar de compras e prazer.

A fim de compreender como as revistas ilustradas contribuíram para o desenvolvimento das matrizes de sensibilidades de um estilo de vida moderno para a elite burguesa, mas também para os populares, escolhi utilizar o material textual e imagético presente nas crônicas e anúncios da revista *Kósmos*. E por que a *Kósmos*?

A *Kósmos* foi publicada de janeiro de 1904 a abril de 1909, acompanhando grande parte do tempo histórico do processo de modernização da capital federal. Com direção editorial de Mário Behring e, posteriormente, de Jorge Schmidt, representava a visão da elite burguesa da época e, por trazer em suas páginas novidades tecnológicas, muitas delas inspiradas em publicações estrangeiras (em seu editorial de inauguração se autointitulava revista nos modelos das europeias e norte americanas), como tamanho, tipo de papel, modelo de impressão com cores e muitas imagens, tornou-se símbolo da imprensa moderna. Destacava-se pela variedade editorial, pelas ilustrações e fotografias que compunham suas dezenas de fascículos, e se apresentava “prometendo neutralidade política, aberta as manifestações intelectuais a fim de cooperar com o desenvolvimento e progresso do país” (KÓSMOS, 1904, p. 6). Seus exemplares, disponíveis no acervo digital da Biblioteca Nacional, faziam sim menção à política administrativa do período, ao mesmo tempo em que narravam os modos de ser, de ver e se portar no Rio de Janeiro. Sobretudo, *Kósmos* era a concretude de uma cultura visual e material de um projeto modernizador de

um Brasil, que se apresentava como dois países distintos. Dois Brasis: o do interior, do coronelismo, a quem não interessava inscrever a nação entre as grandes do mundo e de onde de fato vinha a sustentação política, e a capital federal, espaço da descontinuidade, muitas vezes usada como metáfora do país, embora longe disso. Ambos inscritos no mesmo círculo da República.

Para Dimas (1983), que também se dedicou a estudar a *Kósmos*, o começo do século XX significou para a cidade do Rio de Janeiro um período de retraimento intelectual, porque todos estavam voltados para as reformas urbanísticas. E publicações como a *Kósmos*, com seus literários à postos a um projeto de nação, auxiliavam o leitor a se familiarizar com a ideia do moderno, por meio de uma pedagogia dos costumes para aplacar as fronteiras entre o antigo e o novo. Como bem explica Olavo Bilac em uma de suas crônicas, a revista apontava o flagrante da situação do Rio de Janeiro naquele momento e a percepção da elite quanto a quem se opunha ao progresso, além de permitir, através de fotografias, artigos de opinião, contos, partituras, poesias, trechos de livros e de romances folhetins, viajar pelo Brasil e apresentá-lo aos leitores com a mesma eloquência e ambiguidade do período.

(...) A ‘chronica’ de *Kósmos* deve fixar, de mez em mez, o estado moral, a ‘crise’ da existência carioca. E seria insensato, que, num momento em que toda a cidade soffre, agonisa ou convalesce, - só apparecessem nestas paginas suspiros de poetas egoistas, devaneios de lyrismo abstracto... A revolta de agora não foi apenas obra dos desordeiros de profissão: foi tambem obra dos ignorantes, explorados criminosamente pelos astutos. E não sei bem para que servirá dar avenidas, arvores, jardins, palacios a esta cidade, - se não derem aos homens rudes os meios de saber o que é civilisação, o que é hygiene, o que é dignidade humana (...)” (BILAC, 1904, p. 3).

Voltando às considerações de Dimas sobre a *Kósmos*, para o autor, a revista era feita para os olhos e não para o cérebro, o que refletia exatamente a sociedade fluminense da época, que queria ver e ser vista, na rua do Ouvidor, na Avenida Central, nas mesas da Pascoal e da Colombo. “(...) *Kósmos* não fora pensada para questionar nenhum tipo de sistema (...) *Kósmos* era ato de afirmação; veículo móvel, comprobatório do remodelamento urbano, sua extensão” (DIMAS, 1983, p. 10). Nas mais de 60 edições ininterruptas do periódico, enaltecia-se a grandiosidade territorial da nação, o potencial do comércio e do incipiente, mas igualmente promissor desenvolvimento da indústria brasileira, a necessidade das reformas de infraestrutura urbana, o remodelamento dos costumes, a abertura do País para o mundo e, mesmo que camuflada de nostalgia a certos valores morais, a consolidação da República e do Brasil como um país progressista. “Álbum das belezas

naturais e dos primores dos artistas brasileiros, a fim de propagar a todo o país tais qualidades” (KÓSMOS, 1904, p. 6), *Kósmos* traduzia e simbolizava a inquietação diante de desajustes sociais, a que Dimas (1983) intitulou de “tempos eufóricos”.

Considerações metodológicas adicionais

Como percurso metodológico – sem deixar de levar em consideração a influência da subjetividade de todo pesquisador das ciências sociais - e visando fazerem sentido os dados coletados a partir do *corpus* para responder as questões da pesquisa, depois do primeiro contato com edições da *Kósmos*, foram selecionadas todas as crônicas e anúncios que apresentavam como tema/assunto principal a modernidade e palavras com semântica correlata que exerciam influência nos valores, hábitos, no carácter, no estilo moral e estético da sociedade. Ao apresentar no título ou nos parágrafos palavras ou termos como: “modernidade”, “moderna”, “nova era”, “desenvolvimento”, “remodelação”, “renovação”, “melhoramentos”, “regeneração”, “progresso”, “reformas” “obras”, “novos hábitos/valores/costumes”, “moral”, “civildade”, “civilizadora”, “saneamento”, “higiene”, “limpeza/asseio”, “modelo”, “cosmopolita”, “Capital Federal”, “Rio de Janeiro”, “Avenida Central”, as crônicas foram separadas para análise completa do assunto tratado, observando os termos utilizados, as associações feitas ao moderno, grupos sociais citados, trechos e observações usados.

Como técnica de investigação complementar, foram selecionados anúncios em que estavam ilustrados e/ou mencionados objetos que remetiam ao contexto do moderno citado nas crônicas, termos, associações a modernidade, às reformas urbanas e de costumes como signo da mudança, reunindo imagem e texto capazes de reproduzir a atmosfera desse estilo moral e estético tão aspirado pela sociedade carioca da época e ainda realizando conexões do objeto empírico com a perspectiva teórica adotada na pesquisa.

Este método de observação foi inspirado em parte no conceito de “construção social de objetos”, proposto pelo cientista social holandês Wiebe E. Bijker (2009). Tal modelo conceitual se utiliza da identificação de termos, símbolos, associações e os grupos sociais que interagem com o objeto, para analisar como este é visto, usado, compreendido. Nos anúncios selecionados segundo o critério metodológico

escolhido, esses artefatos passam a ser símbolo identificador de um novo valor moral, um novo estilo de vida.

Vale ressaltar que, além e antes disso, foi preciso delimitar o que seriam objetos/artefatos a serem analisados, pensando-os além de sua utilidade. Optou-se nessa delimitação incluir toda e qualquer materialidade citada e presente nas crônicas e nos anúncios (não só objetos, bens de consumo como também ruas, calçadas e até mesmo energia elétrica, reformas urbanas) que de alguma forma impactaram e influenciaram os modos de ser e de ver o mundo. A exemplo do que o cientista social americano Wright Mills (2009) sugere, num “artesanato intelectual”, foram reunidos e analisados textos e imagens, tentando identificar o que se lia na bibliografia e se experienciava com as análises empíricas, para então se chegar à metodologia mais apropriada a responder as questões da pesquisa. Como diz Mills,

“Nenhum de nós se encontra sozinho confrontando diretamente um mundo de fatos concretos...Temos conhecimento de muito mais do que nós mesmos experimentamos, e nossa experiência é ela própria sempre indireta e guiada. A primeira regra para compreender a condição humana é que os homens vivem em mundos de segunda mão”. (MILLS, 2009, p. 66).

Como um bom artesão, procurei desenvolver e usar a imaginação sociológica, sem me prender à rigidez de métodos e técnicas já utilizados. Formulei o problema da pesquisa e, sem meios de escapar de julgamentos dos leitores e cientistas sociais, encontrei um percurso de análise, com a consciência da subjetividade implícita nesse tipo de pesquisa, de que as imagens que temos do mundo nos são dadas e são a base de nossa vida como ser humano.

O Rio de Janeiro em seu período eufórico

Que Rio de Janeiro era esse, que as revistas ilustradas expunham como palco de um processo civilizador em curso e que me servem de contexto? Na então capital federal, aconteciam mudanças em muitos sentidos, influenciadas pelo modelo europeu de transformar outras capitais como Paris, Londres, em locais propícios para abrigar o que Benjamin chamou de “fantasmagoria da cultura capitalista” (2009, p. 43). Na historiografia e na apropriação de alguns cientistas sociais, o período era de relativa paz política e de crescimento econômico na Europa e nos Estados Unidos – provocados pelo equilíbrio entre a expansão e o consumo, um dos frutos do

crescimento urbano e industrial, e do desenvolvimento tecnológico. Esse período ganhou a expressão *Belle Époque*³, pensada e situada num tempo em que países como o Brasil também viviam estabilidade política e econômica, facilitadora a pegar carona na modernidade europeia. Esse era o momento de materializar os planos e as ideias de engenheiros e sanitaristas que, desde o Segundo Reinado, buscavam levar à “capital do Império” as luzes do progresso e retirar da “cidade capital” a aura de atraso. “Era o momento da feia cidade-lagarta se metamorfosear em aprazível cidade-borboleta e tornar-se metonímia do Brasil Moderno” (SICILIANO, 2011, p.11).

O capítulo 2 deste estudo é dedicado a mergulhar na história e a percorrer a capital do Brasil nos primeiros anos da república. Reformas urbanas não seriam suficientes para apagar tudo que pudesse ser associado ao passado colonial, de atraso, feio e sujo. Mobilidade e ordenamento eram vistos como condições fundamentais para o avanço da atividade comercial, o crescimento e o progresso. Mas era preciso redefinir a cidade também em termos de comportamentos, estilos de vida, influenciado pelo *habitus*⁴ como na concepção de Bourdieu (2007). O autor postula que, mais do que a condição econômica, são os gostos, as preferências e estilos de vida que posicionam o sujeito no espaço social. Como descreve Siciliano (2011), para se equiparar ao modelo europeu, eram necessários mecanismos mais formais de transformação dos costumes que sufocassem aqueles vistos como oriundos de um espírito luso-africano, transformando-os em hábitos “civilizados”.

Por meio de decretos-lei e proibições da circulação de ambulantes e repressão de práticas como a mendicância, o cuspir e urinar na rua, o que se pretendia era educar a população. Tornar os habitantes da capital federal *up to date*, principalmente como portadores dos elegantes ares europeus. Em crônica de abertura da edição de março de 1904 da *Kósmos*, Olavo Bilac descreve as reformas urbanas com termos que construía socialmente as mudanças que estavam por vir. Para o

³ Por Belle Époque entende-se o período da História, sobretudo no mundo ocidental, que abrange o período de 1871, quando teve fim a Guerra Franco-Prussiana, e junho de 1914, quando começou a Primeira Guerra Mundial. Esse foi um período marcado pela euforia provocada pelo progresso técnico da segunda metade do século XIX.

⁴ Conceito concebido por Pierre Bourdieu (1983) como um sistema de esquemas individuais, socialmente constituído de disposições estruturadas (no social) e estruturantes (nas mentes), adquirido nas e pelas experiências práticas (em condições sociais específicas de existência), constantemente orientado para funções e ações do agir cotidiano.

literário, seria a “vitória da hygiene, do bom gosto e da arte” (BILAC, 1904, p.4).

Eram picaretas trabalhando para regenerar o Rio de Janeiro,

“(…) no aluir das paredes, no ruir das pedras, no esfarelar do barro, num longo gemido. Era o gemido soturno e lamentoso do Passado, do Atrazo, do Opprobio. A cidade colonial, immunda, retrogada, emperrada nas suas velhas tradições, estava soluçando no soluçar daquelles apodrecidos materiaes que desabavam” (Ibid., p. 4).

Nas últimas décadas do século XIX, especialmente a partir do fim da escravidão, houve uma explosão no número de habitações coletivas, confinadas entre morros, calçadas estreitas, ruas lamacentas e desordenadas. A reforma urbanística, com a abertura de avenidas e a construção de praças, jardins e novas edificações, acarretando a retirada de populares das vistas de quem percorria a cidade, foi a estratégia que também serviria para a expansão econômica comercial do país. Havia uma necessidade emergente de romper com as visões estereotipadas do Brasil como um país conservador e pouco desenvolvido, o que estimulou ainda mais Pereira Passos a aceitar a tarefa de conduzir as reformas urbanísticas, sob o comando do presidente Rodrigues Alves, e a investir em missões de “purificação” da cidade capital, livrando-a definitivamente daquele “mundo de imundície” (CUNHA E CECCHIN, 2007). Alfredo Lisboa, também cronista de *Kósmos* e que usava seu espaço mensal para defender os arautos do progresso, logo no início das reformas urbanas, na edição de fevereiro de 1904 da revista, já as traduzia como “obras notáveis e de imponente grandeza” e desfilava um rosário de expressões em prol do desenvolvimento comercial do país, tais como “melhoramentos”, “desenvolvimento imprescindível em futuro não longínquo”, “necessidades comerciais crescentes”, “obras e armazens de beneficio relevantíssimo” (LISBOA, 1904, p.42-50).

Francisco Pereira Passos governou como prefeito da capital federal de 1902 a 1906 e nela desempenhou o papel de “agente do progresso”, imprimindo uma ordem urbana idealizada também em bases de controle disciplinar e da incorporação de novos códigos de civilidade que, apesar dos acalorados debates na esfera pública, “foram fundamentais não apenas à concepção da cidade burguesa, mas à sua construção” (SICILIANO, 2011, p. 205). Nesse contexto da modernidade da capital do Brasil, é pertinente apontar a necessidade (e ao mesmo tempo a carência) de comportamentos adequados, pautados nos preceitos de polidez, elegância e cortesia. Visando o refinamento das aparências e modos de ser, leituras voltadas à internalização de regras de comportamento tornaram-se obras essenciais, com orientações e

até mesmo regras sobre como se comportar em festas, eventos da sociedade e artes de bem viver. Era preciso se conformar com o progresso, embora tal “trem implacável de civilidade” não alcançasse ou ao menos considerasse as baixas classes sociais. Afinal, no Rio de Janeiro do início do século XX (e ainda hoje), coexistiam grupos plurais que nem sempre se relacionavam de forma harmoniosa.

Uma cultura que se queria urbana e moderna era paradoxalmente sustentada por uma oligarquia conservadora, que produzia resultados muitas vezes nocivos à sociedade. A Avenida Central, via mais famosa construída no período, as vitrines, as roupas em estilo parisiense eram materialidades que interagiam de forma harmoniosa com a damas e cavalheiros da sociedade abastada da época. Mas para os populares, eram a concretude de mais um processo de excludência. O progresso vinha de forma autoritária, controladora, cunhando uma estranha modernidade. A boemia dos cafés do Rio, por seu comportamento indisciplinado e forma de vestir singular, foi sendo considerada transgressora – trazia a desordem a uma sociedade que se queria organizada de acordo com os moldes europeus. A liberdade de expressão foi sendo tirada das ruas, dos cafés e seu lugar se reduzia cada vez mais à arte.

O projeto civilizador do Rio de Janeiro, embora tenha conquistado a maior parte da elite local, não foi compartilhado pelas camadas populares urbanas, obrigadas a driblar os mecanismos do “processo civilizador” e a “etiqueta” requerida pelo “estilo de vida cosmopolita” das elites. Mesmo os que viam as mudanças como positivas estavam imersos nas contradições e nas ambivalências da vida e da experiência humana, oscilando entre a defesa de certas tradições nacionais e a adoção de sociabilidades das modas parisienses e londrinas. Nada mais característico que tal tensão constituinte da modernidade: a singularização e a universalização, o particular e o universal, igualdade e diferenciação, imitação e distinção. Ao mesmo tempo em que o indivíduo se integrava em um grupo a partir de seus modos de vestir por exemplo, se diferenciava de outro (SICILIANO; ROCHA; MEDEIROS; PORTER, 2019).

De todo modo, as famílias da cidade do Rio de Janeiro ansiavam por velocidade, intensidade e aceleração (SEVCENKO, 1998). Eram novos valores, que se defrontavam com a contradição entre o antigo e o moderno, novas atitudes sem deixar de lado a continuidade de tradições. O grande segredo para pegar o bonde dessa história e ganhar atenção era “parecer moderno”. Para isso, era preciso ler, apreender novos hábitos e costumes, sentir-se à vontade numa multidão de

estranhos, com gente vinda de diferentes partes do país e do mundo, além de demonstrar estar *up to date* com o jeito de andar e vestir dos europeus. Afinal, “um paletó e uma gravata qualquer homem pode vestir, mas é no andar que o passado se revela” (SEVCENKO, 1998, p. 556), o que torna os sapatos decisivos, principalmente os “feitos pelo systema norte-americano, elegante, solido, duravel e impermeavel” como os da *Condor* (Figura. 5). Mas não só sapatos. Os fraques, as bengalas, as luvas, entre outros muitos símbolos indispensáveis ao *ethos* urbano cosmopolita que se aspirava. As mercadorias e toda manifestação de adesão aos condicionamentos modernos viravam sinal de distinção social. E todos que queriam pertencer a um determinado círculo da elite precisavam compartilhar certo modo de vida, certo universo de diferenciação simbólica. Embora Bourdieu (1983) tenha afirmado que os grupos de status se definem menos por um ter do que por um ser, as mercadorias também acompanhavam as aspirações sociais. Para demonstrar que não precisava trabalhar ao sol, preservava-se o tom pálido e, para isso, sombrinhas e chapéus eram essenciais. Estamos falando aqui de práticas burguesas, como também a de se distinguir dos escravizados. Sevcenko ressalta,

“Se a intenção era denotar o trabalho, não o braçal, mas a prática metódica e a exuberância saudável dos burgueses, eram necessários não só banhos de mar, como caminhadas, exercícios físicos, tônicos, elixires, loções, cremes, pomadas, sabonetes, xampus e outras mercadorias que servem ao apuro da higiene. É nesse momento que desaparece a latrina de barril ou o penico para dar lugar ao *bidet* francês. Tal profusão de peças revela o quanto a esfera privada mantém uma estreita interdependência com a coletiva”. (SEVCENKO, 1998, p. 561)



Figura 5 – Anúncio *Calçado Condor*. Sapatos produzidos a partir de tecnologia importada eram aspirados e, ao serem usados, um sinal de distinção social e de ser moderno.
Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 24, dez. 905, p. 88. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Tatiana Oliveira Siciliano (2011), em seus estudos sobre o Rio de Janeiro de Arthur Azevedo, a cultura das mídias e a experiência urbana na *Belle Époque* carioca, nos lembra que a elite letrada do final do século XIX e do início do XX não podia ser definida nem como um grupo aristocrático, menos ainda como um segmento oriundo de famílias tradicionais brasileiras. Essa elite, ao assumir-se como tal e ser validada social e culturalmente, reivindicava sua superioridade em relação aos demais “estamentos” sociais legitimando seu discurso menos por posse ou capital econômico, mas principalmente pela forma de pensar, seus ideais, seu estilo de vida e “capitais” cultural e social. Desta forma, revistas e jornais tinham um papel pedagógico que auxiliavam a disseminar ideias novas, códigos sociais “que ajudavam a forjar o padrão anímico do Homo Urbanus” (SICILIANO, 2016, p. 10).

A materialização do *ethos* moderno

Depois de abordar mais profundamente o que foram as revistas ilustradas e contextualizar o Rio de Janeiro no início do século XX, é a vez de dar voz ao objeto principal desta tese. Os capítulos 3 e 4 deste estudo são dedicados a analisar a simbologia dos objetos ditos modernos, que aspirações e efeitos produziram na sociedade carioca, buscando responder não só à hipótese principal como também às questões secundárias já apresentadas. Eles foram captados por meio dos assuntos, da composição aparentemente solta, do ar de acontecimento das crônicas e, ainda, por meio das propagandas, com sua capacidade de influenciar comportamentos, indo além do incentivo ao consumo, transformando hábitos, informando, educando, construindo identidades e reforçando valores. Ao analisá-los, buscou-se compreender como esses artefatos foram narrados, por meio de texto e imagem, e ainda como influenciaram os modos de ver e ser da sociedade da época.

Em todas as instâncias da vida em sociedade, os objetos, sejam eles novos ou já conhecidos, mediam a relação do indivíduo com o mundo ou estão na relação para entender o mundo. Como diz Grosz (2009), não podemos deixar de perceber

o mundo em termos de objetos. Encontramos os objetos como recurso para agir, viver e para deixar rastro nas coisas.

Para estudar e compreender como a relação com artefatos provoca efeitos e modifica as formas de interagir e enunciar, a proposta foi analisar como a sociedade carioca percebeu e assimilou a modernização na cidade, através de sua interação com bens de consumo e outros objetos. Que efeitos produziram as reformas de calçadas e avenidas, novos parques e jardins, além de carros, bondes elétricos, máquinas pesadas, e os modernismos que iam além das de ordem urbana, como a própria imagem a ser construída da capital do País? Como esses objetos foram incorporando e agindo, emoldurando uma nova sociabilidade, novas sensibilidades?

Adrian Forty (2013, p.19) postula que, “em nome do progresso, somos forçados a aceitar uma grande quantidade de novidades a ele relacionadas e possivelmente indesejadas, pois nos obriga a ajustar-nos ao novo e desconhecido”. Para o historiador, produtos não só produzem efeitos. Eles encarnam distinções sociais, percepções e usos distintos. Por isso devem encarnar também novas formas de sociabilidade. Um dos exemplos apresentados por ele de como os artefatos se alteram a partir dos valores da sociedade é a casa do século XIX. Sua beleza foi destacada porque o lar deveria cumprir com o objetivo de “lugar de santidade”. A beleza incluía conforto e a satisfação dos sentidos estéticos, mas sobretudo significava a representação das virtudes morais da verdade e da honestidade.

O automóvel é também outro exemplo. Símbolo de modernidade, ao mesmo tempo que representava perigo, era como lembra Araújo (1993, p.329) “instrumento de corrupção dos costumes morais rígidos”. Representava e transferia para seus proprietários o gosto, o acabamento, o luxo do estrangeiro. As ambiguidades do progresso se faziam presentes também e principalmente nos objetos que o materializavam. A luz elétrica que movia os bondes e tirava as cidades da escuridão indiretamente promovia acidentes, choques às vezes fatais, já que ela permitiu que esse tipo de transporte andasse em maior velocidade. Os novos carros à motor que começavam a circular causavam engarrafamentos e trombadas, sobretudo quando emparelhados aos veículos de tração animal. Estamos falando de um momento em que a burguesia, orgulhosa de seus avanços, viu na ciência e na indústria a possibilidade de expressão e realização de seus desejos. Máquinas e inventos de encher os olhos de quem tinha ou não acesso a eles, como lembram Costa e Schwarcz:

“O metrô de Paris (inaugurado em 1900), o Zeppelin, o balão dirigível de Santos Dumont (1898), o código Morse do engenheiro John A. Fleming, o Raio X (1895) de Wilhem von Roentgen, todas essas novidades não foram, porém, absorvidas com facilidade. Ao contrário, boa parte dos inventos mais bem-sucedidos foram vítimas de reprovações categóricas. O automóvel, a máquina de escrever, o fonógrafo. Poucas pessoas foram envolvidas nesse processo tão drástico de transformações que a um só tempo encantavam, assustavam e geravam ceticismo” (COSTA; SCHWARCZ, 2000, p.19).

Objetos e seus designs são carregados de significados. Tão difícil quanto definir de forma sucinta o que são objetos é permitir-se interagir e olhá-los como coisas e não representações. Objetos podem ser coisas, peças, artigos, mercadorias, paisagens, obras urbanas. Os objetos existem muito antes da linguagem, porém a dificuldade em perceber o objeto sem a camada do significado é imensa e fruto do que se entende como cultura. No âmbito da cultura, nada pode não ser texto, signo. Qualquer forma de cultura quando acontece já é significação. Um objeto novo ou situado fora do lugar em que ele foi construído culturalmente causa estranhamento, porque para a sociedade haverá significante, mas não significado até que sua apropriação, seu uso o faça conhecer e então perceber sua existência.

O moderno também é de difícil definição. Ele e todo seu aparato tecnológico são sempre cheios de mistérios, novidades, anúncios do apocalipse ou de um futuro melhor. É um começo, mas não necessariamente novo. A modernidade é uma tradição feita de interrupções (PAZ, 1984) e, por ser uma descontinuidade do que está em vigor, há um dever educativo, civilizatório, para que a sociedade enxergue o sentido das coisas. E os objetos são elementos necessários a essa adequação, a esse entendimento do homem em um novo lugar no mundo, numa nova tradição, uma nova sociedade.

Na relação do indivíduo com os objetos, a experiência, a proximidade é o que vai permitir o conhecimento, a percepção, a construção de si. Fenômenos são compreensíveis através da vida prática e não somente a partir da ciência, já dizia Heidegger (2009). O conhecimento do homem parte da experiência com o mundo. O próprio processo de objetificação se dá em externalizar e reabsorver o objeto. E se levarmos em consideração a teoria de Latour (2012) de que objetos são “actantes”, ou seja, provocam efeitos, é preciso considerar também como esses artefatos modificam os modos de ser e ver dos indivíduos e reconfiguram os espaços públicos.

O bonde é exemplo de como um artefato altera a infraestrutura de um lugar como também os costumes de toda uma sociedade. A malha urbana da cidade do

Rio de Janeiro, sobretudo depois do início das reformas e do aumento do número da população, cresceu em direção ao subúrbio graças ao desenvolvimento dos meios de transporte em particular do bonde e sua penetração em direção à zona norte da cidade. Araújo (1993, p.289) diz que ele foi “a pedra fundamental do cosmopolitismo da capital, não sendo peculiar ao Brasil, muito menos ao Rio”. Apesar das limitações, de não ter acompanhado o ritmo de crescimento e modernização da capital do país, para a autora, o bonde teve uma função singular na interação da família com a cidade. Costa e Schwarcz (2000) alargam a discussão afirmando que, com o bonde, ficava mais fácil a sociabilidade e as possibilidades de sair de casa.

“O bonde garantia também um bom passeio; para além do costume de se ficar nas janelas, vendo o movimento passar, agora era fácil descansar os ombros sobre essas novas fenestras, que se movimentavam e trocavam de paisagens. Por fim, em uma cidade tropical, o bonde representava uma oportunidade de aliviar o calor. Por isso, tornou-se um modismo que reunia grupos sociais diferentes, gerando diversão e conflito” (COSTA; SCHWARCZ, 2000, p. 68).

Retornado a teoria ator-rede de Latour (2012) sobre como os objetos afetam as pessoas, quando o autor usa a expressão *Ator-Rede*, seu propósito é justamente deslocar a origem da ação, antes restrita aos humanos. Sua discussão avança no sentido de que os objetos também agem, o que não implica em pensá-los como intencionais, mas como dotados de alguma subjetividade. Remete-se então à ideia de associação – humanos e não humanos distribuídos não como sujeitos que agem e objetos que não agem. Objetos agem. E pensar a rede é pensar em uma série de ações distribuídas, espalhadas, sem linearidade de causa e efeito. É pensar também a sociedade além daquele lugar cômodo, povoado apenas por humanos agentes e não humanos agidos em sua relação com os objetos.

Machado de Assis, em seu manual de regras sobre o uso do bonde, publicado em crônica da *Gazeta de Notícias*, em julho de 1883, regulamentava com extremo humor o convívio dos e entre passageiros no bonde, ao mesmo tempo em que analisava a sociabilidade brasileira. Nesse novo meio de transporte de massa concentravam-se não só os princípios de civilidade, que andavam tão mudados, como os temores com relação aos novos perigos.

Ainda dentro dessa reflexão da relação com os objetos, é importante considerar neste estudo o impacto social que cada invenção, tecnologia e a influência que o novo e moderno tiveram na formação da sociedade. Trata-se de uma mudança na compreensão de objetificação. Por muito tempo, os objetos foram tratados

erroneamente como algo estático. Porém, como ressalta Latour “eles são muito mais interessantes, variados, incertos, complicados, de longo alcance, heterogêneos, arriscados, históricos, locais, materiais e em rede do que a versão patética oferecida por muito tempo pelos filósofos” (LATOURE, 2009, p. 158).

Alargando a discussão sobre a influência dos objetos, mas mais especificamente relacionando-a com consumo e cultura material, o antropólogo inglês Daniel Miller (2013) adverte que a melhor maneira de entender, transmitir e apreciar nossa humanidade é dar atenção à nossa materialidade. Para o autor, estudar bens materiais auxilia na compreensão mais profunda da especificidade de uma humanidade inseparável de sua materialidade. A interação do homem com objetos pode envolver uma apropriação altamente produtiva e criativa desses bens, que muitas vezes os transforma com o passar do tempo.

“(…) Nós pensamos que nós sujeitos humanos, somos agentes livres que podemos fazer isto ou aquilo com a cultura material que possuímos. Mas não podemos. Objetos podem ser bestas obstinadas que caem do console da lareira e quebram, que se recusam a crescer no sombreado do jardim, que nos obrigam a viajar, e cujos sistemas caem justo quando estamos prestes a escrever algo genuinamente interessante. (...) Coisas fazem coisas conosco e não apenas coisas que gostaríamos que fizessem” (MILLER, 2013, p. 140-141).

A análise dos efeitos dos objetos nos modos de ver e ser de uma sociedade também foi feita na esteira do estudo do filósofo e sociólogo Wiebe E. Bijker (2009) sobre a construção social de objetos, mais especificamente da bicicleta de roda alta, em West Midlands, Reino Unido. Para Bijker (2009) a construção social de objetos se dá a partir da experiência de grupos sociais com eles. A bicicleta não seria o que é hoje sem cada um dos estágios ao longo da história da sua presença e influência na formação da sociedade. O autor narra os termos e as associações feitas ao artefato, como foi vista e avaliada por diferentes grupos sociais, por não usuários e usuários de diferentes tipos, quando da sua aparição na cidade de Coventry, no ano 1870. Ele analisa as diferentes percepções, descrevendo termos como “perigosa”, feitos por não usuários, ao mesmo tempo em que descreve a observação dos usuários como “elemento arriscado”, encontrando neste aspecto de aventura o que os atraía para o uso da bicicleta. Usei como inspiração na metodologia de análise modelo similar ao do teórico, trazendo termos, associações, grupos sociais relevantes que disputam a atenção a partir do uso dos artefatos e os impactos deste convívio e a materialidade da modernidade.

Bijker (2009) nos lembra que, assim como outros objetos, a bicicleta é única no sentido de sua versatilidade e uso por uma variedade de grupos sociais, onde cada grupo a experimenta e a percebe de forma diferente. É a partir da experiência com o objeto, traçando quais grupos possuem visões e expõem os diferentes aspectos de um artefato que este se constitui. “O significado dado por um grupo social relevante realmente constitui o artefato” (BIJKER, 2009, p. 77). A visão do autor traz a dificuldade em estabelecer uma definição sobre o que são objetos, porque para tal é preciso levar em consideração ângulos dos usuários, não usuários e outros grupos sociais que orbitam o objeto, chamados pelo pesquisador de “grupos sociais relevantes”. Assim também ousei fazer ao analisar a relação dos diversos atores da sociedade do Rio de Janeiro com os objetos que simbolizavam a modernidade.

Andar de bicicleta é muitas vezes um dos exemplos sintetizados de “conhecimento tácito” - definido como habilidade ou algo difícil de explicar, mas deve ser experimentado para ser dominado. Assim como andar de bonde ou dirigir um automóvel, é impossível ensinar alguém a andar de bicicleta explicando o processo ou até mesmo demonstrando a ação. É uma tarefa que só pode ser aprendida por tentativa e erro, pela prática, pela vivência. Através deste exemplo de se relacionar com a bicicleta, o bonde, o automóvel, que vemos que a relação com objetos se trata de experiência pessoal. Da mesma forma, os grupos sociais surgidos e que se destacam ganhando voz através do uso dos artefatos são resultantes da conexão pessoal de cada indivíduo com os objetos. A técnica de Bijker de identificação de grupos sociais relevantes em relação a um artefato específico se dá justamente observando grupos sociais mencionados em relação a esse objeto em documentos históricos. E, como esses grupos sociais se constituem, constroem sua identidade e ganham voz, a partir da relação com ele.

Voltando ao contexto da tese, o que se pretendeu ao desenvolver os capítulos 3 e 4 foi destacar, por exemplo, como os carros foram um símbolo de objeto moderno, cujos efeitos eram muitas vezes contraditórios. Automóveis eram ícones da “febre da velocidade” trazendo nuvens de pó inebriantes e o perigo dos atropelamentos. Essas máquinas velozes, assim como as avenidas por elas percorridas, representavam, por um lado, o novo, o invento, a higiene e a modernidade e, por outro, eram “destruidoras da tradição” e causadoras de acidentes. Mas as reclamações de alguns e os medos que assaltavam até os otimistas costumavam ser compensados pela euforia e a sensação de estar *up to date* com o *high life* de outros.

Eram marcas do progresso, do cosmopolitismo e das práticas individualizantes (SICILIANO, 2011).

A própria experiência da cidade capital federal é exemplo de que é com objetos que se confronta e constrói a realidade da modernidade. Um passeio pelas ruas do Rio de Janeiro na alvorada do século XX, como comprovam os estudos de Siciliano (2011) atravessados pela literatura e o teatro desse início de século, possibilitava não apenas que se representassem os tipos urbanos que transitavam pelo espaço público, mas também o clima das ruas, o calor, os cheiros, a poeira produzida pelas “picaretas” dos demolidores, os rumores dos transeuntes entusiastas ou dos críticos do “progresso”. A remodelação física da cartografia urbana da cidade foi o primeiro passo para a mudança dos costumes. Como diz a autora, embora a República já tivesse sido feita, seus ideais de mudança ainda não haviam se concretizado. Os costumes e a aparência da capital federal haviam mudado pouco em relação ao tempo da corte. Parecia que a República ainda continuava a ser um sonho idealizado. Foram justamente as picaretas demolidoras e regeneradoras que permitiram uma mudança de fato (SICILIANO, 2011).

Flanar nas modernas e iluminadas avenidas, viajar de bonde para trabalhar, fazer compras na Rua do Ouvidor ou divertir-se nos cafés, ver as modas, experimentar os chapéus, ir ao teatro assistir a óperas e estar atualizado com as últimas películas do cinematógrafo constituíam assuntos e pautas de ocasiões para encontros em locais públicos. Ver e ser visto, falar da vida alheia e ter seu próprio comportamento como objeto de uma conversa, tornaram-se, segundo Siciliano (2011), estratégias de interação entre os indivíduos nos espaços públicos da Capital Federal no início do século XX. Em todos esses momentos que impulsionaram e ao mesmo tempo constituíram uma nova sociedade, estavam a luz elétrica, o carro, o bonde, as picaretas, os fogões a gás, as máquinas tipográficas, os chapéus, as bengalas, as mesas e tudo o mais que vai moldando de forma sólida e tangibilizando as ideias de quem somos e como devemos nos comportar diante da modernidade.

Sevcenko (1998) capta com minúcias as metrópoles da virada do século XIX para o XX. Elas eram o palco para o desempenho de novos potenciais técnicos, do homem da ação, das filosofias da ação. Era na ação que se concentrava a realização do destino humano. “As doutrinas militantes, os atos de arrebatamento e bravura se tornam os índices nos quais as pessoas passam a se inspirar e pelos quais passam a se guiar”, afirmou o autor (1998, p. 569). Era a eletricidade passando não só por

fos, mas também por corpos, “imprimindo-lhes a compulsão do movimento, fosse espontâneo, fosse mecânico, fosse em coordenação das massas”, completa.

Convido então a passar os olhos nestas páginas e, através de suporte documental tão expressivo como as revistas ilustradas, viajarmos juntos pelo moderno Rio de Janeiro da alvorada do século XX.

1

Revistas: caleidoscópio de um estilo de vida moderno

O primeiro capítulo desta tese se dedica a analisar e discutir o eixo das revistas ilustradas brasileiras do início do século XX. Antes, porém, quero registrar impressões do meu primeiro contato com o objeto desta pesquisa. Como jornalista e antiga profissional da imprensa escrita, ler a forma rebuscada de narrar aquela temporalidade e me deparar com o ecletismo que permeia tais impressos - com ilustrações, anúncios, gêneros literários diversos como contos, poesias e crônicas, colunismo social, fotografias de paisagens, partituras, romances folhetins, todos em forma de notícia e de pedagogia para a nova sociedade que despontava - aguçou o desejo de mergulhar nas páginas das revistas ilustradas e ajudou a pensar os aspectos abordados neste capítulo.

A ideia desta primeira parte é dar luz as causas que levaram tais revistas a se transformarem em importante suporte da indústria cultural do período, trazer argumentos do porquê de as revistas serem muito usadas como suporte de análise das sociedades e sua adaptação ao moderno, além de pensá-las dentro de uma modernidade à brasileira a qual me refiro, retratando o social, os tipos urbanos e seus artefatos na capital Rio de Janeiro, nos primeiros anos da república. Importante ressaltar que, ao longo deste trabalho, utilizei como sinônimos de revistas ilustradas termos como *revistas mundanas*, *de variedades*, *folhetins*, *periódicos*, entre outros que encontrei na literatura para designar o que também chamarei de *caleidoscópio impresso*, páginas ilustradas, com cores e formas, que se movimentam como as ruas da cidade e projetam diferentes figuras que, multiplicadas, espelham a sociedade brasileira do início do século XX.

1.1

A imprensa do Rio de Janeiro da primeira República

Para iniciar o percurso de apresentar as revistas ilustradas, é necessário lançar olhar nas transformações econômicas, políticas e sociais, que mudaram completamente o cenário urbano da cidade do Rio de Janeiro, nos primeiros anos da República. Contexto histórico que também criou condições indispensáveis para o

desenvolvimento de uma imprensa como negócio. Na virada do século XIX para o XX, sai a imprensa estruturada administrativamente como empresas familiares, surgida no cenário carioca nos anos 1870 com clara intenção política, e entra a de moldes industriais, com infraestrutura, prédio, sede, setores internos distintos como administração, redação, funcionários contratados, equipamentos de tipografia mais tecnologicamente modernos, relações com o mercado local e, é claro, com a política e os projetos de desenvolvimento da nação.

Barbosa (2000) aponta fatores que abriram caminho para o desenvolvimento de uma imprensa - e naturalmente das revistas ilustradas - como novo elemento da indústria cultural, tão significativa e propício às mudanças: o processo de inserção do Brasil na economia capitalista mundial, que ganha impulso com a Abolição e a República, forjando o quadro institucional necessário para maior participação do país na divisão internacional do trabalho; o gradual declínio da cafeicultura na Província do Rio de Janeiro, modificando a economia urbana e deslocando recursos para atividades ligadas à indústria e ao comércio; o êxodo urbano, possibilitando a industrialização, ampliação de áreas industriais e a concentração de capital em setores distintos do comércio; e ainda o desenvolvimento dos sistemas de transportes e de uma infra-estrutura de serviços, que transformaram o Rio de Janeiro numa cidade populosa e com recursos de um centro comercial e financeiro.

Os jornais há muito cumpriam seu papel de se fazer presente na vida da população, representando grupos políticos ou outras instâncias de poder, mas também se colocando no lugar de defensor dos direitos dos cidadãos. Porém foram as revistas ilustradas o tipo de imprensa propício às transformações da capital da República, no início do século XX. Mudanças que se apresentavam para a sociedade como uma locomotiva veloz, bonita em seu exterior, representando o progresso, porém com entranhas sujas, ferventes, desconfortáveis a quem estava perto. Com características distintas do jornal, as revistas mundanas se debruçaram sobre um tempo acelerado, porém não visavam captar a atualidade imediata. Se esforçavam para trazê-la à discussão, tornando-a mais que notícia de última hora, um objeto de reflexão. Também se distinguiam das revistas literárias, pois apresentavam suas ideias a partir de um diálogo sofisticado. As revistas de variedades traduziram formas concretas de convívio em relação ao moderno, dando conselhos, sugestões e interpelando diretamente o leitor, buscando cumplicidade e envolvimento. Para Oliveira, Velloso e

Lins (2010), essas foram a diferença e a causa de sua grande influência dos demais suportes de informação.

Martins (2008), em suas análises sobre a imprensa e as práticas culturais em tempos de início da República alarga essa discussão e diz que as revistas se constituíam no “sorriso da sociedade”. Lidando com público diverso dos jornais:

“(...) empenhavam-se em cooptar leitores para sucesso de seu empreendimento, experimentando as modernas formas de comunicação técnica e visual, ensaiando novas estéticas literárias e representando grupos institucionais e sociais que buscavam representação” (MARTINS, 2008, p. 126).

Ainda sobre as referências da autora, no período analisado, havia uma atmosfera de transformações que não só decorria da passagem do Império para a República (embora houvesse permanências, inclusive de monarquias no poder) como do impacto da passagem para um novo século. A luz elétrica, o telégrafo, o telefone, o cinematógrafo, as estruturas de ferro pré-fabricadas que resultaram em edificações na paisagem, os bondes elétricos, o automóvel, a máquina de escrever, os zepelins, a busca de uma estética contemporânea – todas essas inovações justificavam a crença de que a mudança para os 1900 trazia uma nova era. E o papel pedagógico das revistas era justamente o de ajudar a disseminar ideias recém-chegadas, além de modas, códigos sociais e etiquetas que forjavam o padrão anímico do *Homo Urbanus* (MARTINS, 2008; SICILIANO, 2016).

Vale ressaltar que esse caleidoscópio impresso auxiliou na formação de uma linguagem nacional, que repercutiu em uma atmosfera de otimismo, não sentida de forma generalizada, mas redigida quase que em uníssono pelos literários. Fotografias, imagens e pinturas retratavam paisagens sobre o Brasil, um país republicano que começava a interessar ao mundo, sob uma ótica e um discurso que uma vez repetido, lido, refletido, contribuía para a imagem e sensação de que finalmente o país tinha entrado na geografia comercial mundial.

“Numa sociedade recém-saída da Monarquia, onde é emergente a formação de uma nova ordem e dinâmica capitalistas, as divergências, rivalidades e dualidades são múltiplas. Mas, a par disso, há todo um projeto de criação de uma estrutura de poder, onde as lutas entre os grupos dominantes afloram para o restante da sociedade. Há também o projeto comum de disseminação de uma nova visão de mundo e é nessa intenção que os periódicos assumem o seu papel emergencial” (BARBOSA, 2000, p. 116).

Com escrita dinâmica, reflexiva e acima de tudo bem-humorada - para Oliveira, Velloso e Lins (2010) o humor consegue polarizar a atenção dos diferentes grupos sociais - tais revistas apresentavam suas linhas como um convite à leitura sempre sedutor. Voltadas para um público amplo - embora mais endereçadas às elites - atraíam e influenciavam também populares que não tinham o domínio dos códigos da escrita. Utilizavam estratégias comunicativas, com recursos de linguagem visual e continham texto com expressivo apelo à oralidade, abusando de os verbos dizer, falar, contar, escutar, ouvir, e apelos sonoro-auditivos, como “fonfornar”, “malhar”, “bimbalhar”, expressando uma comunicação ruidosa e alicerçada no humor (OLIVEIRA; VELLOSO; LINS, 2010). Além disso, nelas, havia a chamada “literatura de aconselhamento”, em que se sugeriam práticas, formas de fazer, usar, proceder e se informar. Instruções que abrangiam desde cuidados médicos e tratamentos de higiene às receitas culinárias e de beleza, passando por dicas sentimentais, moda, estética e economia doméstica.

Pense numa população de em torno de 600.000 habitantes em que, destes, somente 33% sabem ler. Essa era a realidade do Rio de Janeiro em 1900 (BARBOSA, 2000, p.10). Era preciso mais que letras para criar o hábito de leitura e disseminar os vários discursos da sociedade no caminho do progresso e civilização. Era preciso vestir os periódicos cariocas com a roupagem e os padrões da imprensa estrangeira, aliando a veracidade da fotografia com a crítica das caricaturas ou a “reprodução” da realidade contida nas ilustrações.

Para Barbosa (2000), a imprensa e o jornalismo cariocas, a partir de 1880 e com mais intensidade nas décadas seguintes, passaram por um momento de drástica transformação. Do ponto de vista da impressão, as inovações técnicas permitiram a reprodução de fotos e ilustrações e maior rapidez no processo de produção. Foram incorporadas mudanças gráficas e editoriais. A autora afirma, ainda, que, a partir de 1890, todos os veículos impressos do jornalismo se transformaram em verdadeiras editoras, imprimindo suas páginas em máquinas rotativas Marinoni e papéis da Casa Prioux & Cia, de Paris:

“Para agradar ao público leitor, são necessárias outras máquinas e novas técnicas para que os impressos se adaptem ao novo tempo. Não são apenas as modernas Marinonis, vomitadoras de folhas incessantes ou as estranhas linotipos, com sua rapidez transformadora de chumbo em linhas compostas, mas também as amplas instalações que providenciam. Vendo-se como indústria, é imperativo que acompanhem a própria ideia de modernização do Rio de Janeiro” (BARBOSA, 2000, p. 186).

Papel e tamanho especiais, tipologias em títulos e aberturas que lembravam os mais finos manuscritos, fotografias com belas paisagens que refletiam o imenso Brasil nos olhos de quem as lia. Assim eram as revistas ilustradas. Inicialmente, surgiram como pequenos impressos simbolistas. Posteriormente, passaram a priorizar a atualização cultural da sociedade, com expressivo papel no processo civilizatório da modernidade e por fim na intencionalidade de definir uma linguagem nacional. Como veremos em trechos de *Kósmos*, tais revistas foram mediadoras de saberes, práticas sociais e novas linguagens.

1.2

***Kósmos*: representação de uma nova era da vida urbana**

A revista *Kósmos* é um dos maiores símbolos do avanço tecnológico da imprensa no Rio de Janeiro do início do século XX. Objeto que será analisado no âmbito desta pesquisa, traduzia e endereçava suas páginas à elite da época usando ilustrações, imagens de paisagens, fotografias e referenciando “uma eclética revista europeizante”, como diz Dimas (1983). Para o autor, *Kósmos* abrigava as mais diversas tendências, tornando-se assim o repositório sintomático e ilustrativo de uma época que buscou definir-se culturalmente.

“Orientada para essa direção, construída para servir como vitrine de nossa civilização (que teimava em esconder seu pé de pavão), é natural que grande porção de sua ilustração e de sua matéria funcionasse como resposta às necessidades de um consumidor europeizado e deslocado. Ignorando a nós mesmos, esforçando-nos por superar uma fenda cultural apreciável e por nos mostrarmos à altura do Ocidente Culto, fazíamos de *Kósmos* recurso para atenuar insatisfações, encurtar distâncias e amenizar complexos” (DIMAS, 1983, p. 35).

No Brasil dessa época - há que se refletir se também dos dias atuais - o que vinha de fora, especialmente da Europa, era melhor e mais interessante. Não bastava ser de origem francesa ou inglesa, tinha que estar *up to date* com os ares europeus. Para Martins (2008), esse foi mais um motivo que contribuiu para a valorização das revistas ilustradas. Assim como as europeias, as revistas brasileiras passaram a acolher parte expressiva de intelectuais e artistas. Estavam ali a profissionalização e a sobrevivência do escritor, que tinha diante de si a possibilidade de colocar-se, agremiar-se, existir (Ibid., p. 71).

De linguagem rebuscada, com média de 50 páginas por edição e de tamanho superior as demais revistas (média 32 cm por 26 cm), *Kósmos* era impressa na “Oficina Typographica de J. Schmidt” e em papel *couché*, novidade à época. Teve direção inicial de Mario Behring, mas ele deixou a revista em março de 1905, ficando sob a responsabilidade do editor proprietário Jorge Schmidt. Suas páginas apresentavam ilustrações coloridas e uma extensa relação de colaboradores, entre eles: Afonso Arinos, Alberto de Oliveira, Artur Azevedo, Capistrano de Abreu, Coelho Neto, Euclides da Cunha, Felix Pacheco, Francisco Braga, Gonzaga Duque, João Ribeiro, João do Rio, José Veríssimo, Lauro Muller, Lima Campos, Manuel Bonfim, Medeiros e Albuquerque, Olavo Bilac, Oliveira Lima, Raul Pederneiras e Vieira Fazenda.

Assim como a enciclopédia de Diderot e D’Alembert que, influenciados pelo racionalismo, acreditavam que poderiam colocar todo o conhecimento humano em um livro, *Kósmos* apresentava uma variedade editorial que ia de críticas literárias, de arte e teatral, a fotografias de paisagens brasileiras e estrangeiras, passando por romances folhetins, trechos de livros, poesias, contos, partituras de óperas, colunas com representantes estrangeiros e crônicas, que flagravam acontecimentos, dos mais corriqueiros como as missas de domingo e o comportamento das moças nos cafés e teatros, até os mais relevantes como eleições, guerras internacionais, conquistas tecnológicas. Suas páginas sempre enalteciam e destacavam os feitos brasileiros, a soberania territorial, a dimensão continental e diversa do Brasil, registrando em imagens de página inteira paisagens do país e sua pluralidade cultural. Apesar de sua preferência pelos assuntos nacionais, não deixava de levar aos leitores informações sobre os principais acontecimentos no mundo, especialmente na Europa, onde ecoavam ventos que influenciavam principalmente a sociedade carioca.

Oliveira, Velloso e Lins (2010), em obra que enquadra as revistas ilustradas do início do século XX como mediadoras de práticas sociais, falam desse tipo de periódico como um dos objetos que estimulava o típico observador subjetivo. Para as autoras, não se liam revistas ilustradas apenas com os olhos, mas com gestos, fisionomia e posturas. Podia-se ainda “escutar ler”, conforme faziam os analfabetos (OLIVEIRA; VELLOSO; LINS, 2010, p. 92). Com grande apelo à oralidade, *Kósmos* sugeria práticas de como proceder e se informar, tal qual a forma enfática de J. C. de Mariz Carvalho, em crônica da edição de setembro de 1904, ao descrever que as obras da capital federal modificariam também os hábitos:

“... essas transformações do meio em que vive a população, hão-de modificar os seus hábitos, influir sobre o seu character, activar a sua iniciativa, despertar-lhe o gosto do bello, o culto do ideal, o amor que se traduz por actos, não o amor platônico e rhetorico, da terra natal” (CARVALHO, 1904, p.2-7).

Siciliano (2011) ressalta a importância da imprensa ilustrada como espaço de experimentação literária na virada do século XIX até as primeiras décadas do século XX. A colaboração sistemática na imprensa permitiu que escritores, como Olavo Bilac e João do Rio, se tornassem referências no universo letrado e pudessem viver apenas de suas “penas”. Afinal, como afirma a autora, “a imprensa remunerava – mesmo que pouco – possibilitando que o escritor contasse com um ganho fixo, permitindo-lhe o sustento” (Ibid., p.116). Especificamente nos primeiros anos do século XX no Rio de Janeiro, há o que Dimas chama de retraimento intelectual para uma maior concentração de energias em favor de um processo de urbanização. O que para o autor reforça os periódicos como espaço de acolhimento dos escritores. Entre os literários, havia os que tinham desistido completamente da literatura como Aluísio Azevedo e os que, embora acreditassem nas exigências do periodismo, não se sentiam animados a viver da imprensa. Somente Bilac e Coelho Neto aceitaram abertamente o desafio da tarefa jornalística (DIMAS, 1983).

Na tarefa, estavam: o intelectual sem pseudônimo com consciência cívica, empenhado em testemunhar e opinar sobre seu tempo; o que carregava o descompromisso com a realidade e com personalidade literária livre como era o caso de Fantasio, personagem de Olavo Bilac (DIMAS, 1983); os que ocupavam postos influentes na direção das revistas; e os que vão eleger tais impressos como lugar de expressão do pensamento crítico, articulando a discussão do moderno às subjetividades, usando letras e linhas na tradução de formas concretas de convívio com a modernidade. Com elenco que conferia qualidade literária, as revistas eram espaço de convergência e irradiação de ideias.

Como já citado, naquele tempo, não havia uma editoração nacional. Lançar um livro era caro e muitos foram os literários que aproveitaram tal espaço para divulgação de obras. Martins (2008) nos lembra que, na *Revista Brasileira* (1879-1881), Machado de Assis lançou *Memórias Póstumas de Brás Cubas*, a comédia *Tu Só, Tu, Pura Amor*, *A Mosca Azul*, entre outras obras. Na impossibilidade de editar-se um romance, por exemplo, produzia-se um conto com publicação garantida nas revistas. Assim, mais e mais caleidoscópios impressos surgiam, mediando

a cultura livresca e a cultura das ruas, integrando expressões e grupos sociais, mesmo aqueles à margem da vida social.

As revistas traziam textos, notas, colunas, partituras, crônicas, fotos, anúncios de assuntos variados e de interesses diversos. Eram pequenos recortes, retratos da sociedade urbana que despontava nas cidades. Tinham total aderência ao estilo de vida do circular pelas ruas, do observar novidades, alinhada a um novo comportamento social, novo modo de compreender o mundo, de desenvolver o que Simmel (2005) chamou de “cultura subjetiva”, um desenvolvimento pessoal e espiritual que se aperfeiçoa quando em contato com a “cultura objetiva” na forma de instrumentos e artefatos disponíveis.

1.3

As crônicas e seus micro instantes da modernidade carioca

Como atrair um público de contingente cada vez maior, com experiências comuns da vida urbana, mas com formas tão heterogêneas de apreender o sentido social e coletivo do que acontecia na cidade do Rio de Janeiro do início do século? Oliveira, Velloso e Lins (2010) nos lembram que, na cultura da modernidade, nenhuma pessoa ou assunto pode ficar de fora da observação e do controle social. As formas discursivas e de escrita menos elitizadas dos impressos periódicos, aproximando-se da expressão oral, representavam a linguagem de prontidão e rapidez fundamentais para que as pessoas se adaptassem ao contexto social. Nada mais propício que ler uma crônica, que permitia construir sentidos. A partir do momento em que se lia, se experimentava e percebia aquilo que se lia.

Assuntos do cotidiano ou da cidade, um levantamento dos acontecimentos da semana ou do mês que se findava são, sem dúvida, aspectos explorados do ponto de vista histórico e sociológico pelas crônicas. Reveladora de demandas da sociedade, de seus problemas e avanços, das práticas sociais, dos espaços públicos e privados, a crônica apresenta o caráter de intervenção na realidade. A interação do cronista com as coisas do mundo mostra sua intenção de analisar e transformar o que ele via e vivia. O chamado à reflexão sobre algum tema social e a indicação de problemas na cidade são sinais desse papel que a crônica, muitas vezes, assume.

Na tentativa de apresentar os traços discursivos da crônica, Chalhoub, Neves e Pereira (2005) apontam, mesmo reconhecendo a improvável tarefa de se definir

uma essência, características determinantes do gênero. São elas: o caráter de intervenção na realidade; a cumplicidade entre o cronista e o público, num certo dialogismo; a indeterminação; e a estreita ligação com a imprensa. Para os autores, ela elabora linguagem que fala de perto ao nosso modo de ser mais natural, não sendo um

“(...) gênero maior Graças a Deus, - seria o caso de dizer, porque sendo assim ela fica perto de nós. (...) por meio dos assuntos, da composição aparentemente solta, do ar de coisa sem necessidade que costuma assumir, se ajusta à sensibilidade de todo o dia” (Ibid., 2005, p. 13-20).

Um dos mais expressivos cronistas de *Kósmos*, Olavo Bilac, em uma pedagogia dos costumes e aliando o objetivo da construção das ideias e de um valor moral, reforça a intenção de realizar um levantamento dos acontecimentos importantes da cidade bem como da importância da aproximação do cronista e seu público nas suas crônicas. Para o literário, “Kósmos sempre quis ser e sempre tem sido um registro de toda a vida nacional: foi para isso que ella foi creada” (BILAC, 1908, p. 5).

Realizada no domínio público, a leitura das revistas ilustradas congregava pessoas, abrindo intervalos para comentários, risos, gestos e atitudes corporais. “Uma leitura de deleite e contemplação!” (SICILIANO, 2010, p. 96). E ainda, como reforça a antropóloga social, para entrar no rol dos veículos populares, tornava-se imprescindível contar com o suporte de imagem. As charges, as caricaturas, as ilustrações e a fotografia possibilitavam uma leitura coletiva e oral das informações. “Afim, nas charges das modernas revistas ilustradas *FonFon* e *O Malho*, o iletrado era parte integrante do mercado de leitores e alvo da imprensa” (SICILIANO, 2011, p. 113).

Marialva Barbosa reforça o papel das revistas ilustradas na construção de um leitor subjetivo a partir de um tipo de leitura coletiva e não individual. O que era lido, muitas vezes era transmitido ao outro.

“O fenômeno da oralidade, um tipo de leitura coletiva, que permite supor uma apropriação do texto peculiar. Comentados, a partir de uma experiência coletiva e não individual, sofrem reelaborações não de segunda, mas de terceira, de quarta, de quinta ordem. A mensagem suscita dúvidas, comentários, discussões, controvérsias, favorecendo a apreensões de sentidos distintos, mas também emoção” (BARBOSA, 2000, p. 200).

A especificidade de uma capital pode ser observada pela variedade de grupos que ocorrem ao centro de poder para lutar pelos seus interesses. Com o Rio de Janeiro da primeira República não foi diferente. E as crônicas das revistas de variedades não só representavam discursos e movimentos da burguesia formada pelos novos grupos sociais dominantes – militares, capitalistas, negociantes, cientistas, engenheiros e políticos - como apresentavam esses “tipos urbanos” através de uma classificação que ia do conselheiro ao negociante, passando pelo capitalista, o viajado, o engenheiro, todos identificados segundo sua classe social.

As crônicas também contribuíam com a formação de um novo consumidor, articulando interesses empresariais e comerciais. Nesse aspecto, vale destacar que era preciso conformar uma visualidade de país adaptado aos novos tempos. E as revistas funcionaram como manuais de etiqueta da *belle époque tropical* expressão apropriada por certos historiadores e cientistas sociais, como Needell (1993), Sevcenko (1998), Costa & Schwarcz (2000), para pensar o Brasil e países vizinhos, que viviam um período de relativa confiança e estabilidade política e econômica e que pretendiam acompanhar esse comboio da modernidade europeia. Esses tipos de relatos refletiam o progresso em novo século, encenando em textos e fotos, “a vida moderna, estimulando o consumo e ajudando a população letrada a se portar como novos passageiros do trem da civilização” (SICILIANO, 2016, p. 6).

Em alguns momentos da história da humanidade, em especial a partir do século XVI, grupos sociais necessitaram explorar o poder das coisas para se adaptarem numa nova ordem social. Foi assim no período de Elizabeth I, por exemplo, cujos objetos se prestavam a comunicar o reconhecimento do monarca para governar e dos nobres para se legitimar. De forma a ganhar status e permissão para participar das cerimônias da corte, nobres lançavam mão de suas moedas para uma cultura material, forjada em objetos, louças, vestuário, num modelo de consumo que, segundo McCracken (2003), é o locus da sociedade de consumo nos moldes da cultura moderna. Segundo o autor, levados por sua ansiedade por status, os nobres começaram a gastar mais, estabelecendo novos padrões de consumo, que por sua vez mudaram também a natureza da família e localidade elizabetana.

Essa estreita relação entre cultura e consumo, explorada nas crônicas da imprensa do início do século XX, também se deu na Europa pós-Antigo Regime e mesmo no período da vinda de D. João VI e a corte portuguesa para o Brasil, em 1808, em que a cultura material assumiu uma importância crescente na sociedade

que se formava, em função da identificação com novas estratificações de classe, destacando o vestuário como um de seus campos que tornava bem evidente o culto às mercadorias como símbolos de status pessoal. Como um movimento cíclico, assim também aconteceu no Rio de Janeiro, capital da República, no período estudado nesta tese. O desejo de uma elite intelectual e econômica, cada vez mais impactada por ideologias e modelos de comportamentos europeus, de inscrever o país na marcha da Civilização e do progresso, determinaram profundas mudanças na estrutura e arquitetura da cidade, nas formas de ver e ser visto, de se comportar e de se apresentar, que eram narradas nas linhas das crônicas. Nascia aí também um novo consumidor e um imaginário burguês, construído inicialmente na Europa do século XIX e que repercutiu em diversas partes do mundo.

À medida que os novos paradigmas de identificação cultural europeia eram adotados pela sociedade carioca, o culto às mercadorias ganhava cada vez mais expressão e a cultura material se expandia na cidade. Marissa Gorberg (2013) em sua tese sobre o *Parc Royal*, magazine que fez história no comércio da cidade do Rio de Janeiro no início do século XX, nos lembra do papel do comércio e do consumo como uma espécie de fruição, lazer, fonte de satisfação e de como as revistas ilustradas, com suas crônicas, colunas sociais e outros recursos, funcionavam como tecnologias, com função pedagógica de ensinar e interpretar representações sociais.

“Em que pese suas características estéticas e literárias, o surgimento e a consolidação das revistas ilustradas podem ser entendidos no contexto mais amplo da reurbanização posterior à consolidação da República, onde verificava-se o crescimento da sociedade burguesa, da população letrada e o aumento da disponibilidade dos bens de consumo. Inseridas no sistema cultural da época, essas publicações eram porta-vozes das novidades ansiadas por um público ávido por um novo estilo de vida” (GORBERG, 2013, p. 51).

Numa sociedade recém-saída da Monarquia, onde era emergente a formação de uma nova ordem e dinâmica capitalistas, as divergências, rivalidades e dualidades foram múltiplas. Muitas delas foram tema de crônicas da *Kósmos*, como veremos na empiria apresentada nos capítulos 3 e 4. Gilberto Velho (1995) nos lembra que, em tal processo de modernização e desenvolvimento de metrópoles moderno-contemporâneas ocorrido em diversas partes do mundo, sociedades inteiras entraram em colapso enquanto outros grupos sociais se expandiram e se fortaleceram. Para o autor, essa foi uma das maiores transformações na história e é neste contexto

que surgiu o estilo de vida urbano, assunto que será tratado no próximo capítulo deste estudo.

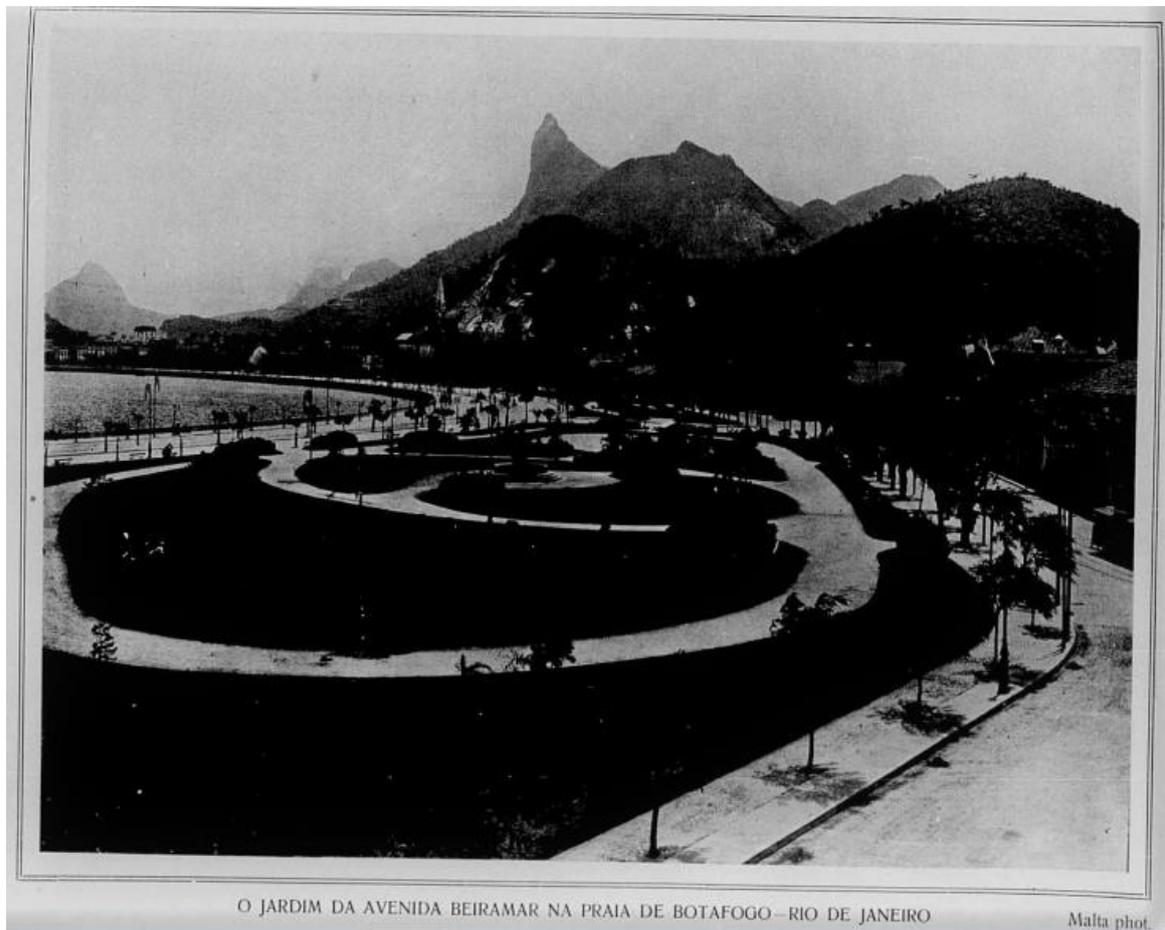


Figura 6 – Fotografia de Malta da Enseada de Botafogo. Avenida Beira Mar recém-construída.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 36, dez. 1906, p. 28. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

2

Rio de Janeiro: a metrópole cosmopolita

Nos primeiros anos do século XX no Brasil, especialmente no Rio de Janeiro, novas formas de uso do espaço público, provocadas pelas reformas urbanísticas, tornaram-se assuntos de extrema relevância. Em edição de novembro de 1904, *Kósmos* dedica oito páginas à crônica de Alfredo Lisboa (1904), que faz um balanço do primeiro ano das reformas da Avenida Central, utilizando termos como “grandioso plano de melhoramentos”, “elevados e patrióticos intuitos”, “aproveitar eficazmente o saneamento da cidade”, “obras auspiciosamente iniciadas”, “incontestável o asserto”, “predicados de grandiosidade e de beleza que harmonizem com os caracteres da futura via”. De fato, alargaram-se avenidas, mas tudo o mais se retraiu, principalmente no campo intelectual, como afirmou Dimas (1983).

O circular pelas calçadas, o admirar das vitrines, as conversas dos cafés, o dividir passagens recém-construídas com meios de transportes ainda muito novos como carros e bondes elétricos eram desafios que se impunham nos modos de ser da sociedade carioca da época. Transformações históricas, sociais e culturais, que resultaram também em novas formas de enunciação e de interação entre os indivíduos, e dos indivíduos com novos objetos e aparatos tecnológicos. Tais objetos tinham sua forma de agência, produziam efeitos e de certa forma uma pedagogia civilizatória da modernidade e uma pedagogia do olhar, como postula Siciliano (2014) ao analisar as obras de Arthur Azevedo e a importância do teatro e das artes em geral nesse novo estatuto do olhar do homem moderno.

Expressões na pintura, na literatura, no teatro e na imprensa do início do século XX passaram a mediar uma diferente forma de olhar o mundo, sem que os indivíduos sequer percebessem. Siciliano nos lembra que esse novo modo de ver foi notado por Jonathan Crary (2012), como produto de uma construção histórica, quando aparatos ópticos, saberes científicos e instituições se misturaram e se reorganizaram, rompendo o paradigma visual renascentista e propiciando o surgimento de um novo tipo de observador na Europa do final do século XIX e do século XX, que Crary (2012) chamou de “observador subjetivo”. Esse observador seria fruto de um novo ordenamento do conhecimento, do discurso e das práticas sociais que viriam a modelar as formas da indústria do entretenimento visual e do espetáculo

no século XX (SICILIANO, 2014). Um observador que ouve, lê, vê, reflete, reage, experimenta.

Este segundo capítulo da tese aborda esse Rio de Janeiro “moderno”, o clima das ruas, o calor, o cheiro e os tipos urbanos, que modelaram e integraram grande parte da narrativa textual e imagética da imprensa do período. Um estilo de vida que transformava o espaço em objeto que articula e é articulado por novas experiências subjetivas e objetivas. Um Rio de Janeiro cidade-metrópole, cheio de contradições, de divertimento e alienação, prazer e medo, mobilidade e confinamento, expansão e fragmentação (OLIVEIRA, 2009; SICILIANO, 2014). Um Rio de Janeiro que, vale lembrar, por duas vezes sofreu transformações radicais. A primeira delas em 1808, com a transferência da família real portuguesa para o Brasil, sede do Vice-Reino desde 1763, tornando-se sede da Corte, atraindo investimentos econômicos, o que de certa forma a beneficiou de serviços essenciais e de desenvolvimento de caráter social e cultural. E a segunda, a partir da Proclamação da República em 1889, tornando-se capital federal e, como compara a historiadora Rosa Maria Barbosa Araújo (1993, p. 27) se as cidades fossem vistas como gente, “a filha predileta de pais ambiciosos, dispostos a concentrar esforços para que ela reflita a autoimagem do sucesso”.

À luz da tese de Araújo de que foi a instalação do regime republicano o ponto preciso de transformação na vida urbana do Rio, vale lembrar que o Rio foi capital da nação de 1763 a 1960. Apesar da vigência de códigos e práticas comerciais dos tempos do Império, como capital, consagrou-se o centro da vida política e cultural, além de mais uma vez pólo de atração financeira para o desenvolvimento industrial e os de infraestrutura urbana. Além das multifunções, uma capital apresenta características marcantes, com seu protagonismo no cenário político, ainda que refletindo de forma imperfeita ou incompleta a imagem da nação.

“Sua característica mais marcante é seu papel formador de opinião. A capital torna-se não apenas uma autoridade para os que determinam a mídia, como para aqueles que vivem nas cercanias do poder, exercendo-o ou em contato estreito com quem toma decisões. A atmosfera social é inevitavelmente marcada pela rede de relações desenvolvida em torno do governo federal.... A capital é ainda o locus do cruzamento de informações por seu papel nacional e também como representante do país no cenário internacional, fazendo da cidade uma fonte permanente de notícias. Estabilidade e segurança são condições desejadas para o exercício da engenharia política na sede do poder” (ARAÚJO, 1993, p.27- 28).

Sobre estabilidade, imagem, segurança que trataram os planos políticos engendrados a partir da Proclamação da República, é importante destacar que, ao mesmo tempo em que o projeto de Estado foi articulado para acontecer a qualquer preço, existiram barreiras e, para muitos, mudanças drásticas nas condições sociais, provocadas principalmente pela explosão demográfica. A migração da população rural saída do interior do estado do Rio pela crise do café, o aumento da imigração estrangeira e a situação precária dos escravizados libertos pela abolição só agravaram ainda mais os problemas sociais e econômicos da capital, fazendo saltar de 100 mil pessoas que, em 1890, não tinham ocupação definida para uma faixa de 200 mil em 1906. Como afirma Araújo (1993), se por um lado a ideologia do novo regime afirmava que os costumes civilizadores da capital venceriam a preguiça dos considerados desocupados, por outro, a expansão da economia não tinha o vigor necessário para absorver no mercado a oferta de mão-de-obra acumulada pelo rápido crescimento populacional. “Na visão da classe dominante, venceria quem tivesse habilidade técnica, disciplina e obediência, enquanto na percepção das classes trabalhadoras a competição profissional era a luta pela sobrevivência” (ARAÚJO, 1993, p. 48). Ainda coexistiam aqueles dois Brasis dos primórdios das campanhas abolicionistas, citados por Gomes (2008): o dos advogados, professores, médicos, jornalistas e outras profissões urbanas — país que frequentava escolas, atualizava-se pelos jornais, reunia-se nos cafés para discutir as ideias e novidades do mundo — e o outro, ainda muito parecido com o da época do império.

Mas era preciso reforçar a ideia de que o passado atrasado tinha ficado para trás e que o futuro era promissor, ainda que não para todos. Nessa oscilação pendular entre o que deve ser posicionado na sombra (o passado) e o que deve vir à luz (o futuro), o cronista J C de Mariz Carvalho flagra a cidade citando na edição de setembro de 1904 de *Kósmos*, que

“(...) as ruas amplas e extensas, as largas praças ajardinadas, os altos e formosos edifícios, as múltiplas diversões de simples prazer ou de gozo intelectual que acompanham necessariamente essas transformações do meio em que vive a população, hão-de modificar os seus hábitos, influir sobre o seu carácter, activar a sua iniciativa, despertar-lhe o gosto do bello, o culto do ideal, o amor que se traduz por actos, não o amor platônico e rhetorico, da terra natal” (CARVALHO, 1904, p.5).

E compara a chegada da modernidade como uma luz metaforicamente presente na iluminação elétrica:

“(...) um resplendor de luz vivíssima espanca bruscamente as trevas densas, um ruído vibrante e alacre de tympanos afugenta os phantasmas sombrios; é o comboio eléctrico que passa, carreando para o mar os escombros e projectando sobre o cháos das ruínas a irradiação violenta dos seus grandes focos luminosos, numa fulguração de vida e renascimento” (CARVALHO, 1904, p.5).

Mais uma vez - e como se destino fosse - toda uma população, que já experienciava uma rígida estratificação social, se via em último plano no projeto político da Nação. A modernidade afinal de contas chegava, em proporções imensamente desiguais, mas atingia a todos. E como reforça Sevcenko (1998), é claro que a percepção dessa situação era simetricamente oposta, dependendo da perspectiva em que se estava. Alargando a discussão, Siciliano (2011) lembra que, se a elite letrada e econômica se mostrava otimista e apostava suas fichas no progresso, entre os mais pobres, apreensões, desconfianças e medos eram os sentimentos prevalentes. Para a autora, eram os efeitos do “processo civilizador” que caracterizava a vida moderna, passado a “rolo compressor” na gestão de Rodrigues Alves (Ibid., 2011, p. 181).

Na esteira das medidas empreendidas em nome do progresso que levaram ainda mais desafios aos populares do Rio de Janeiro, estavam a infraestrutura da cidade, serviços urbanos como transporte, água, esgoto e energia, que, ao final do século XIX, já não atendiam as necessidades da população, cuja taxa de crescimento era elevada e que com as reformas urbanas foi ainda mais afetada. Na verdade, a concentração populacional e as atividades empreendidas eram, de certa forma, incompatíveis com as condições urbanas existentes. É por isso mesmo que uma série de doenças atingiam a cidade, gerando verdadeiros surtos epidêmicos. É o caso da febre amarela, que aportou no Rio em 1849, fazendo vítimas durante 50 anos, uma vez que não se tinha ideia dos agentes transmissores da doença. Sem falar na tuberculose, varíola, malária, cólera, beribéri, febre tifoide, sarampo, coqueluche, peste, lepra, escarlatina, que juntos representavam quase 42% das mortes registradas na cidade (COSTA; SCHWARCZ, 2000). A ação e presença do governo eram imprescindíveis, para que se colocassem em prática políticas públicas de saneamento.

“As condições materiais da moradia popular eram muito precárias. Os moradores aglomeravam-se num espaço exíguo, úmido, com pouca luz e ventilação, enfrentando problemas de falta de conforto, segurança, salubridade e higiene. O cortiço era o retrato habitacional da miséria urbana e o principal foco das doenças endêmicas fatais que devastavam a população, principalmente antes da reforma sanitária de Oswaldo Cruz... O problema habitacional agravou-se a partir das reformas urbanas iniciadas em 1903. O programa de obras intitulado “Embelezamento e Saneamento da

Cidade” modificou drasticamente o espaço urbano insalubre de feição colonial. As ruas estreitas e sombrias deram lugar a uma metrópole de aparência moderna, com largas avenidas asfaltadas, bondes elétricos, automóveis circulando, parques e jardins urbanizados e monumentos imponentes, além de resolver problemas básicos de higiene e salubridade nas áreas centrais” (ARAÚJO, 1993, p.236-237).

Alguns historiadores atribuem às reformas urbanas a origem do sistema de favelas do Rio de Janeiro. Araújo (1993), Costa e Schwarcz (2000), entre outros, apontam que o já existente déficit habitacional transformou-se numa crise sem precedentes. A demolição de prédios em quarteirões populares, onde predominavam cortiços e estalagens, deixou milhares de pessoas desabrigadas. Os que não podiam afastar-se dos locais de trabalho optaram pela ocupação dos morros próximos ao centro, construindo barracos com material aproveitado das demolições. A opção era o subúrbio, porém as condições das moradias apesar de mais espaçosas também eram ruins, devido à falta de água, de esgoto, calçamento, além dos assaltos e das precárias condições de higiene. O que se reforça aqui, mais uma vez, é uma sociedade recém-egressa da escravidão, com marcas e hierarquias arraigadas, e um novo projeto político republicano que tenta se impor a partir da difusão de uma imagem de modernidade e de civilidade criada, mas que avigora ainda mais a rígida estratificação social. Um ideal voltado para o desenvolvimento urbano, que favorecia as camadas mais ricas em detrimento das mais pobres. Recursos aplicados em avenidas, calçadas, prédios, praças, encarecendo e beneficiando as regiões afetadas pelas reformas e relegando as áreas pobres à privação. Sevcenko (1998, p. 543). denuncia o surgimento de dois Rios de Janeiro, frutos da reforma, “o da Regeneração e da nova norma urbanística, racional e técnica e o outro, o labirinto das malocas, do desemprego compulsório e à parte de todas as leis. Uma verdadeira cisão social”, afirma o autor citando o escritor Lima Barreto.

Outro contexto do Rio de Janeiro capital a ser observado, em que também predominavam ambiguidades e contradições, é o da moral e dos costumes. Estamos falando de um período de transição também relativo aos valores, onde velhos e novos coexistiam. A família permanecia como o principal núcleo mantenedor da moral e se defrontava com o antigo e o moderno, assimilando novas atitudes, transformando outras e mantendo práticas antigas de convivência, garantindo a continuidade de tradições. Ela era a responsável pelo cultivo das virtudes da tranquilidade do lar por oposição às desordens urbanas do mundo exterior. Na mesma medida em que era pressionada pela urbanização intensa, era instada a ultrapassar as fronteiras

privadas da vida doméstica, principalmente depois que a reforma da cidade passou a oferecer atrativos irresistíveis para o uso do espaço público. Ao homem, era designado o papel de mantenedor e à mulher, com os tímidos avanços da educação feminina, o início de mudança da mentalidade de submissão, transformada pela atmosfera urbana liberalizante que lhe permitia cruzar a fronteira da casa para a rua (ARAÚJO, 1993).

Gil, cronista que substituiu Bilac em algumas edições de *Kósmos*, em texto de três páginas na edição de número 10 de 1904 sobre os festejos de Nossa Senhora da Penha, expõe costumes que permaneciam, como as procissões das festas religiosas – herança dos tempos de colônia - e a inclusão de novos hábitos, escrevendo que

“(...) ha nessa curiosa romaria, que a revolução dos costumes cariocas não teve força de extinguir ainda, um traço atávico da primeira prece e do primeiro descante na primeira Antilha descoberta...De todas as festas tradicionaes do Rio foi a da Penha que persistiu e ficou, enquanto as outras se desfazem e desaparecem...Ha quem não perdoe ainda á festa da Penha o seu júbilo ruidoso, quem a desdenhe como um laivo grosseiro no polimento da civilização carioca” (GIL, 1904b, p. 4-6).

Os progressos narrados na imprensa dessa época anunciavam uma sociedade que viria a ser melhor, mais civilizada, nos termos de Elias (1994)⁵. Mas ao mesmo tempo tal percepção não era generalizada e não levava em conta a limitada velocidade de adaptação das pessoas, em especial dos populares retirados das ruas, em função das reformas sanitárias e urbanísticas. Entrar nesse mundo moderno era como voltar a retórica de Charles Baudelaire, quando andava pela Paris do século XIX e perguntava: “O que são os perigos da floresta e da pradaria comparados com os choques e conflitos diários do mundo civilizado?” (BENJAMIN, 1985, p. 37). Pobre homem moderno. E como diz Benjamin, esse homem é o verdadeiro herói da modernidade. Para viver a modernidade, é preciso uma constituição heroica, já que nada passa despercebido. Tudo está sob o controle social. A tradição e o novo; os antigos costumes e as reformas; o pecado e a euforia; as epidemias e a higiene. Analisar a narrativa de alguns cronistas do Rio de Janeiro do início do século XX é como olhar num grande espelho todo o reflexo da complexidade e ambiguidade dos movimentos da vida moderna.

⁵ Conceito cunhado por Norbert Elias (1994) em “O processo civilizador”, em que defende a ideia de que a moralidade não é um processo natural e sim fruto de adestramento e condicionamento social.

Até ser demolido em 1920, o Morro do Castelo foi exemplo expressivo das controversas posições da sociedade, retrato da disputa entre tradição e emergência do novo, antigos costumes e reformas. Américo Fluminense, em crônica de outubro de 1905 da *Kósmos*, narra tal conflito. Nostálgico com a cidade que para ele já não seria mais a mesma em função das reformas urbanas, o cronista dedica quatro páginas para falar de costumes tradicionais, como o Jogo da Buraca, que sobrevivia graças aos moradores do local. “O Castello é dentro da cidade de hontem, que se metamorphoseia, e da cidade de hoje, que surge, a infância deste monstro de um milhão de almas, que se alastra por montes e planícies....”. (FLUMINENSE, 1905, p. 43). Fluminense também cita as famílias menos abastadas que, com as reformas, foram obrigadas a se distanciar do centro urbano e antecipa os rumores da demolição, mesmo sendo parte da história da fundação da cidade.

“Para lá foram morar os estudantes desafortunados, as modestas famílias de funcionários públicos sem padrinhos, as velhas viúvas pensionistas do Estado e um beaterio de que só ha memória, não obstante alguns exemplares remanescentes...Em quanto as cabras perambulam por sua extensão e os gallinaceos fariscam a terra, a pequenada do logar se agglomera para o Jogo da Buraca...E em quanto o rapazio se diverte a seu modo, os adultos enchem a igreja dos barbadinhos, pedindo aos santos que os livre das tentações das buracas da vida, onde não só se perdem os vinténs....Avaliamos da commoção que ha de abalar, talvez matar, quando lhe disserem que é preciso sahir do morro porque o vão demolir!(...)” (FLUMINENSE, 1905, p. 44).

Símbolo do passado colonial do Rio de Janeiro, o Morro do Castelo faz parte da história de fundação da cidade. Segundo Simas (2020), foi onde se estabeleceram seus primeiros habitantes e governadores, onde estava a sede de sua primeira catedral, São Sebastião e a sepultura de Estácio de Sá. Entretanto, a partir do século XVIII, criou-se a ideia de que o Morro do Castelo era um empecilho para o crescimento urbano e o combate às epidemias, já que se acreditava que o morro dificultaria a circulação de ar e manteria o ambiente de contaminação de doenças infecciosas e epidêmicas. No século XIX, já havia rumores do desmonte do Morro, porém foi somente no início do século XX que o plano se concretizou. A demolição definitiva se iniciou em 1921 e se estendeu até 1922, tendo sido amplamente debatida por políticos e intelectuais da época.

Como em todas as demais reformas estruturais na capital federal, havia controvérsias sobre o desmonte do Morro do Castelo. Para uns, as justificativas para sua derrubada eram falta de higiene e o atraso que representava. Para outros, significava a destruição da própria memória da cidade. Um dos críticos de seu desmonte

foi o escritor Lima Barreto, que escreveu um artigo, na revista *Careta*, de 28 de agosto de 1920, intitulado *Megalomania*, no qual chamava atenção para o descaso com a precariedade das habitações da população mais pobre, considerando que, por consequência, deixaria milhões de desabrigados. Havia ainda aqueles que questionavam o contrato firmado com a empresa para a execução do desmonte, que atendia a interesses particulares. Como cita Simas (2020),

“(...) a ânsia pela modernidade calou as vozes dissonantes e o morro foi por água abaixo literalmente, destruído por um sistema moderno, à época: os jatos d’água, restando apenas os registros de fotografos que testemunharam o arrasamento do morro”. (SIMAS, 2020, p. 2)

O estilo de vida urbano moderno contemporâneo leva ao paroxismo para a base da vida social. A interação intensa e permanente entre atores variados, circulando entre mundos e domínios, num espaço social e geograficamente delimitado, é um dos seus traços essenciais, já dizia Velho (1995). Nele, encontramos o desenvolvimento da cultura objetiva e o desequilíbrio dos valores que cada um possui, a cultura subjetiva de Simmel (2005). Mario Pederneiras, também colunista de *Kósmos*, em crônica da edição de outubro de 1906, nostálgico ao mesmo tempo eufórico, se perde entre os termos “saudade lamentosa das tradições”, “tudo novo, tudo civilização” e “longa avenida encantadora”. Descrevendo seu passeio pela Avenida Central, discorre sobre os novos cafés modernos, as vitrines, os modos de vestir, o barulho dos automóveis, tudo no entorno da avenida, que para ele é o grande símbolo de uma mudança sem volta.

“Nesse trecho novo da Vida carioca, nenhuma reminiscencia, sequer, d'antanho, do velho Rio que desaparece, encontraríamos: nenhuma. A mim, alimentava-me a esperança enlevadota de encontrar, no esquecimento de um uso, de um costume simples, a antiguidade patriarcal da minha linda cidade carioca... Tudo novo; tudo Civilização, desde o feitio semi-circular das vitrines, ao estylo arte-nova das frontarias; desde a miúda pedra arabescada do calçamento, á polychromia estonteante das pinturas. Tudo novo, de hoje, sem o resquício de um velho habito, nem a reminiscencia de um costume antiquado...Ávidos, curiosos, seguíamos por essa longa Avenida encantadora, despertados, aqui, alli, pelo fom-fom moderno dos automóveis...É o engenho humano vencendo a elegância animal. É Paris, puro Paris, até na cor das lanternas e na posição desanimada dos cavalos”. (PEDERNEIRAS, 1906, p. 17)

No Rio de Janeiro de então, predominavam os princípios de moral conservadora, defendidos pela família tradicional, porém era um período de transição, onde novos e velhos valores coexistiam. Araújo (1993), em seu livro que analisa a vocação carioca pela alegria de viver, afirma que até o final do século XIX a rua

representava para a família tradicional uma forte ameaça ao seu equilíbrio, capaz de corromper valores morais e desintegrar sua solidez como instituição. Para a historiadora, “o processo de urbanização do Rio a partir de 1870, intensificado pelas mudanças trazidas com a República, pressionou ao máximo a capacidade da família de responder aos novos padrões de comportamento social” (Ibid., p. 284). O que fica claro em crônica de Olavo Bilac, na mesma edição 32, de outubro de 1906, da *Kósmos*. Para o literário e para a família tradicional carioca, manifestações populares eram ameaças ao controle da permissividade moral. Mesmo quando se tratasse de festas tradicionais religiosas, como a da Penha. Ele fala da violência que se pratica ao longo da festa, culpa a imprensa por dar notoriedade aos atos desordeiros, o que segundo o próprio cronista incentiva ainda mais toda a violência e defende o fim da romaria. Cita que:

“(...) o único meio de evitar tamanha vergonha seria proibir essa escandalosa e selvagem romaria...é realmente espantoso que ainda se conservem, no Rio de Janeiro, em pleno século XX, taes reproduções das festas bacchicas da Grécia e dos jogos de circo de Roma, apothéoses da intemperança e da fúria, da bebedeira e da sanha assassina” (BILAC, 1906, p-5).

Era o convívio do progresso com a religiosidade local (romeiros da Penha), marcas de uma sociedade cuja ambiguidade de formação fazia da civilização um espetáculo de muitos lados e que perduraria por certo tempo. O próprio Bilac, dois anos mais tarde, em crônica da edição de março de 1908 da *Kósmos*, voltaria a questionar tradições religiosas em nome da modernidade já entranhada na cidade. De forma bem-humorada, critica as palavras e a posição da igreja em relação ao carnaval. Na opinião do cronista, a igreja enxergava a festa como pecado, visão que não cabia mais nos novos valores, os novos hábitos de um Rio de Janeiro que não era mais o mesmo.

“Cidade abominável, cidade *smart* e *up-to-date*! o dia vem perto, em que o Senhor te ha-de tirar as avenidas, os automóveis, os corsos, os collares, as gargantilhas, os braceletes, os garavins, as arrecadas, as ligas das pernas, os coletes Pompadour, os annéis, os pingentes de pedras preciosas, as charpes de seda, os volantes de brocado e os espelhos!” (BILAC, 1908, p.4).

Naquele mesmo ano de 1908, em crônica de edição de maio da *Kósmos*, Olavo Bilac voltaria a denunciar as ambiguidades do período. Dedicou duas páginas para enaltecer a vinda de pessoas de todas as partes do Brasil e do mundo na grande Feira Nacional da capital federal, ao mesmo tempo em que alerta para o perigo da

varíola, que persistia mesmo com o desenvolvimento da cidade, e levanta a voz em favor da vacina.

“Nem se diga que é de mau gosto e denunciadora de falta de patriotismo a idéia de vir lembrar a existência de uma epidemia, quando o Rio de Janeiro se prepara para receber a visita de todo o Brazil, por ocasião da sua grande e esplendida Feira Nacional...O que impede a vacinação em massa do povo do Rio de Janeiro não é a descrença na efficacia da vacina. É uma preguiça moral, —e, ao mesmo tempo, este irônico scepticismo, este sereno desprezo do perigo, esta despreocupação das cousas amedrontadoras que formam o fundo e essência do nosso character nacional. Até certo ponto, isso não é vicio: é virtude. Não somos um povo de medrosos nem de supersticiosos... Mas e preciso não exagerar essas qualidades, que facilmente podem degenerar em defeitos gravíssimos. Desprezar a morte é bello. Muito mais bello, porém, é amar a vida". (BILAC, 1908, p.4)

Enquanto hoje de fato se vive a incerteza, a volatilidade, a dúvida, a ambiguidade, a grande utopia da virada do século XIX para o XX talvez tenha sido a certeza, apesar dos exemplos narrados anteriormente. Como afirmam Costa e Schwartz (2000), a certeza de classificar o mundo, as plantas, os animais, os cometas. A certeza do controle sobre a natureza, sobre os ventos, tempestades, pântanos, redemoinhos. A certeza de prever o futuro. Era a face brilhante do teatro da modernidade que o Brasil da nova República pretendia acompanhar. “O Brasil entrava no século XX tão confiante como as demais nações: nada como imaginar que seria possível domesticar o futuro, prever e impedir flutuações” (Ibid., p. 12).

E para domesticar o futuro, era importante dar materialidade a um estilo de vida. Os cronistas forneciam, em sua pena, material para as transformações cognitivas a partir dos signos do que era ser moderno. Contudo, a materialidade do progresso era incorporada nas avenidas, nos cafés, nos automóveis, nas fotografias e propagandas das revistas ilustradas, nos objetos expostos nas lojas e levados para os domicílios, como veremos nos próximos capítulos.

3

A materialização de um *ethos* moderno

Rio de Janeiro, capital do Brasil, virada de século, primeiros anos da República. Desde a chegada da família real à cidade em 1808, que produziu uma revolução no saneamento, na saúde, na arquitetura, na cultura, nas artes e nos costumes — pelo menos na percepção da elite aspirante ao branqueamento -, não se vivia tamanha expectativa e euforia em nome da civilidade e do progresso. Chartier (2009), em sua pesquisa sobre a literatura pedagógica e civilizatória de base do século XII, definia civilidade como uma arte da representação de si mesmo para os outros, um modo regulamentado de mostrar a identidade que se deseja ver aceita e reconhecida pelo maior número de pessoas possível. Um verdadeiro contraste entre a virtude autêntica e a cortesia externa, enganadora e interesseira. O triunfo da aparência sobre a essência, mas que de certa forma cria a possibilidade de intercâmbio social. E o lidar com essa civilidade era, para a sociedade do Rio de Janeiro, ao mesmo tempo um desafio sedutor e aterrorizador.

As convenções de estilo, o controle das emoções, a estima pela cortesia, a arte da boa conversação e o bom uso da linguagem e da etiqueta que tanto transformaram as sensibilidades nas sociedades de corte europeias tornaram-se fonte de inspiração para burguesias construírem seu estilo de vida e adotar códigos de etiqueta e civilidade. Do lado de baixo do Equador, os países recém independentes como o Brasil consumiam produtos e informações à europeia para sentirem-se entrando no barco do progresso e o Rio de Janeiro era o lócus desse comportamento moderno (ELIAS, 1994; SEVCENKO, 1998; CHARTIER, 2009).

No mundo, o que se viam eram mudanças tecnológicas e sociais, industrialização, urbanização e crescimento populacional acelerados, proliferação de novas tecnologias, de novos meios de transporte e a explosão de uma cultura de consumo de massa, traços que segundo Singer (2004) designam o conceito socioeconômico da modernidade. Nas mais importantes capitais do mundo, como Paris, Berlin, Londres, a explosão demográfica, resultado de mudanças socioeconômicas, com progressos médicos e sanitários, multiplicou em curtos períodos de tempo o número de habitantes. Correntes migratórias e os diversos deslocamentos alteraram a relação tradicional entre cidade e campo e os próprios centros urbanos.

Nesse período, houve um intercâmbio entre cidades de universos geográficos e culturais muito distintos. Não que tivesse havido uma homogeneização das sociedades, mas as aproximou com um moderno sistema de trocas, tendo o comércio mundial como motor básico. O Brasil da República não desejava se sentir de fora do mundo e usava sua capital como cena. Mais que isso: tinha que ser visto, ser reconhecido como nação (não ex-colônia) e garantir posição de convívio com os ditos "grandes países". Porém, como destaca Araújo (1993), os diversos surtos de industrialização na segunda metade do século XIX não foram suficientes para modificar a feição colonial da capital, ainda vinculada à economia agrário-exportadora. Era necessário conformar um novo caráter moral e visão de mundo, concretizados por novas calçadas, ruas, fachadas, roupas, artefatos de toda ordem. Símbolos que auxiliavam na elaboração de novos hábitos e costumes, o gosto pelo belo, pelo distinto. Tudo em nome da civilização e do progresso do Brasil.

3.1

Um espetáculo em nome da civilização e do progresso

Historiadores como Maria Barbosa de Araújo defendem que foi a Proclamação da República o grande divisor de águas no processo de transformação urbana que definiu a identidade cultural do Rio de Janeiro. Para a autora, sua função de capital tornou-se um dos principais alvos de aplicação do projeto político do novo regime, convergindo com os interesses do governo federal e com objetivos da administração municipal.

“As rotinas da vida urbana foram substancialmente modificadas, atingindo o apogeu com a reforma comandada pelo prefeito Pereira Passos, figura dotada de plenos poderes pelo presidente da República para executar o plano regenerador da capital” (ARAÚJO, 1993, p. 29-30).

O Rio continuava a ser o principal centro comercial da economia agroexportadora, intermediando os recursos da economia cafeeira através do movimento do porto, mas havia um estado de espírito, um modo peculiar de anseio pela intensidade e aceleração, que vinham sob o termo “progresso”.

Conforme mencionado anteriormente, se por um lado o período entre 1898-1914 no Rio de Janeiro foi marcado por fenômenos inéditos como reformas urbanas e o apogeu do afrancesamento da cidade - período denominado *belle époque*

*tropical*⁶ - por outro, se mantiveram, paralelamente, traços da sociedade brasileira que perdurariam. Como afirma Gorberg (2013), num processo de continuidade, o país reafirmava sua condição de antiga colônia sob o comando dos representantes das elites: fazendeiros, comerciantes, financistas e empresários do setor agroexportador. Mas o desejo da elite intelectual e econômica, cada vez mais impactada por ideologias e modelos de comportamentos europeus, era inscrever o país na marcha da civilização e do progresso, determinando assim, profundas mudanças na Primeira República.

“Progresso e civilidade” são as primeiras associações à modernidade da capital federal no início do século XX encontradas nas análises empíricas. Em crônica de abertura da primeira edição da Revista *Kósmos*, de janeiro de 1904, Olavo Bilac relata que a vida moderna é feita de “relâmpagos no cérebro, rufos de febre no sangue”, frutos do progresso que se apresentava apressado no compasso das novas tecnologias. O cronista destaca a criação do “chronophono”, invenção que para ele revolucionaria a indústria da imprensa.

“...Esse chronophono, que talvez ainda venha a revolucionar a industria da imprensa diária e periódica...reproduz, sobre uma tela branca, a figura do orador, a sua physionomia, os seus gestos, a expressão da sua face, a mobilidade dos seus olhos e dos seus lábios” (BILAC, 1904, p. 7-9)

Entusiasmado e ao mesmo tempo assustado com a aceleração das novas descobertas, arrisca prever o futuro das tecnologias comunicacionais.

“Talvez o jornal futuro,— para atender á pressa, á anciedade, á exigência furiosa de informações completas, instantaneas e multiplicadas, — seja um jornal falado, e illustrado com projecções animatographicas, dando a um só tempo, a impressão auditiva e visual dos acontecimentos, dos desastres, das catastrophes, das festas, de todas as scenas alegres ou tristes, serias ou futeis, d’esta interminável e complicada comedia, que vivemos a representar no immenso tablado do planeta” (BILAC, 1904, p. 7-9).

Bilac era um letrado entusiasta do progresso porque sua condição social e econômica lhe concedia privilégios e refletia a elite beneficiada da época. Porém, nem todos tinham o mesmo otimismo em relação ao que significaria na prática tal “progresso”. Como já citado no segundo capítulo desta tese, alguns historiadores

⁶ Termo cunhado por Jeffrey D. Needell para classificar o período de relativa tranquilidade política e econômica no Brasil, com a subida ao poder de Campos Sales, em 1898, sob a égide das elites regionais.

atribuem ao maior símbolo do progresso na cidade, as reformas urbanas, a origem do sistema de favelas do Rio de Janeiro. Araújo (1993), Costa e Schwartcz (2000), entre outros, apontam que o já existente déficit habitacional transformou-se numa crise sem precedentes. A demolição de prédios em quarteirões populares, onde predominavam cortiços e estalagens, deixou milhares de pessoas desabrigadas.

Essa percepção ambígua do progresso fica destacada na crônica de Lima Campos, da edição de maio de 1905 da *Kósmos*, e na crônica de Bermudes, na edição de número 258, de abril de 1905, da *Revista da Semana*. Ambos se referiam à inauguração do primeiro trecho das obras do Porto do Rio, realizada em 1º de maio daquele ano. Na primeira, o progresso ganha forma nas modernas técnicas estrangeiras de construção com “formidáveis aparelhos...trabalhos feitos com perfeição, rapidez e segurança” (LIMA CAMPOS, 1905, p.17). Na segunda, sob a égide das ruínas que anteriormente alojavam necessidades básicas como a de moradia, tal progresso significa

“(...) o prurido de reformas; de gastar o dinheiro do povo, que bem podia ter aplicação mais útil, fez idear uma avenida, a chamada á Beira-Mar, que annulla o banheiro dos que não se podem transportar a futura Nice...E o povo, o trabalhador, que vê ruir, sob o alvião saneador (!) o casebre em que alojava as suas necessidades, as suas dores, as suas alegrias... ! Triste condição a do pobre!” (BERMUDES, 1905, p.8).

Literário que vivia entre Brasil e Portugal, Carlos Malheiros Dias também falou do progresso e o exaltou de maneira peculiar, em crônica da edição de fevereiro de 1906 da *Kósmos*, afirmando que “a vida brasileira é dirigida pelo progresso” (DIAS, 1906, p.5). No texto, compara a evolução do Rio de Janeiro (Brasil) com a de Lisboa (Portugal), afirmando que até bem pouco tempo ambas as cidades continuavam com ares medievais. Para Malheiros, com as reformas urbanas, alteraram-se também a fisionomia e os costumes cariocas.

"A vida portugueza é fundamentalmente diversa da vida brasileira pela razão de que uma é debilmente animada pela tradição e a outra energicamente dirigida pelo progresso. A civilização portugueza tem um permanente caracter histórico, quando a civilização brasileira é caracterizada por uma constante e progressiva renovação mental” (DIAS, 1906, p.8).

Tal associação de Malheiros entre progresso, modernidade e renovação mental nos remete às ideias de Otávio Paz (1984, p.47), de que “a modernidade é sinônimo de crítica e se identifica com a mudança. O princípio em que se fundamenta o nosso tempo não é uma verdade eterna, mas a verdade da mudança”.

Alguns grupos da sociedade, mesmos beneficiados, se viam presos ao passado, à nostalgia dos tradicionais costumes cariocas, como se lê na crônica de Américo Fluminense, da edição de outubro de 1905 da *Kósmos*, lamentando que “cidade do Rio foi cedendo à modificação civilisadora...desapareceram com os escombros das velhas edificações demolidas pela Hygiene e pela Esthetica” (FLUMINENSE, 1905, p.43). Outros, mesmo desprestigiados pelos planos políticos, enxergavam saída entre os escombros, como se vê nas linhas da caricatura de Chico (Figura 7) da edição 221, de agosto de 1904, da *Revista da Semana*, em que o ladino comerciante avisa: “Digam lá o que quiserem! Eu sou todo pelos melhoramentos da cidade. Já tenho pedra e bem barata para os meus novos predios no subúrbio. E se não houvessem feito as demolições?”.



Figura 7 – Caricatura de Chico *Logica Pratica*.
 Fonte: *Revista da Semana*, ed. 221, ago. 1904, p. 4. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Siciliano (2016) nos diz que havia vozes críticas e temerosas quanto ao efeito do progresso, porém “a visão otimista que, pressupondo uma racionalidade humana, ajudada pela educação e pela ciência, conduziria à perfectibilidade, é o que dava o tom predominante da modernidade” (Ibid., p. 5). E o tom dessas vozes, ainda que ecoando percepções distintas, muitas vezes contraditórias de nostalgia e o olhar para o futuro, é que compunha os valores morais citados como pertencentes aos conceitos de *ethos* e visão de mundo propostos por Geertz (2008), valores estes que “esclarecem os processos essenciais envolvidos na regulamentação normativa do comportamento” (Ibid., p. 105).

Numa cidade e num tempo em que a maioria da população era analfabeta, a textualidade com imagem e desenho da imprensa ilustrada torna-se ainda mais preponderante na construção desse estilo de vida urbano do Rio de Janeiro. Reforçando a associação de modernidade com o progresso e ainda tratando do conceito *ethos*, cenas do dia-a-dia contadas nas crônicas ficam ainda mais materializadas nas imagens dos objetos dos anúncios da *Kósmos*. Máquinas pesadas, construções metálicas, aço, equipamentos com novas tecnologias como luminárias elétricas (Figura 8 e Figura 9), encarnam e sustentam essa modernidade. Curioso e simbólico, o anúncio de *O Pyrilampo* (besouro com capacidade de emitir luz, devido à função luminescente de seus órgãos) traz imagens e lista de tecnologias recém criadas para iluminar as casas, dando destaque ao próprio nome *Pyrilampo*, o que nos remete à imagens poéticas bucólicas (mata, silêncio noturno, natureza). É a tentativa de dar familiaridade ao consumo de luminárias. Uma conciliação de natureza e urbanidade, antigo e novo – como o nome *Indígena* da fundição do anúncio da Figura 10 - na intenção sutil da naturalização de novos aparatos tecnológicos, que revolucionariam a cidade, não somente do ponto de vista infra estrutural, mas, principalmente, do ponto de vista dos costumes.

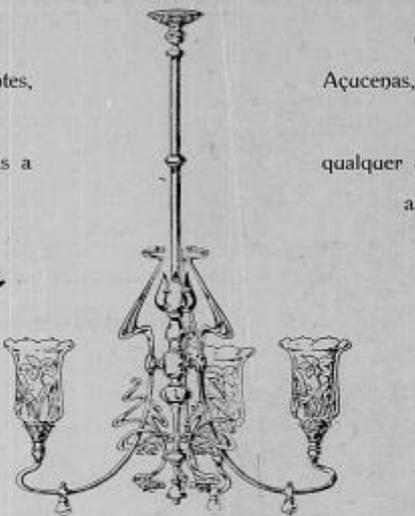
Como é possível perceber nas propagandas da época, o destaque é para as imagens de máquinas, de luminárias, de equipamentos e materiais. Próximo a elas, nos textos, nenhum apelo direto ao consumo. Como de costume nos anúncios daquele contexto, percebe-se a forte presença de palavras elogiosas e as que davam credibilidade à procedência dos objetos, como “grande fábrica”, “completa”. Além disso, observa-se nos textos ênfase na variedade de tipos, sua função e utilidade e principalmente a origem de fabricação. Naquele momento, fazer referência aos nomes dos responsáveis pelas casas dava ao estabelecimento ar de respeitabilidade, já

que o freguês sabia com quem estava negociando ou de quem estava comprando. Analisar essa intertextualidade nos leva à compreensão de que as linhas das crônicas instauravam a imaginação, mas eram as imagens dos anúncios que materializavam esse *ethos*. Símbolos e significados culturais de um novo tempo. Como bem cita Sevckenko (1998), se por um lado a tecnologia das máquinas urbanas modernas exigia uma adaptação e redobrada precaução, por outro se incorporava ao subconsciente das pessoas e, como toda manifestação de adesão aos condicionamentos modernos, consumi-las era sinal de distinção social.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1812418/CA

O PYRILAMPO

Lustres, Arandelas,
Lampeões, Pendentes,
Lyras, Lanternas
e Lâmpadas a
gaz e a alcool.



Globos, Tulipas,
Açucenas, Chaminés,
Abat-jours para
qualquer aparelho
a gaz e a alcool.




Borlido, Moniz & C.

SECÇÃO DE ILLUMINAÇÃO
a gaz, a alcool, a electricidade e a acetylene

Grande Fabrica de Vêos Incandescentes

COMPLETA OFFICINA DE BOMBEIRO HYDRAULICO E GAZISTA

*Fornecedores dos Arsenaes, Estradas
de Ferro do Rio, S. Paulo e Governo Federal.*

93 — RUA 7 DE SETEMBRO — 93

RIO DE JANEIRO

Figura 8 – Anúncio *O Pylampo*. Tentativa de dar familiaridade e naturalidade ao consumo de luminárias.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 6, jun. 1905, p. 56. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

O PYRILAMPO

Lustres, Arandelas,
Lampeões, Pendentes,
Lyras, Lanternas
e Lampadas a
gaz e a alcool.



Globos, Tulipas,
Açucenas, Chaminés,
Abat-jours para
qualquer aparelho
a gaz e a alcool.

Borlido, Moniz & Comp.



GRANDE FABRICA
de Vêos Incandescentes

SECÇÃO DE ILLUMINAÇÃO

a gaz, a alcool, a electricidade
e a acetylene.



COMPLETA OFFICINA DE
Bombeiro Hydraulico e Gazista





Fornecedores dos Arsenaes,
Estradas de Ferro do Rio
S. Paulo e Governo Federal.

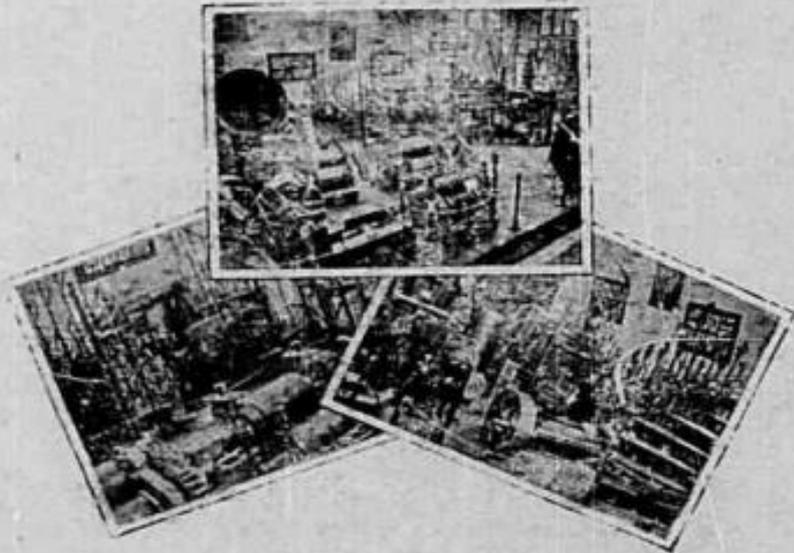


93 — RUA 7 DE SETEMBRO — 93
RIO DE JANEIRO

Figura 09 – Anúncio *O Pyrilampo* B. Conciliação de natureza (pyrilampo) e urbanidade (luminárias elétricas).

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 6, jun. 1905, p. 49. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

FUNDIÇÃO INDIGENA
 A MAIS ANTIGA DO BRAZIL
 Premiada em varias Exposições Nacionaes e Estrangeiras



FARINHA CARVALHO & C.
 * * * * * FABRICANTES * * * * *
 DE MAGHINAS PARA LAVOURA E INDUSTRIA
 * * * CONSTRUCCÕES METALICAS * * *
 GRADES, VARANDAS, COLUMNAS ETC. ETC.
 CALDEIRAS, RESERVATORIOS, PONTES ETC.
 PORTAS DE AÇO ONDULADO SILENCIOSAS
 120, a 126, Rua da Imperatriz, 120 a| 126
 RIO DE JANEIRO

Figura 10 – Anúncio *Fundição Indígena*. Naturalização de novos aparatos tecnológicos, na lavoura, na indústria e no comércio.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 7, jul. 1904, p. 57. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

“Dos inventos fundamentais aos mais surpreendentes, das grandes estruturas aos pequenos detalhes, uma cartografia de novidades cobria os olhos desses homens, estupefatos com suas máquinas maravilhosas”, nos lembram Costa e Schwarcz (2000, p. 10). E vemos, nos anúncios de instalações fabris, máquinas para fundição e lampiões, a materialidade do progresso. A sensação era de que o Rio de Janeiro correspondia ao que ocorria em outras partes do mundo, numa

atmosfera de harmonia com o progresso e a civilização mundiais. Alargando a discussão, Sevcenko (1998) reforça que era na ação que se concentrava a mais plena realização do destino humano. O fazer passara a ser mais importante que o pensar. “As filosofias da ação, os homens de ação, as doutrinas militantes, os atos de arrebatamento e bravura se tornam os índices nos quais as pessoas passam a se inspirar e pelos quais passam a se guiar” (Ibid., p. 569). Na esteira dos atos de bravura, surgiam grupos sociais que além de se relacionarem com tais artefatos ganhavam notoriedade quando citados na imprensa e eram associados ao progresso e a civilidade.

Os nomes de destaque eram os arautos do poder, como o presidente, os ministros, governadores e representantes da recém constituída burguesia, como médicos, industriais, cientistas, engenheiros. A modernidade do porto da cidade era ligada ao nome do engenheiro Lauro Muller, o saneamento de responsabilidade do sanitarista Oswaldo Cruz e a reforma urbana entraria para os feitos do prefeito e também engenheiro Pereira Passos, que havia conhecido de perto a obra de Paris, feita pelo Barão de Haussmann. Outros grupos também emergiam quando o tema era progresso, como os físicos franceses, os industriais ingleses. Porém, entre os nomes mais citados e associados, estava o do presidente Rodrigues Alves, que montou uma equipe a quem concedeu poderes ilimitados, com o intuito de fazer da cidade do Rio uma vitrine para captação de interesses estrangeiros. Todos esses grupos sociais relevantes defendiam com veemência as mudanças de ordem da infraestrutura que vinham sob a égide do progresso. Como podemos ver na em crônica publicada na edição de fevereiro de 1905 da *Kósmos*, Ferreira da Rosa usa o espaço nas páginas do impresso periódico para homenagens àqueles que estariam realizando um “esforço de titan”.

“Quando a Chronica Nacional se referir ao governo do Dr. Rodrigues Alves não poderá supprimir esta condição notável da sua superioridade: a sabia escolha de um Prefeito para a capital da Republica...Haviam-se apagado todas as esperanças de uma regeneração material da Cidade que de tão feia já se reflectia no animo de seus habitantes, perdidos os estímulos de bom gosto, todos absorvidos na lucha pela vida, sem preocupações de conforto, sem cultura esthetica, sem costumes de elegância. O Dr. Pereira Passos operou o milagre da transformação: corrigio hábitos grotescos, e substituiu ruas hediondas por outras bellas, inteiramente novas. Os cariocas estão mudando de cidade, sem mudar de território. A orientação do grande administrador lança no mappa os traços do Progresso, e a sua enérgica vontade imprime ás picaretas a força demolidora do que não presta, fazendo apparecer jardins e ruas largas architectonicamente edificadas...A população transita, a Cidade permanece. As gerações passam, a urbs é eterna...A obra do Dr. Pereira Passos, dando energia e actividade

sem exemplo á transformação da capital da Republica é de benemerencia e de abnegação. Nunca, nesta terra, ninguém produziu o que elle tem produzido em vinte e seis mezes de governo” (ROSA, 1905, p. 31-32).

Alguns acontecimentos citados como relevantes nas crônicas de *Kósmos* e outras publicações ilustradas traduzem bem o que aqui traçamos progresso material e científico como associações ao moderno, que conferiam ao Brasil possibilidade de se abrir para o mundo. Entre os destaques, podemos citar a festa de inauguração de trecho do Caes do Porto do Rio, realizada em 1º de maio de 1905. Data que, no Brasil e em vários outros países ocidentais, é tida como o Dia do Trabalho ou o Dia do Trabalhador, nesse ano foi especialmente escolhida para simbolizar que os melhoramentos feitos eram importantes conquistas dos brasileiros. O 3º Congresso Científico Latino Americano também pode ser considerado como simbologia de que o Brasil estava entrando na era do progresso. Evento cujas primeiras edições aconteceram em Buenos Aires e Montevideú, teve sua edição de 1905 realizada na capital federal. A escolha do Rio de Janeiro como sede do 3º Congresso Panamericano, entre julho e agosto de 1906, a inauguração de grande magazine de artigos japoneses na cidade em outubro de 1907, a vinda do exército americano, com presença de 15 mil soldados na capital, em janeiro de 1908 e a grande Exposição Nacional, realizada em agosto de 1908 também na cidade do Rio carregavam toda uma simbologia de que o Brasil havia acertado o rumo. Os termos, as associações, a gramática das crônicas deixavam claro o importante papel das revistas no processo de aspiração desse progresso científico, cultural e material, ao mesmo tempo em que expunham as diferentes percepções.

A escolha da data 1º de maio para inaugurar trecho inicial do novo Caes do Porto do Rio de Janeiro provocou destaques distintos pelas revistas de variedades. Para o cronista L (Lima Campos) de *Kósmos*, de maio de 1905, a data mundialmente escolhida para homenagear trabalhadores foi apropriada para enaltecer novas técnicas de construção de empreiteiros e engenheiros. Usando termos como “formidáveis aparelhos” e “trabalhos feitos com perfeição, rapidez e segurança” (LIMA CAMPOS, 1905, p. 11-17), o cronista lança mão de sete páginas da revista para destacar a ciência e a modernidade das técnicas de construção estrangeiras, que naquele momento estavam a serviço e presentes no país. Na crônica, recebem destaque os empreiteiros ingleses da J Walker & C, o presidente Rodrigues Alves, o ministro da Indústria, Viação e Obras Públicas Lauro Muller, os engenheiros e

todos os demais membros da comissão de obras do porto, como Francisco Bicalho, Adolpho Del Vecchio, J Toledo Lisboa, J C da Silva Lara. O mesmo evento serve de contexto para crônica de Bermudes, na edição 258 da *Revista da Semana*, dias antes das festividades do 1º de maio. Para o autor da coluna *Cartas de Um Tabareo*, tal reforma significava “o prurido de gastar o dinheiro do povo”, que podia ter aplicação mais útil. Bermudes foi um dos únicos a deixar claro em sua crônica que o governo gastou mal nas reformas, ressaltando o cosmético, o cartão-postal, em detrimento da necessidade concreta de moradia, alimentação e trabalho da população.

“E o povo, o trabalhador, que vê ruir, sob o alvião saneador (!) o casebre em que alojava as suas necessidades, as suas dores, as suas alegrias, fica também sem o socorro do mar...! Triste condição a do pobre. Colocado na posição do heróe de Feuillellet, que tinha fome e davam-lhe um charuto, o pobre do Rio de Janeiro fica sem a estalagem e dão-lhe... uma avenida, á beira-mar, é. verdade; de onde elle poderá... ver navios!” (BERMUDES, 1905, p. 8).

Com percepções, expressões diferentes e moldando o discurso para direções aparentemente opostas, as revistas mundanas estimulavam mudanças nos modos de ver e ser dos brasileiros. Eventos internacionais, como o 3º Congresso Científico Latino-Americano sediado no Rio de Janeiro em agosto de 1905, eram importantes para a abertura do Brasil ao mundo e a alteração da imagem que estrangeiros e brasileiros tinham do país. No caso específico desse evento, quase que em uníssono, cronistas de *Kósmos* e de revistas como a *Revista da Semana* destacavam a importância de cientistas de todo o mundo comprovarem que o Brasil estava mudado. L, na edição de número 20 de *Kósmos*, dedica oito páginas ao que chamou de “larga somma de trabalho científico e moral” de um congresso de “irrecusável importância”. Para o cronista, o evento levaria aos participantes “a noção mais perfeita do progresso e da feição íntima do paiz”. As primeiras edições haviam acontecido respectivamente em Buenos Aires e Montevidéu e, no discurso da imprensa, aquela era uma grande oportunidade de troca intelectual e de provar o quanto o Brasil havia se desenvolvido.

“As visitas aos nossos institutos, aos nossos serviços públicos, ás organizações particulares de industria, de ensino, de assistência, de economia, de cooperação intellectual ou prática aos diferentes logares onde a nossa actividade de povo se manifesta por formas diversas, têm este alcance elevado...” (LIMA CAMPOS, 1905, p. 11).

Com fotografias (Figura 11) ilustrando e acompanhando a comitiva dos congressistas a vários pontos da cidade do Rio de Janeiro, recorre-se aqui à *Revista da*

Semana, que dedicou mais de uma edição ao Congresso, matizando com a forma abordada ao assunto pela *Kósmos*. Na edição de número 276, de 27 de agosto de 1905, o cronista Aquila disse ter sido

“(…) innegavel que algo ficou da vinda dos estrangeiros a esta capital: — o conhecimento, ainda que superficial, de nossa terra, que, a pardos seus encantos naturaes, deve ter apparecido aos nossos amáveis hospedes bem diferente daquillo que lá por fora toleram os poderes públicos que se diga a nosso respeito — parecem osmenos macaquitos do que se suppõe” (AQUILA, 1905, p.6).

Para a imprensa, era a capacidade de civilização, que já não podia ser menosprezada ou desconhecida pelos demais países do mundo.



Figura 11 – Fotografias do Congresso Scientifico Latino-Americano.

Fonte: *Revista da Semana*, ed. 275, ago. 1905, p. 10. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

O 3º Congresso Panamericano, cuja sede também foi o Rio de Janeiro, serviu igualmente para inflar a ideia de que o Brasil não era mais o mesmo e que o país precisava buscar sua posição no contexto de reconfiguração de forças, principalmente as comerciais. O ministério de relações exteriores Itamaraty, especialmente durante a gestão do Barão do Rio Branco (1902-1912) e a atuação de Joaquim Nabuco enquanto diplomata, tenta romper com a velha tradição do Império de voltar

sua política externa para a Europa e decide abraçar a causa do Panamericanismo⁷. Ocorrido entre os dias 23 de julho e 27 de agosto de 1906, o evento foi palco importante de debates entre os pensadores brasileiros em torno da questão da aceitação da ideia pelo Brasil. Nele, Rio Branco e Joaquim Nabuco não mediram esforços para defender a causa, que também encontrou na imprensa terreno fértil.

Em texto de edição de maio de 1906 da *Kósmos*, Armando Burlamaqui defende a escolha do Brasil para sediar o congresso, afirmando “possuirmos todos os elementos de ampla prosperidade e rápido progresso que nos asseguram em pouco tempo uma preponderante posição no convívio dos grandes países” (BURLAMAQUI, 1906, p.30). Militar da Marinha e legislando em causa própria, nas quatro páginas de seu texto, defende o fortalecimento de uma esquadra para a proteção do Brasil e afirma que “incontestavelmente a preeminência na América do Sul pertence ao Brasil, por seu progresso, cultura, população, commercio, riqueza e excepcional posição continental” (Ibid., p. 29).

Tamanha era a relevância do evento para a política diplomática do Brasil e para “o orgulho e a felicidade” da população que *Kósmos* dedicou-lhe todas as páginas da edição de agosto de 1906. A revista publicou na íntegra o discurso de abertura do Ministro Barão do Rio Branco, além de fotos e registros dos participantes e suas esposas, dos ambientes em que as reuniões e os encontros aconteceram, os banquetes, e como não poderia deixar de noticiar a passagem do cortejo pela Avenida Central. Em relação ao *ethos* moderno, urbano ou civilizado, o leitor de *Kósmos* deveria “se acostumar” com a presença diplomática e comercial de membros de outros países na capital.

Sob o título *O Commercio Japonês, sua expansão mundial*, a edição de outubro de 1907 de *Kósmos* noticia outro acontecimento símbolo do progresso do Brasil: a inauguração da sucursal da Nippaku & Comp., na Avenida Central, número 50. Tratava-se de estabelecimento destinado a vender “productos dessa bizarra e esquisita indústria japonesa.... podendo se transformar no primeiro entreposto sul-americano do commercio japonês”, aponta S, autor do que parece ser mais um anúncio do que uma notícia do flagrante, do dia a dia da capital federal. S destaca

⁷ O Pan-americanismo postulava a ideia de Hemisfério Ocidental, segundo a qual as nações americanas compartilhavam os mesmos valores, sentimentos, ligadas pela proximidade geográfica, pela história comum de resistência ao colonialismo, pela adoção de formas republicanas de governo e pela solidariedade política.

o potencial da cidade metrópole para as relações comerciais fora do eixo América-Europa e enaltece o interesse dos comerciantes estrangeiros. Para ele, em matéria de comércio, indústria, ciência, literatura e arte, não havia país que se comparasse ao Brasil.

“O que ha de bello, de fino, de exótico, de vaporoso na arte japoneza, os nossos olhos extasiados e felizes foram encontrar na casa NIPPAKU, a qual acha-se preparada com aquelle gosto que é peculiar aos orientaes. Balões venezianos, bandeirinhas, lanternas multicores, artefactos de papel, de bambu, de laça, de charão, apparatus de porcelanas de diversas qualidades e de caprichosos desenhos, desde os que podem figurar nas mezas de modestos funcionarios, aos que são dignos de pertencer aos archi-milionarios; mobílias estufadas, cabides, porta chapéus, para-sóes de seda e de papel, objectos de marchetaria, kimonos, sandálias, biombos de uma sumptuosidade que encanta, que tenta; gaitas, brinquedos, mantilhas, cartões postaes, cestas, bolsas de palha, pannos bordados e desenhados, lenços de seda, de papel, e uma infinita variedade de cousas agrupadas, distribuídas em estantes, em prateleiras, em armários, em cordéis e pelas portas, pelas paredes e ascendendo ao tecto numa polychromia estonteadora, que dão aquella bellissima casa da Avenida Central toda uma impressão feerica de kermesse...” (S, 1907, p. 49-50).

Euforia e clima de quermesse para uns, possibilidade de acesso a novos artefatos com valores de signos de mudança para outros. É o consumo, sob a perspectiva de Baudrillard (1991), como um modo ativo de relação não só com objetos, mas com a coletividade, com o mundo. Era um novo estatuto da cultura material que se consolidava, ainda que a igualdade de acesso não atingisse a todos. Eram novos critérios de valor determinando diferentes lugares de poder e garantindo a manutenção da discriminação e da hierarquia social.

“A sociedade de consumo, no seu conjunto, resulta do compromisso entre princípios democráticos igualitários que conseguem aguentar-se com o mito da abundância e do bem-estar e o imperativo fundamental da manutenção de uma ordem de privilégio e de domínio....Os critérios de valor residem não na igualdade de riqueza, mas sim em outras esferas. A discriminação social, o poder, que permanecem o essencial, transferiram-se para esferas diferentes do rendimento ou da riqueza pura e simples. Em tais condições, importa pouco que todos os rendimentos sejam, no limite, iguais podendo até o sistema dar-se o luxo de avançar a passo largo nessa direção, porque não se encontra aí a determinação da desigualdade. Critérios como o saber, a cultura, as estruturas de responsabilidade e de decisão, o poder, embora largamente cúmplices da riqueza e do nível de rendimento relegaram os últimos, bem como os signos exteriores do estatuto, para a ordem dos determinados sociais do valor...” (BAUDRILLARD, 1991, p. 52-53).

“Magestades machinas poderosas de guerra”, “colossal quadro de poder marítimo” e “espetáculo imponente e inesquecível” foram os termos usados em crônica da edição 41 da *FonFon*, ao descrever a chegada de 16 navios da Esquadra Americana, em janeiro de 1908, no Rio de Janeiro. A revista dedicou também, nas demais

edições do mês, crônicas, notas, além de fotografias da entrada dos navios na baía do Rio de Janeiro e, com seu humor típico, caricaturas da aliança Brasil - Estados Unidos (Figura 12 e Figura 13). Nas linhas das ilustrações, destacou-se a vinda da esquadra da marinha americana como ato simbólico que daria “provas” da aliança que se formava e que tanto mudaria os costumes dos brasileiros.

A visita era parte da estratégia de expansão das áreas de influência americana na América Latina e, no caso do Brasil, o reforço de política externa com vistas à expansão do intercâmbio comercial no Hemisfério. Em defesa da hospitalidade da cidade, diante do legado financeiro deixado pela visita dos militares, Olavo Bilac, em crônica da edição de janeiro de 1908 da *Kósmos*, fala mais uma vez da importância de abrir e mostrar o Brasil para o mundo compara o frenesi do comércio do Rio de Janeiro com a presença dos *yankees* ao de “mercados de prazer” e reforça a ideia de tal abertura comercial, que serviria para avigorar aos brasileiros a imagem da escalada do progresso e da civilização.

“O lucro que nos deram os marinheiros yankees não foi somente material: foi também, e principalmente, moral. Duas cousas ficou o mundo sabendo, ambas de capital importância para a nossa civilização; uma affirmativa, e outra negativa, ambas levantando nosso credito: temos policiamento, e não temos febre amarela (...) Mas a policia foi de uma correcção admiravel. E, no meio do espantoso excesso de moafas que a cidade presenciou, não houve um só incidente desagradável. E que dizer da ausência da febre amarella? Quinze mil homens, comendo como Gargantuas e bebendo como Pantagrueis, entregavam-se aqui a inconcebíveis delírios gastronômicos,— e nenhum delles enfermou da pérfida febre, que nos aviltava e empobrecia...”(BILAC, 1908, p.5).



Figura 12 – Caricatura *Dois Amigos* de J. Carlos.

Fonte: Revista *Fon Fon*, ed. 40, jan. 1908, p. 22. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

As exposições universais da indústria eram eventos que também proporcionavam o intercâmbio entre países. E o Brasil, como participante assíduo, fez delas “vitrines do progresso” (NEVES, 1986). Realizadas durante a segunda metade do século XIX, em Londres, Paris, Viena, Filadélfia e Chicago, contaram quase todas com pavilhões da antiga colônia portuguesa. O país apresentava-se como um frágil nativo em meio aos grandes imperialistas, em evento cujo propósito era reunir e celebrar os melhores resultados da criatividade e do trabalho humanos. Também com propósitos comerciais, essas exposições despertavam no imaginário popular a confiança num progresso contínuo, liderado pela burguesia, que era a preenchedora das aspirações de abundância e bem-estar para todos. Foram nessas exposições,

como a que aconteceu em Paris em 1900, que a bicicleta encontrou sua consagração, o automóvel triunfou com a grande aplicação dos motores de combustão interna e que o cinematógrafo foi apresentado ao mundo (PESAVENTO, 1997). Tais feiras no exterior serviram para despertar em nossa incipiente burguesia a urgência de se superar a herança escravista e o passado colonial. O progresso não era apenas desejável, mas era um dos elementos constitutivos da realidade, a força que conduzia a humanidade por estágios sucessivos de aperfeiçoamento tecnológico e moral.

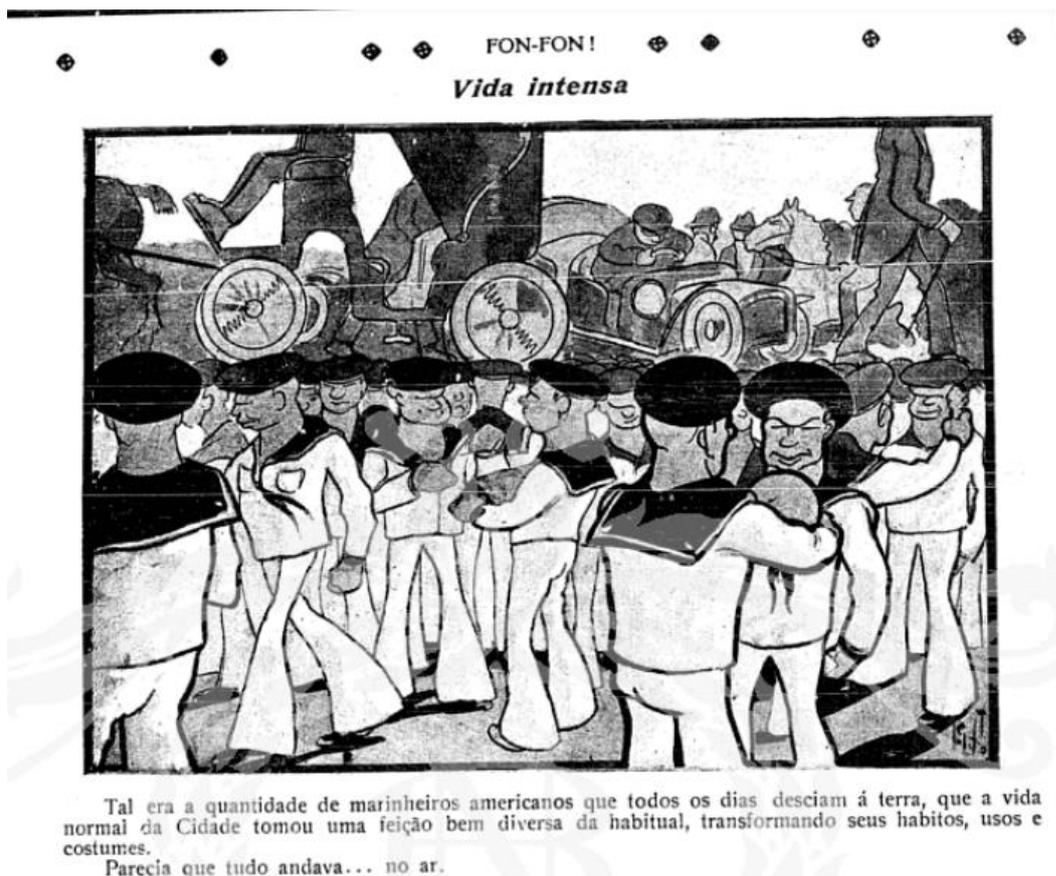


Figura 13 – Caricatura *Vida Intensa* de Kalixto
 Fonte: Revista *Fon Fon*, ed. 42, jan. 1908, p. 8. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Depois de realizada em alguns estados brasileiros em caráter regional, era a vez do Rio de Janeiro sediar uma Exposição Nacional. Nas palavras do cronista anônimo de *Kósmos*, em edição de julho de 1908, “parecia um sonho que transmutou-se em realidade”. Realizado no bairro da Urca, de agosto a novembro de 1908, o grande acontecimento recebeu nos pavilhões especialmente construídos para a ocasião a delegação de cada um dos estados brasileiros e a representação de diversas instituições ligadas às artes, à ciência, ao comércio, à indústria e à agricultura. Era

o momento de expor aos olhos da nação o quanto de avanços conseguira a República, o que se evidenciava no pavilhão destinado à apresentação das reformas por que passava a capital federal, sem esquecer os pavilhões destinados aos institutos de ciência, do Jardim Botânico, também celebrando seus cem anos de existência, e do Instituto Osvaldo Cruz, que surgia aos olhos de todos como responsável pela heroica façanha de, no ano anterior, ter conseguido erradicar a febre amarela no Rio de Janeiro. Em três páginas, a *Kósmos* de número 55 exalta as construções feitas exclusivamente para a exposição, ao mesmo tempo em que discorre sobre as belezas naturais da capital federal.

“...essa que, de improviso, se nos antolha, assim levantada além das águas de um golfo formosíssimo, assim no extremo curvilíneo duma avenida arrebatadora, longe, a se debuxar apenas, desperta-nos o assombro, e nos faz sonhar. Que paiz de maravilhas é este?... Que capricho teve o Creador em fazê-lo?” (KÓSMOS, 1908, p. 6).

Para a imprensa, a idealização e realização de uma exposição de caráter nacional em curto espaço de tempo significava comprovar de uma vez por todas o progresso do país. Era preciso pôr fim ao pessimismo de uns, embora tratara-se de mais um espaço de exclusão, de reforço das hierarquias sociais brasileiras. Para entrada na exposição, que também foi comemorativa pelos 100 anos de abertura dos portos brasileiros, havia regras de etiquetas a serem seguidas, assim como trajes proibidos. Barreiras que mais uma vez impediam o acesso de homens e mulheres das camadas inferiores e dos extratos mais baixos da sociedade carioca.

3.2

Civilidade e higiene: faces do moderno

A intensa migração da população expulsa do interior do estado do Rio pela crise do café, o aumento da imigração estrangeira e a situação precária dos escravizados libertos pela abolição agravou os problemas sociais e econômicos já existentes na capital no período estudado nesta pesquisa. Para além de suas belezas naturais, havia no Rio de Janeiro problemas estruturais que vinham se arrastando desde o século XIX. Segundo Araújo (1993), em 1890, mais de 100 mil pessoas não tinham ocupação definida, sustentando-se prestando serviços irregulares ou vivendo na fronteira da legalidade, como ocorria com os classificados como prostitutas,

malandros, ladrões, desertores, ciganos, ambulantes e jogadores. Essa massa crescera, superando a faixa de 200 mil pessoas na primeira década do século XX.

Antes das reformas urbanas de 1904, as ruas da capital, originalmente estreitas e não asfaltadas, serviam de local para todo tipo de acontecimento: vendedores ambulantes, lixo, esgoto à céu aberto, animais vivos e mortos para comercialização, crianças “moleques de rua”, pessoas sem ocupação, cheiro de urina. Se, por um lado, ruas começaram a ganhar novo status na cena da *urbs* moderna, por outro perduravam tais cenas que se queriam deixar para trás. Sem falar nas condições de moradia popular, que eram muito precárias. Populares aglomeravam-se num espaço exíguo, úmido, com pouca luz e ventilação, enfrentando problemas de falta de conforto, segurança, salubridade e higiene. “O cortiço era o retrato habitacional da miséria urbana e o principal foco das doenças endêmicas fatais que devastavam a população” (ARAÚJO, 1993, p.236).

Essa situação só tenderia a se agravar na medida em que a população crescia e ampliavam-se o comércio e a indústria, sem que a infraestrutura se alterasse de forma correspondente. Como apontam Costa e Schwarcz (2000), a concentração populacional e as atividades empreendidas eram, de certa forma, incompatíveis com as condições urbanas existentes e uma série de moléstias se propagavam, provocando surtos epidêmicos. Eram casos de tuberculose, febre amarela, varíola, malária, cólera, beribéri, febre tifoide, sarampo, coqueluche, peste, lepra, escarlatina. Embora o avanço da medicina fosse determinando para o fim dessas doenças, a solução para esse tipo de problema não dependia exclusivamente da vontade dos médicos. Eram imprescindíveis políticas públicas de saneamento para acabar com a má qualidade sanitária e de imagem da cidade.

Higiene passou a ser palavra de ordem e presente nos discursos mais enfáticos da imprensa representante da elite da época. Para ela, civilidade e higiene eram faces da mesma moeda. Bilac, em crônica com tom de crítica à Revolta da Vacina, da edição de novembro de 1904 da *Kósmos*, dispara:

“Não sei bem para que servirá dar avenidas, arvores, jardins, palácios a esta cidade, —se não derem aos homens rudes os meios de saber o que é civilização, o que é hygiene, o que é dignidade humana...Com o saneamento apenas, —livrar-nos-emos das epidemias que os mosquitos, os ratos, os micróbios transmittem de corpo a corpo, — mas deixaremos, intacta e tremenda, pairando sobre nós, a ameaça das epidemias moraes, que depauperam o organismo social, e o conduzem á indisciplina, á ineSCIENCIA e á escravidão” (BILAC, 1904d, p.3) .

O Rio, como capital, tornou-se o modelo de desenvolvimento desejado, reforçando o objetivo de “civilizar” o espaço urbano, fosse no aspecto físico e funcional da cidade, empreendendo-se obras em calçadas, ruas, prédios, fosse no campo ideológico, através do controle da atmosfera de permissividade moral e da restrição às manifestações populares, como a revolta citada por Bilac.

A conhecida por *Revolta da Vacina* aconteceu em novembro de 1904, contra uma das medidas mais impopulares do governo Rodrigues Alves: a da vacinação obrigatória contra varíola para todos os brasileiros com mais de seis meses de idade. Vista como “ditadura sanitária”, tal medida controversa foi apenas uma de uma lista de outras decisões do médico sanitarista Oswaldo Cruz, indicada para erradicar as epidemias, dentro do projeto de saneamento da capital federal. Sancho Alves, cronista da *Kósmos*, ao opinar sobre as políticas higienistas em crônica da edição de agosto de 1904, não se coloca contra a vacinação, mas questiona “o perigo de se fazer sciencia por decreto” (ALVES, 1904, p.24). Para Alves, a medida, autoritária por não apresentar campanhas de conscientização e por permitir aos agentes de saúde a invasão de domicílios e a aplicação da vacina à força, pertencia “ao genero das desapropriações compulsórias, em que o corpo é desapropriado do seu dono para utilização dos vaccinistas de lanceta facil e clinica difficil” (Ibid., p. 23). Para ele, não se tratava de um ataque a vacina e sim “apenas uma resistência á obrigatoriedade” (Ibid., p. 24).

As caricaturas da imprensa ilustrada também permitiam traçar uma narrativa dos modos de perceber e de sentir da sociedade da época a respeito da política higienista travestida de civilidade. Reis (2021) nos lembra que, no início do século XX, o grupo dos caricaturistas era muito próximo dos literatos e cronistas. Juntos na vida e no ofício da representação cômica popular traduziam valores da modernidade: a profusão de estímulos, a efemeridade, a quebra de hierarquias, a heterogeneidade. O campo da caricatura no Rio de Janeiro, sendo um campo artístico, tinha semelhanças com o campo literário. “Mais do que isso, eram campos entrelaçados, com membros dividindo os espaços de convivência – como os cafés e teatros – e sendo colegas de trabalho eventuais na Imprensa” (REIS, 2021, p. 80).

Sobre a controversa medida sanitária de combate à varíola, Chico, caricaturista da *Revista da Semana*, traz em sua arte da edição de 31 de julho de 1904 a dúvida que pairava no ar. Sob o título *A Vaccina*, a caricatura mostra homem com dedo em riste aconselhando: “— E' como lhes digo. Isto de vacinação obrigatória

é coisa que devemos acatar. Que faríamos de tanto medico que por ahi anda.' Em todo o caso, não me cheira..." (Figura 14).



Figura 15 – Caricatura *A Vaccina* de Chico.
 Fonte: *Revista da Semana*, ed. 220, jul. 1904. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Voltando ao contexto da política higienista associada à modernidade da cidade do Rio de Janeiro, vacina obrigatória não foi a primeira medida adotada. Antes disso, o governo anunciara que pagaria a população por cada rato que fosse entregue às autoridades. O resultado foi o surgimento de criadores desses roedores, a fim de conseguirem uma “renda extra”. Eram os sinais ambíguos do que Sevcenko (1998, p. 543) chamou de “dois Rios de Janeiro, frutos das reformas: o da Regeneração,

da nova norma urbanística, racional e técnica e o outro, o labirinto das malocas, do desemprego compulsório e livre de todas as leis”.

Era o Rio de Janeiro da caça aos ratos, das festas nas ruas e da inauguração de parte das obras, como destaca a crônica de Gil, na edição de setembro de 1904, da *Kósmos*. Nela, o jornalista sai em defesa das medidas de saúde pública, concordando com a taxaço aos comerciantes que apresentavam ratos em seus estabelecimentos. A favor de acabar com a imagem de cidade suja e insalubre, Gil aponta em suas linhas o “engraçado episódio do sindicato rateiro e o tragicômico desfecho, avivando o traço novo que o tráfico dos roedores imprimiu á feição carioca” (GIL, 1904, p.51). Confirmando o quanto o período, marcado pelas reformas urbanas e sociais, ocupou a vida de todos que viviam na capital federal, o cronista exalta a nova configuração do espaço público, escrevendo também sobre a Festa das Flores e, segundo ele, o mais importante de todos os eventos: inauguração de parte da Avenida Central.

"Setembro passou todo em festas... Destas, porem, a mais significativa, foi a solem- nidade que em vão se tentou amesquinhar pela zombaria e má vontade a inauguração dó eixo da grande avenida que a vontade forte de um ministro e a actividade excep- cional de um engenheiro rasgaram através do preconceito e do casario arruinados que enchiam, em grande parte, a capital da Republica" (GIL, 1904, p. 52).

A crônica acentua a presença e influência das revistas ilustradas na divulga- ção de novos costumes. O próprio Gil ratifica esse papel com a frase:

"(...) e para mais accên- tuar a influencia, nos costumes do momento, do ínfimo ani- malejo — cuja existência será talvez para o Rio do futuro uma vaga tradição —o insistente investigador dirá a importância que as justiças do Estado ligavam aos cri- mes referentes ao celebrado roedor e a severidade com que os puniam" (Ibid., p. 51).

Interessante destacar a narrativa do cronista analisando tal situação quando descreve

"(...) e essas farão o interesse de uma geração de rebuscadores, curiosos de estudar a psychose social de uma epocha em que o rato obsedou a cidade e foi para muita gente — homens de imprensa, de industria, de sciencia e de governo, — um assumpto, um ganha-pão, uma prophylaxia e uma politica(...)" (Ibid., p. 51).

Esta crônica denuncia o papel da observação do dia-a-dia, do flagrante, do contingente, ainda que o assunto fosse o “contrabando de carne de rato”. Gil acre- ditava fortemente que a festa de inauguração de trecho da Avenida serviria de re- médio para o corpo, a mente e espírito. E escreve:

“É inútil repisar louvores a essa festa que vale por uma pagina de educação popular e um acto intelligente de hygiene publica. Si, conforme a doutrina comteana, toda saúde deriva do cérebro, e os grandes flagellos mórbidos nada mais são que o soffrimento desse órgão desequilibrado por efeitos moraes, deve ser uma medicina poderosa que dá aos olhos um bello espectaculo e ao cérebro uma sadia expansão... E' de resto o saneamento pelo ar, pela arvore, pela belleza, que restituirá ao Rio aquella fama antiga de fonte de saúde que o cortiço e a casmurrice fizeram perder. E' esta a melhor das prophylaxias; e graças aos dois grandes hygienistas que se chamam Lauro Müller e Pereira Passos, a velha S. Sebastião será em annos próximos a mais deliciosa das capitaes, quando o ultimo rato fugir de sob a ultima minaria derrubada e o derradeiro mosquito desaparecer sob a derradeira braçada de flores(...)” (Ibid., p.53).

Sob o pseudônimo de Machiavel, o cronista político da *Revista da Semana*, em edição 227 de setembro de 1904, também reconhece a importância da reforma urbana e de costumes pela qual passava a capital federal e, usando de humor com ilustrações para tratar da forma autoritária da política higienista, aconselha ao mesmo tempo em que expõe a realidade social que perdurava. E uma dessas ilustrações (Figura 15) o caricaturista Bambino traduz em imagens a abordagem dos agentes de saúde aos que não se enquadravam nos comportamentos ditos higiênicos. Ter higiene era sinal de ser honesto e ser civilizado.

“Esta semana que findou quasi que não houve tempo para as combinações políticas. Pudera; tratou-se da inauguração de um eixo, e que eixo, de 1.850 metros. Era um gosto ver toda a governança a passar no dia 7 pela nova Avenida... O Zé Povo, o meu amigo, este assistiria boquiaberto a grande patuscada e ficaria convencido, por mais que os estrangeiros digam o contrario que o Brasil não é mais aquelle índio tradicional nú com tanga de penhas mas sim um colosso que, dominando a America do Sul por cima do Pão do Assucar, espantaria até o tio Sam... O melhor da festa, porém, foi que depois de tudo aquillo o Passos se viu bem agradável ir a gente disposta a divertir-se e levar assim pela frente uns visinhos incomodativos... Já que fallei nisto acho bom lembrar ao nosso Oswaldo a criação de médicos fiscalisadores do cheiro da humanidade. A maneira de agir será bem simples. Cada cidadão que os novos fiscaes julgarem suspeito é logo agarrado e cheirado por todos os lados, applicando-se-lhe em seguida boa dose de creolina por meio de seringações. Isto ao menos evitaria que, como eu, os grandes da situação, quando tivessem de andar de bond, fossem obrigados a trazer sempre um lenço perfumado no nariz”. (MAQUIAVEL, 1904, p. 4).



Figura 15 – Ilustração de Bambino para Crônica de Machiavel.
 Fonte: *Revista da Semana*, ed. 227, set. 1904, p. 4. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Enquanto progresso, ciência e civilidade na concepção social do mundo moderno caminham juntos, quando se trata de interpretação de uma cultura, como postula Geertz (2008) não se pode efetivamente subordinar fenômenos sociológicos às certezas das leis. No episódio das manifestações distintas sobre a vacinação obrigatória do período analisado, ainda que a lei científica indicasse vacina à redução da contaminação viral e consequente redução das mortes por epidemia, havia interpretações distintas por parte da sociedade, a que o autor chama de “ciência interpretativa”. É justamente a partir dessas interpretações que o valor moral vai sendo construído. A lei de vacinação obrigatória foi promulgada e logo em seguida revogada pelo então presidente Rodrigues Alves. Houve revolta civil e deportações, além de destruição material na cidade do Rio, mas a vacinação conseguiu retrainh generosamente a epidemia de varíola na capital federal, como se vê na crônica de Sancho Alves, de março de 1905, na revista *Kósmos*.

“Na ordem higienica, a vaccina obrigatória, nervosa e confundida, sumiu-se e o cidadão expurgo, desaprumado, intra sitio, pelo habeas-corpus, deixou de entrar pelas casas com o ar vidigalesco de outros tempos. Em compensação, a variola e a febre amarela retrahiram-se generosamente depois que viram os dois adversários coagidos...” (ALVES, 1905, p. 35).

O tom, o caráter e seu estilo moral de um grupo social são a composição do que Geertz chamou de *ethos*, processos que auxiliam na normatização dos comportamentos e que, como vemos neste estudo, encontram espaço na publicidade. Afinal, os meios de comunicação – e mais evidentemente o discurso publicitário – transformam a cultura material em simbologias particulares através das quais nos localizamos, referenciamos e transitamos socialmente e os publicitários – como sublinha Everardo Rocha (1995) – são *bricoleurs* que se apropriam de “diversos saberes”, fazendo uso de signos coletivamente compartilhados como elementos constitutivos de sua narrativa.

Buscando representar o pensamento de parte da sociedade, com evidências simbólicas da higiene e do ser saudável como caminhos possíveis para o novo século, *Kósmos* anunciava sistemas de filtragem de água, cirurgiões dentistas, perfumes, xaropes, elixires, drogarias, purgantes, enxaguantes bucais. Embora estamos falando de um período em que a criação publicitária ainda não tinha se profissionalizado, o uso da sensibilidade no processo de criação desses anúncios era fundamental, pois muitas vezes o apelo emocional mais sutil convence o consumidor, de forma inconsciente, encobrindo o propósito comercial. Como reforça Siciliano (2016), propagandas acionam equivalentes funcionais do “mito”, projeções ou identificações transformadas em bens a serem consumidos.

Rocha (1995) nos lembra mais uma vez que a publicidade, enquanto um sistema de ideias posto para circular no interior da ordem social, é um caminho para o entendimento, para a identificação e, claro, através dos termos, símbolos, de adaptação a comportamentos e uma nova expressão ideológica dessa sociedade. Era necessário garantir que nada mais impediria o Brasil de entrar na agenda do progresso e ele entrava tão confiante como as demais nações. Só era preciso dominar as tecnologias, domesticar o futuro, prever e impedir grandes variações. Tosses, dores, moléstias e outros grandes males estavam com dias contados. Pelo menos é o que prometiam, ou melhor, garantiam medicamentos como o Xarope Pulmonal (Figura 16), ao “curar qualquer tosse” ou o Mastruço (Figura 17), elixir que deixava “livre de tuberculose, de constipações, de defluxos, de asthma, de bronchite, de tosses, além de engordar, ficar com boas cores e sem fadiga extrema o grande mal que tanto persegue a população brasileira”.

Como apontam Costa e Schwarcz (2000) era a certeza de que se controlava tudo – a produção, a guerra, a natureza, os homens, a criminalidade, as doenças. O

A Saúde da Mulher (Figura 18) era “infalível para as moléstias do útero”, Pilol (Figura 19) “garantia resultado positivo contra calvície” e bastava usar Allium Sativum (Figura 20) para se prevenir contra qualquer vírus.

O Rio, como capital, tornou-se o modelo de desenvolvimento da organização social desejada. O objetivo era “civilizar”, fosse no aspecto físico, fosse no ideológico. Era preciso ter aspecto de bem alimentado (“gordo”), cabelos longos e bem nutridos, saudável, feliz e parecer ser. A reserva e indiferença mútuas, a que Simmel (2005) chamou de “condição espiritual dos grupos dos grandes centros urbanos”, se dava apenas no aspecto subjetivo dessa cultura. Na objetiva, na material, havia elementos imprescindíveis para a manutenção da hierarquia já tão arraigada.

Ter dentes bonitos e fortes com o Doutor John Rohe (Figura 21), boca higiênica e refrescante como atestavam as celebridades artísticas que usavam Dentrifício Odol (Figura 22) e estar perfumado, com o mais completo sortimento da Casa Cirio (Figura 23) haviam se tornado regras de comportamentos sobre as quais a sociedade carioca não podia mais sobrepor. E, caso a moléstia batesse em sua porta, bastava ler *Poder Magnético* (Figura 24), livro anunciado também na *Kósmos* que trazia a cura para a infelicidade e cujo lema era “ou serdes rico, gozar saúde, possuir grande numero de amizades, inspirar amor, poder curar a si e aos outros, poder educar os filhos corrigindo-lhes os vícios e defeitos, OU, rastejar na miséria, estar sempre doente, viver abandonado dos estranhos e dos seus”. Em discurso que aos olhos contemporâneos soaria preconceito, no livro era preciso apenas escolher ser feliz, saudável. Como atesta Araújo (1993), na visão da classe dominante, venceria quem tivesse disciplina e obediência. Os saberes médicos e os artefatos de saúde funcionavam como poderes disciplinares, atuando no adestramento dos corpos úteis e produtivos a sociedade de consumo capitalista. “Tudo isto significa que o poder, para exercer-se nestes mecanismos sutis, é obrigado a formar, organizar e por em circulação um saber, ou melhor, aparelhos de saber que não são construções ideológicas” (FOUCAULT, 1979, p. 186).

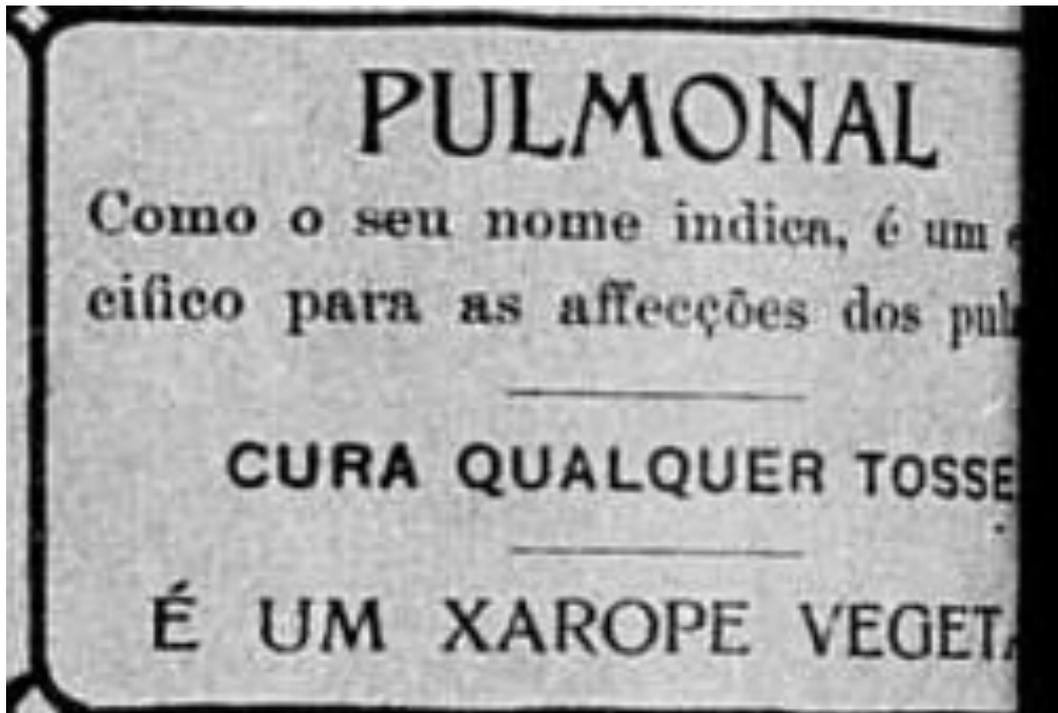


Figura 16 – Anúncio *Xarope Pulmonal*. Cura qualquer tosse em um tempo em que a Tuberculose era doença que mais matava os populares.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 21, set. 1905, p. 50. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

AS PESSOAS que usarem **ELIXIR DE MASTRUÇO** estão livres de tuberculose, de constipações, de defluxos, de asthma, de bronchite, de tosses, engordam, ficam com boas cores e estão livres do grande mal que tanto persegue a população brasileira: —**NEURASTHENIA.**

Aos srs. medicos pedimos observarem os efeitos prodigiosos do mastruço ou agriãosinho do norte.

DEPOSITO GERAL:

59, RUA DE S. PEDRO, 59

Á venda em todas as pharmacias e drogarias

Figura 17 – Anúncio *Elixir Mastruço*. Era preciso acabar com doenças que remetiam ao passado colonial atrasado.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 14, fev. 1905, p. 54. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.



A SAÚDE DA MULHER

Remedio efficaz
para as molestias de senhoras

—

Deposito geral—*DROGARIA PACHECO*

Andradas 59



Figura 18 – Anúncio *A Saúde da Mulher*. Mulheres eram vistas como frágeis. Ter saúde e livrar-se de moléstias era essencial.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 36, dez. 1906, p.74. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

PILOL-PILOL-PILOL
 PILOL-PILOL-PILOL
 PILOL-PILOL-PILOL

Pilol

PREPARADO POR
BLAS L. DUBARRY
 Chimico-Pharmaceutico

Sois calvo?
Quereis ter muito cabelo?
 Use o nosso especifico e vos garantimos
RESULTADO POSITIVO!
Preço do frasco: 20000

Vende-se em todas as casas de perfumarias e pharmacias
Unicos depositarios no Brasil:
LOUIS HERMANNY & C.
 RUA GONÇALVES DIAS, 65 – Rio de Janeiro

Figura 19 – Anúncio *Pilol*. Cabelos fortes para pessoas fortes, de ação. A ciência dominando todo tipo de fraqueza.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 24, dez. 1905, p. 79. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

MARCÁ REGISTRADA

O ALLIUM SATIVUM
DE
J. COELHO BARBOSA & C.
RUA DOS OURIVES N. 96—Rio de Janeiro.

Vende-se em todas as pharmacias e drogariás do Brazil e á
Ruada Qu tanta, 74.F—Rio de Janeiro

EM S. PAULO BARUEL & C.

CATINHO

PREVENÇÃO AO PUBLICO

Do ALLIUM SATIVUM antigo e conhecido na homiopathia, porém pouco ou raramente usado J. COELHO BARBOZA preparou ha cinco annos de uma forma especial um especifico para curar a influenza e constipações de um a tres dias. Apparece a seguir a fórmula do ALLIUM, prevenimos ao publico que, se quizer ter a certeza de levar para casa um remedio especialmente preparado para estas molestias deverá exigir o que traz um COELHO pintado.

Figura 20 – Anúncio *Allium Sativum*. Prevenir-se contra doenças era o trunfo da ciência. Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 18, jun. 1905, p. 50. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

JONH ROHE

Cirurgião Dentista

CONSULTORIO: RUA DO HOSPICIO N. 125 1º ANDAR

Figura 21 – Anúncio *Cirurgião Dentista John Rohe*. Dentes bonitos e saudáveis sinalizavam progresso. Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 1, jan. 1904, p. 51. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

KOSMOS

OPINIÕES DE CELEBRIDADES ARTISTICAS SOBRE

* * * O ODOL * * *

O ODOL é hygienico e deliciosamente refrigerante!



ELEONORA DUSE

O ODOL é superior. Sempre o emprego. *Eleonora Duse.*



GIUSEPPE VERDI

O ODOL é realmente um excelente e utilissimo preparado; faço delle uso quotidiano para a limpeza da bocca. *Giuseppe Verdi.*

O ODOL é o dentifricio de maior consumo no mundo inteiro!



TINA DE LORENZO

O ODOL é na verdade um delicioso preparado para a limpeza da bocca. *Tina di Lorenzo.*



ODOL
O DENTIFRICIO SEM RIVAL!



ADELINA PATTI

Tenho grande prazer em lhe dizer que acho o ODOL excelente e muito refrigerante. *Adelina Patti.*



Vende-se em todas as cidades da Republica



ARRIGO BOITO

Lodo l'odol! (Louvo o ODOL) *Arrigo Boito.*

O ODOL é o dentifricio ideal. Emprego-o diariamente e posso dizer que jamais encontrei um preparado tão hygienico quanto util. *Pietro Mascagni.*



R. LEONCAVALLO



PIETRO MASCAONI

Unicos Importadores para todo o Brazil:

LOUIS HERMANNY & C.

● ● ● RUA GONÇALVES DIAS, 65 — RIO DE JANEIRO ● ● ●

Figura 22 – Anúncio *Odol*. A higiene também estava na boca e sendo atestada pelos artistas famosos.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 24, dez, 1905, p. 81. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.



Figura 23 – Anúncio *Casa Cirio*. Estar perfumado era fazer parte de uma elite que se distanciava de tudo que remetesse aos populares e ex-escravizados.
 Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 21, set. 1905, p. 50. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Porque sois infeliz?

O homem póde ser feliz, se o quizer. Mas, quem perderá o seu tempo em ensinar aos outros o que só deseja para si?

Repara e julgae

Quantas pessoas não vos parecem protegidas por sobrenatural poder, e isso porque realizam todos os seus desejos, porque são ricos, porque gozam uma saúde de ferro?

ESCOLHEI

Ou serdes rico, gozar saúde, possuir grande numero de amizades, inspirar amor, poder curar a si e aos outros, poder educar os filhos corrigindo-lhes os vícios e defeitos, OU, ras-tejar na miseria, estar sempre doente, viver abandonado dos estranhos e dos seus. Lembrae-vos que outros já estão na posse do segredo que conduz á felicidade. Vêde a prosperidade de alguns conhecidos vossos: ignoraes que elles souberam a adquirir a força magnetica?

HOJE, OU NUNCA MAIS

se vos offereça uma occasião como agora: pedi ao representante do Dr. MARX DORIS, rua do Rosario n. 53, Rio de Janeiro, que vos envie o livro «Poder Magnetico». Nada vos custa experimentar, pois o livro é enviado gratuitamente a todos que o pedirem.

Figura 24 – Anúncio *Livro Poder Magnetico*. Ter saúde era uma escolha. Tudo sob domínio do homem.
 Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 38, fev. 1907, p. 4. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

De um lado, a família tradicional brasileira a garantir que nada saísse da ordem e do controle, mesmo se defrontando com as contradições entre o antigo e o moderno nos hábitos domésticos, mesmo na tentativa de assimilação de novos comportamentos, mas endossando o discurso das tradições. Do outro, os populares a padecerem com medidas sanitárias que ruíram casas e cortiços, e transformaram o roedor em nova possibilidade de renda. E, ainda, sem esquecer-se da mão forte do Estado, representado pelo prefeito, ministros e todo o rol de políticos, além de engenheiros, sanitaristas, que lideravam o projeto de livrar a imagem suja da cidade. Como reforça Sevckenko (1998), como as metrópoles eram palco para o desempenho de novos potenciais técnicos, nada mais natural do que as reformas de ordem urbana estrutural incluíssem também a reforma dos corpos e das mentes. Nessa nova sociedade, limpeza era condição básica para ter saúde e os remédios eram um seguro contra as fraquezas e vulnerabilidades do corpo.

Gil, em crônica da edição de setembro de 1904 da *Kósmos*, exalta as festas do mês, a capital federal, que chamou de o “Rio do futuro” e relata que a inauguração de trecho da Avenida Central serviu de remédio para o corpo, a mente e espírito. Para o cronista,

“(...) é inútil repisar louvores a essa festa que vale por uma página de educação popular e um acto inteligente de hygiene publica. Se, conforme a doutrina comteana, toda saúde deriva do cérebro, e os grandes flagellos mórbidos nada mais são que o soffrimento desse órgão desequilibrado por efeitos moraes, deve ser uma medicina poderosa que dá aos olhos um bello espectáculo e ao cérebro uma sadia expansão (GIL, 1904, p.53).

O filósofo francês Michel Foucault (2014), em seu estudo acerca dos processos evolutivos das práticas punitivas, seus objetivos, tecnologias e suas instituições, nos lembra que é dócil um corpo que pode ser submetido, que pode ser transformado e aperfeiçoado. Quando se vê, se lê e se ouve que ser moderno é ser saudável, o corpo torna-se o que o autor chama de “anatomia política” e também uma “mecânica do poder”, já que todo esse forte domínio político, social e cultural faz com que se opere o que quiser, com as técnicas, a velocidade e a eficácia que se quer.

“É preciso anular os efeitos das repartições indecisas, o desaparecimento descontrolado dos indivíduos, sua circulação difusa, sua coagulação inutilizável e perigosa; tática de antideserção, de antivadiagem, de antiaglomeração... Importa estabelecer as presenças e as ausências, saber onde e como encontrar os indivíduos, instaurar as comunicações úteis, interromper as outras, poder a cada instante vigiar o comportamento de cada um.....para conhecer, dominar e utilizar” (FOUCAULT, 2014, p. 140).

A civilização era um espetáculo de muitos lados que a jovem república tinha que desempenhar. De um lado, a certeza de que se controlava tudo – a produção, a natureza, os homens, a doença e a criminalidade. De outro, o medo do descontrole do moderno, dos aparatos e inventos tecnológicos, da urbanização crescente e acelerada. À modernidade e atualidade do sistema político tão fartamente propagada e louvada, deveriam corresponder atitudes modernas diante principalmente do projeto de embelezamento da cidade do Rio de Janeiro. Quase 13 anos depois do sonho republicano, que tantas promessas erguera, as reformas tanto de ordem urbana quanto de costumes deveriam parecer, aos olhos do cidadão comum, a concretude da eficiência político-administrativa de uma nova forma de governo, mas acima de tudo de um novo *ethos*. Era o novo que se iniciava nas ruas e tentava se acomodar nos corpos. Com a ampliação das ruas, dos espaços de sociabilidades, a “bela época” saía do termo do contexto histórico e transformava-se em um culto ao gosto, a beleza, como veremos no tópico a seguir.

3.3

Novos costumes: bom gosto e beleza ao estilo europeu na modernidade brasileira

Passado e futuro, atraso e progresso, feio e o belo. Oposições totais, causas e consequências de um clima de euforia que pairava sobre o Rio de Janeiro na alvorada do século XX. Clima este confrontado por alguns historiadores que diziam já existir durante todo o século anterior – devido ao grande movimento de escoamento de mercadorias antes mesmo das reformas do porto da cidade - mas que na primeira década dos mil e novecentos era destacado pela imprensa ilustrada, principalmente nas páginas de *Kósmos*. Como cita Dimas (1983, p.137) “era a hora e a vez das forças produtivas, de êxtase perante nossa capacidade tantas vezes negada e adormecida”. Eram jornais e revistas que ao mesmo tempo refletiam as ansiedades da sociedade e também serviam como tecnologias cuja função pedagógica era a de ensinar a interpretar as imagens e representações sociais desse moderno à brasileira.

A estética e influência europeias, principalmente francesas, já presentes na literatura, na educação e na moda voltadas a uma minoria de elite, passavam a ser amplamente aspiradas, ao aportarem em páginas ilustradas e anunciadas com termos em referência à capital francesa, como “premiada na Exposição Universal de

Pariz” (Figura 25), “representantes de importantes casas de Paris” (Figura 26) e, algumas vezes, com o texto totalmente em francês, como na propaganda dos vestidos da casa Ney Soeurs (Figura 27). O culto ao belo e ao bom gosto eram estimulados na arte, no vestuário, na decoração da casa, no gosto musical, na arquitetura dos prédios e monumentos. A luz do branco das roupas (que remetia a asseio) e da eletricidade, que clareava o espetáculo do vai e vem nas novas ruas, das invenções e aparatos tecnológicos da ciência e do progresso, distraía e ofuscava o lado sombrio da miséria nos arredores da cidade.



Figura 25 – Anúncio *Casa Marinho*. Produtos premiados na Exposição de Paris eram muito desejados. O que vinha de fora era percebido como de melhor qualidade.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 22, out. 1905, p. 47. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

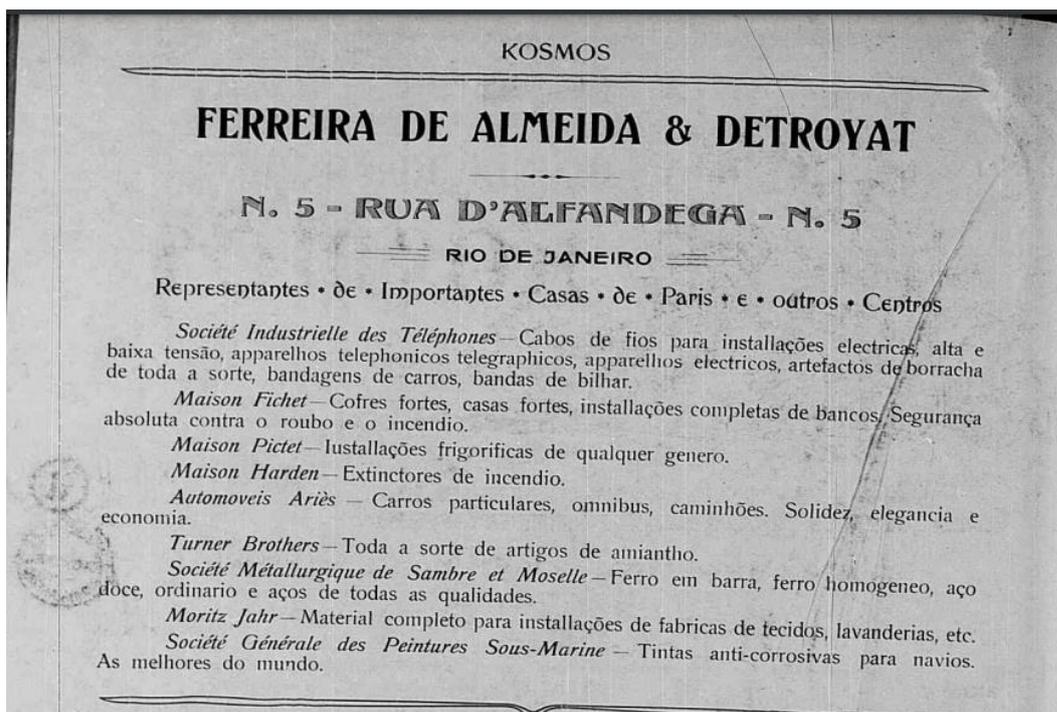


Figura 26 – Anúncio *Ferreira de Almeida & Detroyat*. Ser representante de casas estrangeiras era sinônimo de credibilidade. Vestir-se como os parisienses era ser civilizado. Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 21, set. 1905, p. 3. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Olavo Bilac (1904), em crônica de abertura da *Kósmos* de março de 1904, dá vida e humanidade ao bom gosto quando diz que este foi vitorioso ao rivalizar com o “atraso” e o “passado”, juntamente com as “picaretas regeneradoras” das reformas urbanas. Gosto que segundo o mesmo cronista “estava depravado e corrompido” (BILAC, 1904, p. 4), ao falar da arquitetura dos antigos prédios da capital, em crônica da *Kósmos* de abril do mesmo ano.

Nesse contexto, ter gosto podia ser aprendido ou mesmo tornar-se profissão, como cita Sevcenko (1998) ao lembrar de crônicas de João do Rio. Para o historiador brasileiro, o gosto não se referia a nenhum padrão estético ou estável de excelência, típico de uma sociedade aristocrática, mas “ao empenho dos recém-chegados às benesses do consumo em se diferenciar e distanciar dos menos afortunados e dos despossuídos, de cujo seio vieram” (Ibid., p. 538). E as revistas eram fontes de assimilação desses mandamentos sempre fugazes. Na *Revista da Semana*, Acrísio trazia em sua coluna semanal *Chronica Elegante* orientações sobre o que vestir em certas ocasiões, os tipos de tecidos, as cores e os acessórios apropriados.

OS NOSSOS FIGURINOS



MODELO DA CASA NEY SŒURS
 ✦ ✦ ✦ DE PARIS ✦ ✦ ✦
 CREADO ESPECIALMENTE PARA
 ✦ ✦ ✦ KÓSMOS ✦ ✦ ✦

ROBE PRINCESSE SUR FOND BLANC, TUNIQUE CHANTILLY NOIR; HAUT DE CORSAGE DENTELLE ALÈNÇON BLANCHE, SUR LE CÔTÉ OMBRÉ NOUËD DE CHANTILLY AVEC JOLIS BOUTONS DE STRASS; MANCHES COURTES EN ALÈNÇON BLANC REHAUSSÉES DE RONDS EN DENTELLE CHANTILLY NOIR BASSE. BAS DE JUPE VOLANTS DE DENTELLE ALÈNÇON BLANCHE, REHAUSSÉS DE RONDS DENTELLE CHANTILLY. JOLI MANTEAU FORME POINTE DEVANT ET DERRIÈRE, TOIT EN MOUSSELINE DE SOIE BLANCHE TRÈS FINE, RECŒUVERT DENTELLE IRLANDE CRÈME AVEC LAROE ENTREDÈUX DE GROSSE GUISURE CRÈME ET CHOUX DE VELOURS NOIRS AVEC JOLIS BOUTONS FANTAISIE.

Figura 27 – Anúncio *Casa Ney Soeurs*. Era comum ver anúncios em francês ou usando palavras neste idioma.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 20, ago. 1905, p. 42. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Em edição de número 221, de agosto de 1904, o colunista abre seu texto afirmando que “toda mulher tem o dever de procurar tornar-se bela”. Sem intenção de aprofundar nesta tese o que passaria a ser considerado apropriado à mulher e socialmente construído ao gênero, por não ser o objetivo deste estudo, estar bela e bem vestida era sinal de civilidade, expressão de poder e principalmente ser moderna. Tais práticas e representações sociais do belo e do bom gosto foram construídas não

só através da moda, mas de um conjunto de bens que auxiliavam na aspiração do *ethos* urbano burguês. McCracken destacou o quanto o significado dos bens de consumo expressa categorias e princípios culturais, cultiva ideias, cria e sustenta estilos de vida.

“O mundo dos bens, ao contrário do da linguagem, nunca se engaja em uma simples sinalização de diferença. Na verdade, os bens são sempre mais comunicativos e reveladores. No mundo dos bens, os sinais sempre são mais motivados e menos arbitrários do que no mundo da linguagem. Por meio dos rituais de posse, as pessoas movem o significado cultural de seus bens para sua vida. Os consumidores exploram a capacidade desses bens de discriminar entre categorias culturais como classe, status, gênero, idade, ocupação e estilo de vida” (MCCRACKEN, 2015, p.68).

Voltando à coluna de Acrísio, na *Revista da Semana*, considerar o vestuário ideal, portanto “elegante”, para estar em suas crônicas semanais e em demais fontes de representação social, consistia em apresentá-lo como modelo para uma determinada camada da sociedade, os chamados abastados, que almejavam uma capital federal “civilizada” e “moderna”, aos moldes europeus. Usando-se de imagem e linguagem afrancesadas (Figura 28), o cronista inspirava-se em leituras que fazia de jornais parisienses para educar a ter bom gosto e ao uso de determinados objetos, como a sombrinha ou o chapéu apropriado ao teatro e ao concerto.

“Dentre os innumerous objectos inscriptos na grande lista dos atavios femininos, figura a sombrinha convertida nestes últimos tempos como ornamento indispensável a belleza feminina...Ainda ha bem pouco tempo li num jornal parisiense, que causou um successo espantoso,o passeio que fizeram centenas de raparigas, formando um bellissimo quadro, girando entre os dedos sombrinhas de variados matizes...Imaginem, gentis leitoras, o esplendor dessa apoteose. A vos, encantadoras patricias, desejo que no vosso subtil e gracioso andar a sombrinha, vossa companheira, não só vos defenda dos inclementes raios solares, como também dum olhar indiscreto e petulante” (ACRISIO, 1904, p. 14).

Tudo o que vinha de fora era belo e de bom gosto. Ainda que a adoção de determinados artefatos causasse conflitos da ordem dos costumes mais corriqueiros, como ir ao teatro ou assistir a um concerto, estavam lá disponíveis os tecidos e roupas da *Notre Dame de Paris* (Figura 29), os *american drinks* da *Boersen-Halle* (Figura 30) e melhores artigos ingleses e franceses da *Casa Santos* (Figura 31). Qualquer campanha civilizatória para destituir roupas, acessórios, que não cabiam ao clima ou aos hábitos brasileiros era inútil, como anunciou Olavo Bilac, em crônica de abertura da edição de julho de 1905 da *Kósmos*. Em crítica ao artista francês *Coquelin* e sua companhia de teatro, o cronista aproveita para narrar o que ele

chamou de “capítulo dos chapéus”. Tratava-se do eterno conflito entre as damas cariocas que usavam chapéus enormes e os espectadores que não podiam ver as cenas que passavam.

“A campanha tem sido inútil. As senhoras não querem abolir os chapéus. E creio que o dever dos espectadores, agora, — o seu dever de homens bem educados e galantes, — é callar o seu protesto, e obedecer á soberana vontade das damas: ce que femveut, Dieuleveut!” (BILAC, 1905, p.8).

CHRONICA ELEGANTE

Como muito bem disse o illustre escriptor francez Anatole France — *Le bonnet, c'est tout le femme* — devo tambem agora dizer que toda mulher tem o dever de procurar tornar-se bella.

La Bruyere, esse immortal conhecedor do coração humano, sendo um dia instado por uma joven para que escrevesse um pensamento no livro que consiguira trazer, escreveu as seguintes linhas: *Le bonnet plat, l'esprit ovale, la beauté sans affect.*

Dentre os innumeros objectos inscriptos no grande lista dos atavios femininos, figura a sombrinha convertida nestes ultimos tempos como ornamento indispensavel á belleza feminina.

Nos passeios e festas mundanas so sr. livre sempre a vemos ao lado da mulher.

Prestando-se a servir de zimbo á sua dona, crearam-na de diversos coloridos, enfiaram-na, e dahi o immenso prazer que aos homens sentimos, quando a vemos mais ou menos deslumbrante conforme o gosto artistico da portadora.

Tenho apreciado algumas que são verdadeiras telas pintadas por rascão improvisado, onde se vêem flores, passaros e decorações campaes.

Outras tenho visto de gaze sobre ótros vãos, que na verdade são ofuscantes, quando em posição de defesa contra os raios solares.

As modernas, feitas pelo alto mundo elegante, são de maré ou tecido semelhante, com applicações de rendas de Flandres, Irlanda, Valpécias e Bengas, esta muito usada nos lóteos e toilette interiores.

Ha tambem bordadas a *soiselle* e *cardomet*, mas para isto é necessario que os bordados estejam em harmonia com a cor da sombrinha.

É uma questão de gosto, de arte, que nenhuma mulher deve desprezar.

Assim, sobre um fundo branco, o azul turquesa, o violeta, o heliotropo, estão bem adequados.

O verde esmeralda, sobre um tecido azul ou verde, será uma das mais bellas combinações.

Tambem podem ser feitas applicações de velludo, tornando-se bellissimas, quando são enriquecidas com observações de princípios que bem conduzem a difficil arte de combinar os tons, de forma a tornar-se um objecto gracioso.

Na escolha das sedas, devem as gentis leitoras prestar toda attenção porque, sendo ellas algumas vezes surpreendidas pelas intempéries, é necessario que desde o começo do trabalho preveja-se tal accidente, preferindo as sedas susceptíveis de lavagem.

Existem sedas que perdem completamente o brilho, quando constantemente expostas aos raios solares.

As sedas que melhor se prestam para os trabalhos de bordadas, applicações e outros são na verdade caras, mas não se deve levar isto em conta quando se empreechem em tal trabalho o a somma de esforços compensa bem a do dinheiro despendido.

Ainda ha bem pouco tempo li num jornal parisiense, que causou um successo extraordinario, o passeio que fizeram centenas de raparigas, formando um bellissimo quadro, girando entre os dedos sombrinhas de variados matizes, ao mesmo tempo que, em bellas vozes, de uma harmonia suave, cantavam em rythmo de vals — *Vous aimez les ombrells platis.*

Em cada sombrinha, achava-se reproduzido, em pintura, um assumpto, rememorando as grandes actualidades do momento. Imaginem, gentis leitoras, o esplendor dessas apothoses.

A vós, encantadoras patricias, desejo

especies de tecido, denominado *chapote*, que é destinado a substituir o chapéu de theatro e concerto.

É simplissima a sua forma.

Compõe-se amento de tres fundações ou pequenas tiras de fita, galho ou lã, postas a duas centimetros de distancia umas das outras, ficando a primeira junto do chapéu; são collocadas pela parte de trás do penicado e vem reunir-se no fundo de baixo de um laço touff ou melhor de rosas do qual sai uma elegante *agrette*.

Neste pequeno objecto pode-se empregar fitas, galhos, rolos de gaze simples, assim como joias esplendidas, fios de perolas e brilhantes, e encabeçar o pé da *agrette* com joias ou melhor flores naturaes em harmonia com a toilette.

Como agasalho para a noite está se usando o grande casaco, especie de double capa ou *carriac*, sem mangas, com larga cava e longa fôrmeira, fechado por uma gola de velludo de cor differente.

São commodos e confortaveis, porque reúnem as vantagens das capas e dos casacos sem o inconveniente das mangas deites, sempre custosas de vestir e prejudiciaes para a conservação da toilette.

A *Arvalia* da Semana, distinguida com a gentileza dos sr. Figueiredo & Silva, tem hoje ansejo de oferecer á apreciação de suas leitoras uma *«Bogaine fidèle»*, confeccionada nos ateliers de grandes senhoras. É um bello vestuario de passeio, em *feutur imprimé*, verde amarelo — *deux tons*. Sãa franzada nos cadornas, garantida de *plis légers* e *renda rosee*. O *corsage* e *blouse* guarnecido de um *impitcement* franziado com um volante em *renda rosee*. Manga *longue* e punho guarnecido da mesma *renda rosee*. Chapéu em palha grossa americana, com pequena cauda de *chiffon*.

Acrisis.

EM FRANÇA

Os factos escandalosos que se têm passado ultimamente na Republica Franceza, motivados pela celebre questão dos Cartuxos deram motivo a que o Congresso nomeasse uma commissão de inquerito para averiguar da veracidade delles.

Afirmava-se que houvera uma tentativa de suborno por parte dos frades Cartuxos ao gabinete francez.

Esta afirmativa tomou corpo e o escandalo foi completo.

O Congresso então nomeou uma commissão de inquerito, e é justamente uma sessão desta commissão que hoje reprodre a *Revista da Semana*.

Pela gravura vêem os nossos leitores a importancia que teve em Paris a questão dos Cartuxos, pois chegou ao ponto de movimentar o parlamento francez, o que aliás, seja dito, não é coisa muito difficil dados as circumstancias accusas da França, onde a agitação reina em toda a parte, devido a attitude hostil á religião que assumiu o conselho de ministros, provocada pelo seu presidente o sr. Combes, exaricado inimigo de uma religião a qua pertencem o apóstolos depois.

Invejar é descer.



Três de passeio, confeccionada nos ateliers de costura de conhecida casa dos Papadas Paris, das sr. Figueiredo & Silva, Av. Uruguaiana n. 70

que no vosso subtil e gracioso andar a sombrinha, vossa companheira, não só vos defende dos inclementes raios solares, como tambem dam olhar indiscreto e petulante.

Defensora fiel, é tambem confidencia, quando, no serdes ferida por um olhar mais intenso, quereis occultar vossa emoção.

Em cada gomma de vossa sombrinha estão escriptas, como num perfumoso *«Voc Note»*, vossas impressões intimas.

Emfim, ella é tambem vosso scáptro porque, assim a zimbra dos escudos, da belleza, das maravilhas deite formoso paiz, que, com a sua esplendorosa natureza, emoldura a vossa radiante pessoa.

Gentil leitora.

Uma novidade muito graciosa é uma

Figura 28 – Coluna Chronica Elegante de Acrisis. Termos e referências à França em colunas de como se vestir e se portar.

Fonte: *Revista da Semana*, ed. 221, ago. 1904, p. 14.

Em seus estudos sobre o papel dos anúncios do magazine *Parc Royal* na adoção de novos valores, usos e costumes, Gorberg (2013) destaca que a adoção da moda e dos modos europeus por determinados grupos sociais do Rio de Janeiro nos primeiros anos da República serviu a dois propósitos: fator de integração, já que, através da aparência, poderiam nivelar-se aos europeus; e o fator de distinção, na

medida em que evidenciava diferenciações internas em relação ao restante da população, o intitulado “povo miúdo”. Segundo a autora, a elite passaria a consumir e exibir moda de origem europeia como instrumento de realização de suas aspirações sociais. “A aquisição e uso de mercadorias fetichizadas seriam o passaporte para a demonstração de um status superior” (GORBERG, 2013, p. 16).

Assim como na Europa pós-Antigo Regime e mesmo no Brasil no período da vinda de D. João VI e a corte portuguesa para o país, também nos primeiros anos da República, a cultura material assumiu uma importância crescente entre os mais favorecidos, em função dessa identificação de classe, destacando-se o vestuário como um de seus campos que tornava bem evidente o culto às mercadorias como símbolos de status pessoal. A moda era sem dúvida uma das manifestações estéticas mais importantes no processo de adoção de padrões civilizatórios, que ajudassem o Brasil a estar entre as nações consideradas de alto desenvolvimento humano.

O culto ao belo como associação à modernidade do período sobrepujou ao como se portar ou se vestir. Para além dos modos de ser, a remodelagem da paisagem e da infraestrutura urbanas, a partir da reforma de ruas, parques, jardins e monumentos, deu à metrópole a aparência moderna. Por ser uma construção simbólica, a cidade é lugar de múltiplos textos e leituras. Como nos lembra Siciliano (2011), ela abarca discursos descontínuos e plurais, ambíguos e caprichosos, portanto, sedutores. No Rio de Janeiro da alvorada do século XX, o embelezamento era também signo e texto a ser lido.

A Notre-Dame de Paris

Desejando diminuir o mais possível o seu
« stock » de fazendas e modas,
antes do balanço annual, afim de adoptar
nova organização para
as suas vendas, o estabelecimento faz,
de 1º do corrente em diante
até o fim desta

ULTIMA GRANDE VENDA

um desconto suplementar e definitivo de
10 0/0 indistinctamente sobre os preços,
já muito reduzidos, marcados em todas as
mercadorias, quer antigas, quer recentes.

RUA DO OUVIDOR, LARGO DE SÃO
FRANCISCO E TRAV. DO ROSARIO.

Figura 29 – Anúncio *A Notre Dame de Paris*. Novamente referência à capital francesa.
Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 1, jan. 1904, p. 3. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.



Figura 30 – Anúncio *Boersen-Halle*. A indústria europeia era referência para o Brasil.
 Fonte: Revista *Kósmos*, ed.1, jan. 1904, p.3. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

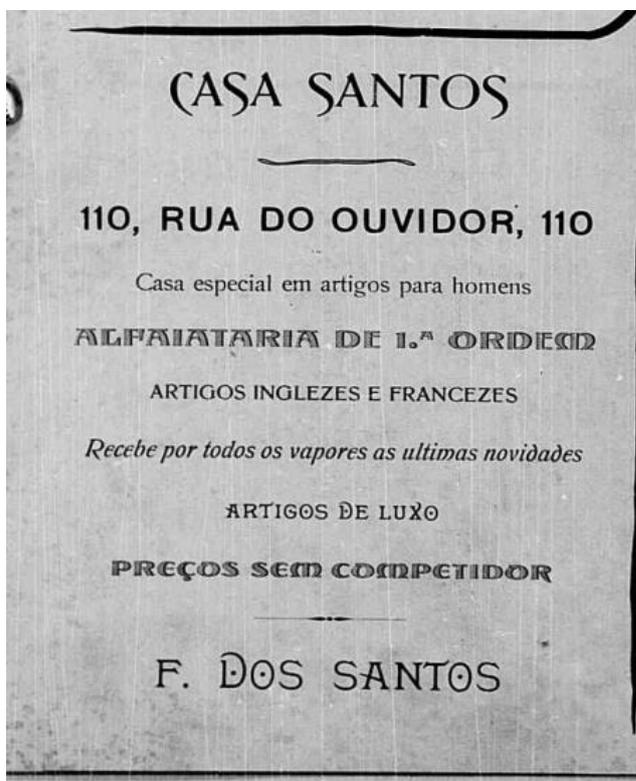


Figura 31 – Anúncio *Casa Santos*. Artigos europeus eram os mais desejados. Usá-los era símbolo de status.
 Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 1, jan. 1904, p. 5. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Em crônica da edição de novembro de 1906 da *Kósmos*, o autor que não assina o texto define a inauguração do Obelisco da Avenida Central, no começo da curva da Avenida Beira Mar, como “monumento moderno da arte a comemorar uma iniciativa, a documentar um progresso, a perpetuar uma lembrança de uma assombrosa transformação do Rio de Janeiro, um surto de progresso” (KÓSMOS, 1906, p. 24). Na mesma edição da revista, Mario Pederneiras escreve sobre as reformas do Largo da Carioca e seu chafariz, enaltecendo a graça e beleza da cidade carioca. Em tom nostálgico e sempre em dúvida se gosta ou teme o que vê em termos de civilidade e modernidade, o poeta questiona sobre que estátua deveria estar acima do chafariz.

“Internamente, no socego calmo da Consciência, palavra que temo pela escolha; e as vezes, apavora-me a persuasão de encontrar, alli, em cima daquelle monumento veneravel, a graça souple da Carioca de hoje com todos os seus defeitos de civilizada, pousando, para embasbacamento do indígena a leve planta do seu pequenino pé, na immensidade vigorosa daquele embasamento. Outras vezes, temo mais pelo susto de encontrar alli, a despida figura de uma Índia beijuda e bamba, na moldura indispensável de flechas e pennas, symbolisando, solemnemente a graça da minha linda Cidade carioca” (PEDERNEIRAS, 1906, p. 34).

As ideias novas e o pensar a cidade eram estampadas nas revistas. E a crônica, que acompanhava o dia-a-dia do Rio, traduzia formas concretas de convívio em relação ao moderno. Em meio a linhas como a de Pederneiras, ora com desconfiança ora com elogios eloquentes, havia conselhos, sugestões e interpelações que buscavam a cumplicidade e o envolvimento do leitor. Uma pedagogia que o brasileiro assimilou e aprendeu. Olavo Bilac, em crônica de abertura da edição de *Kósmos* de março de 1907, reconhece na mídia impressa o papel de civilizar ao citar que “o brasileiro havia se acostumado com a higiene e os bons costumes” e que com isso toda a cidade havia de se remodelar para atender a esse novo público.

“Não há contradição. Disse e repito que, em matéria de educação e cultura artistica, o povo carioca não pôde ter retrogradado: ao contrario, progrediu. Mas não progrediu somente nisso. Progrediu também no modo de entender o aceio, a hygiene, o conforto. E é por isso que elle já não tolera hoje a falta de aceio, de hygiene e de conforto que tolerava outrora. O publico sabe hoje o que é limpeza, porque vê a cidade mais limpa do que antigamente: e é justo que não supporte os theatros (?) abomináveis que antigamente suportava(...)” (BILAC, 1907, p. 3)

Progresso, ascensão, evolução. Termos usados para traduzir o sentimento de que, com a transformação de ruas, calçadas, prédios, praças, monumentos, a cidade que tinha o belo por natureza recebia, enfim, a paisagem urbana que merecia. E

beleza era a palavra que melhor expressava a euforia. A cidade bela, damas belas, praças belas, a beleza que passa, a beleza que fica no deslumbramento da nova capital Rio de Janeiro.

“Quando a vida se transfigura e ascensiona, damos-lhe o nome de Progresso ou Evolução...As bellas cidades, a exemplo das mulheres bellas, provocam e estimam o galanteio...Entre os morros a cidade impera com seus zimborios, as suas palmeiras, os seus torreões, e ao penetra-la ciosa de anonymato nos invade o ser. Fundir-se indistictivamente na turba, escoar-se na correnteza humana das grandes vias publicas, ir sobre a onda no cardume, voar nas azas do enxame, restituir aos movimentos da alma collectiva a pârcella desintegrada mas observando e sentindo, que fino goso espirital(...)” (VIEIRA, 1907, p. 51)

Diz Celso Vieira, em crônica de três páginas da edição de maio de 1907 de *Kósmos*. Quase que com um poema de amor ao Rio de Janeiro, o autor declara todo seu deslumbramento com o aspecto da nova cidade, que para ele “triumpha na belleza das metamorphoses inesperadas” (Ibid., p.49).

Z, também em crônica de *Kósmos*, na edição de fevereiro de 1908, sai em defesa da cidade, da beleza com a qual a sociedade se acostumou. Em discurso dando-se por vencido e afirmando que, na batalha das reformas urbanas, mesmo os perdedores saíram ganhando, encerra: “Decididamente o culto do Bello conquistou as nossas almas depois das expropriações, da abertura do canal do Mangue, das avenidas e do Corso” (Z, 1908, p. 46).

3.4

O espetáculo da Avenida Central: símbolo da modernidade

Março de 1904. Uma multidão (Figura 32) se aglomerava entre as esquinas das ruas Acre e São Bento, para assistir as celebrações de inauguração das obras da Avenida Central. Uma pedra colocada na presença do então presidente Rodrigues Alves, do prefeito do Distrito Federal Pereira Passos e do engenheiro Paulo de Frontin, a partir da Praça Mauá, dava concretude ao momento. Naquele contexto, apesar de todo o ato simbólico, oferecer ao Rio de Janeiro uma via nos moldes das grandes capitais do mundo soava como promessa e dividia opiniões. Como frisou Bilac, em crônica de abertura da edição de *Kósmos* do mês em questão, as picaretas regeneradoras cantavam com alegria, celebrando a vitória da higiene, do bom gosto e da arte. Contudo, por traz do caráter solene e festivo, havia o gemido daqueles que viam suas casas serem condenadas a ruírem abaixo. O cronista afirma que:

“A cidade colonial, immunda, retrogada, emperrada nas suas velhas tradiçõs, estava soluçando no soluçar daquelles apodrecidos materiaes que desabavam. Mas o hymno claro das picaretas abafava esse protesto impotente” (BILAC, 1904, p. 4).



Figura 32 – Foto da cerimônia de inauguração das obras da Avenida Central
 Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 3, mar. 1904, p. 50. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Olavo Bilac sempre foi um entusiasta das reformas. Mesmo quando jogava com palavras que remetiam a dúvida, incerteza ou a um filete de empatia com os populares como na crônica anteriormente citada, encerrava suas linhas com termos como alegria, vitória, esperança. Afinal, era o principal colaborador da revista que se declarava “alheia às lutas políticas”, com o único papel de “propagar belezas para todos os cantos do país” (BILAC, 1904, p. 6). Mas nem toda a imprensa da época demonstrava tal neutralidade de opinião.

A *Revista da Semana*, nas edições de número 148 e 153, explicitava dúvida em relação ao término das obras e principalmente sobre os resultados que tal “melhoramento” traria à cidade, porém sinalizando de forma mais clara sua visão sobre os impactos da medida política. Utilizando-se da força dos traços das caricaturas, o periódico atingia ao grande público mais rapidamente, ao usar o recurso das

ilustrações e sua linguagem ainda mais apropriada. Na caricatura da edição de número 148 (Figura 33), com título *Os Grandes Projectos*, a imagem da Avenida Central, na figura de uma mulher, em cima de entulhos e ao lado do prefeito Pereira Passos e do engenheiro Paulo de Frontin, denota que não só a via, mas também os personagens do desenho eram projetos, cuja completa realização era controversa. Não havia certeza se tais planos se concretizariam: a avenida e a contribuição dos políticos envolvidos. Além disso, na legenda da charge, havia o questionamento sobre qual nova Phoenix renasceria, qual sobreviveria das próprias cinzas, dos próprios entulhos: a avenida, a cidade, os políticos?

Na edição 153 da *Revista da Semana*, a capa traz outra caricatura (Figura 34), também remetendo aos planos e projetos da grande avenida. Sob o título *Reforma ou Anzol*, nela havia a imagem do prefeito Pereira Passos, fazendo reparos em um grande anzol, sob proteção de militares. Na legenda, uma frase de indignação do político, dizendo serem injustas as queixas sobre as reformas. O jogo de palavras que dá título ao desenho expõe a dúvida se tais medidas iriam remodelar mesmo a cidade ou se seriam mais uma isca para ganhar o apoio da população. Os caricaturistas estavam, de fato, captando o sentimento das ruas, reproduzindo a fala popular, delineando feições e utilizando tudo isso como elemento de humor, polarizando assim a atenção dos diferentes grupos sociais.



Figura 33 – Caricatura *Os Grandes Projectos* de Amaro
 Fonte: *Revista da Semana*, ed. 148, mar. 1903, p. 1. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

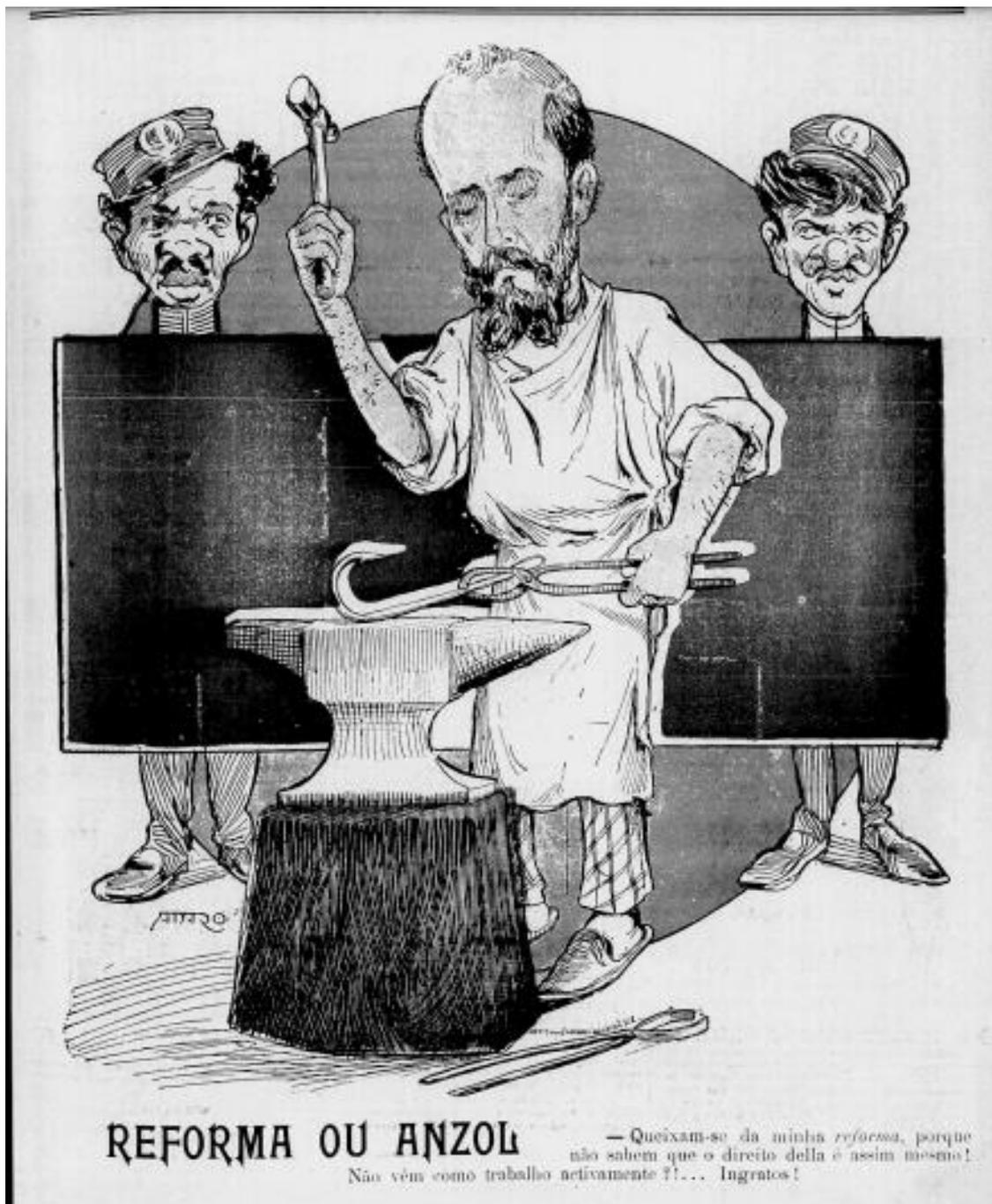


Figura 34 – Caricatura *Reforma ou Anzol* de Amaro

Fonte: *Revista da Semana*, ed. 153, abr. 1903, p. 1. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Promessa ou projeto, o fato é que as obras da *Pulcherrima Rerum* começaram. Expressão em latim que significa *Mais Linda*, ela foi usada por J. C. de Mariz Carvalho, em crônica da edição de setembro de 1904 da *Kósmos*, para dar início a seis páginas de elogios à construção da avenida. No texto, o cronista cita a nova era que despontaria com as ruas amplas e extensas, as múltiplas diversões que acompanhariam as transformações e que também modificariam os costumes cariocas. É o

“processo civilizador”, nos termos de Norbert Elias (2011), com comportamentos sendo moldados, também a partir das preocupações estéticas com o uso do espaço público, que passam a ser mais eficazes, do ponto de vista normativo, com reformas de ordem urbana.

Chamada de “símbolo-mor daquela nova era urbana” (NEEDEL, 1993, p. 62), a Avenida Central cortaria as construções coloniais da Cidade Velha, como um bulevar irrompendo de maneira ampla e retilínea o centro do Rio de Janeiro, em contraste com as antigas “vielas estreitas, escuras e fétidas”. A ordem era priorizar o alargamento das ruas, o aumento da iluminação e da ventilação, o saneamento, a execução de jardins e a edificação de construções em estilo eclético, inspirado na *École de Beaux-Arts* francesa. Como nos lembra Macena (2010), o propósito progressista de emprestar ao Rio uma fisionomia moderna, com o traçado e embelezamento de suas ruas, praças e edifícios, tendo como referência a reforma efetuada em Paris pelo Barão de Hausmann, ia além. Ele se dirigia à normatização, classificação, controle, disciplinarização e normalização dos comportamentos sociais. “O projeto urbanístico de remodelação da cidade inclui o de civilização, de homogeneização das condutas sociais, segundo o *ethos* burguês, moderno e civilizado da época que tem na Europa a referência”, cita a autora (Ibid., p. 21).

De volta à crônica de J. C de Mariz de Carvalho sobre a *Pulcherrima Rerum*, nela, havia a convicção de que as transformações do meio em que vivia a população haveriam de modificar também seus hábitos, “influir sobre o seu character, activar a sua iniciativa, despertar-lhe o gosto do bello, o culto do ideal, o amor que se traduz por actos, não o amor platônico e rhetorico, da terra natal” (CARVALHO, 1904, p.5). Escrevendo para marcar os seis meses de obras da via, o cronista acreditava ser a avenida “o primeiro e mais útil resultado do empreendimento que homens enérgicos e de ampla visão das cousas, tomaram a peito” (Ibid., p.5), já que até então as iniciativas políticas eram da ordem da promessa, do sonho. Olavo Bilac, em crônica de abertura da edição de fevereiro de 1905 da *Kósmos*, refere-se à Avenida como uma “imensa arteria rasgada no coração da cidade...que apenas parecia um sonho absurdo de megalomania, que pouco a pouco se transforma numa radiante realidade...” (BILAC, 1905, p.4). Naquele momento, estava em jogo não só a mudança da imagem interna da cidade, mas a construção de uma imagem de capital cosmopolita da nova República, para consumo externo e captação de investimentos.

O arcaico e o colonial, definitivamente, teriam que ficar fora de cena para a entrada de ações, ou melhor, reformas.

Em edição de fevereiro de 1905 da *Kósmos*, Ferreira da Rosa faz uma homenagem a Pereira Passos, escrevendo duas páginas dedicadas a parte de sua biografia. Utilizando-se de expressões como “operando milagres”, “esforço de Titan”, o cronista enaltece a figura do prefeito da capital pela condução da “regeneração material da cidade que de tão feia já se refletia nos ânimos de seus habitantes”. Para Rosa, a crônica nacional não poderia deixar de se referir ao presidente Rodrigues Alves nem suprimir a “sábua escolha” de um prefeito para a capital da República. Para o autor, até a chegada desse governo, haviam-se apagado todas as esperanças de uma regeneração material da cidade.

“O Dr. Pereira Passos operou o milagre da transformação: corrigio hábitos grotescos, e substituiu ruas hediondas por outras bellas, inteiramente novas. Os cariocas estão mudando de cidade, sem mudar de território... A população transita, a Cidade permanece. As gerações passam, a urbs é eterna...A obra do Dr. Pereira Passos, dando energia e actividade sem exemplo á transformação da capital da Republica é de benemerencia e de abnegação. Nunca, nesta terra, ninguém produziu o que elle tem produzido em vinte e seis mezes de governo” (ROSA, 1905, p.32)

Araújo (1993), em seus estudos sobre o processo de transformação de império para república no Brasil, destaca essa estreita relação dos acontecimentos de uma capital federal com aqueles que vivem nas cercanias do poder. A multifuncionalidade de uma capital implica também no desempenho do papel de protagonista no cenário político, ainda que refletindo de forma imperfeita ou incompleta a imagem da nação. E sua característica mais marcante é a de formadora de opinião. “A capital torna-se não apenas uma autoridade para os que determinam a mídia, com para aqueles que vivem exercendo ou em contato estreito com quem toma decisões” (ARAÚJO, 1993, p. 27). A construção da Avenida Central foi causa e consequência de um grande projeto político, que deu destaque ao Governo Federal e a lideranças locais. Mas principalmente trouxe à elite uma certa credibilidade, segurança e estabilidade, condições desejadas para o exercício da engenharia política na sede do poder. Sob o título de *Renascimento*, Gil abre sua crônica da edição de maio de 1905 da *Kósmos* destacando que o povo brasileiro sempre desconfiou das promessas dos governos. Quando apresentado o “grandioso programa do então presidente Rodrigues Alves”, a atmosfera era de total incredulidade. Para o cronista, eram as

obras, em sua concretude, as representantes de tamanha força do renascimento nacional.

“As obras do Rio de Janeiro ahi estão visíveis, palpáveis na sua estructura de rocha, documentando irrecusavelmente, em um dos departamentos de governo, esse esforço fecundo. A placa commemorativa pregada no segundo bloco do caes novo vale por um recibo passado pela Capital, em nome do paiz, aos compromissos tomados pelo snr. dr. Rodrigues Alves...Entramos positivamente em uma vida nova; e o governo vigente fechou de facto, o cyclo da contemporização com a rotina, como o do marechal Floriano fechou o da condescendência com a rebellião(...)O que sabemos é que nenhum outro soube até aqui imprimir ao trabalho um tão fecundo movimento, nenhum transformou tão habilmente um facto administrativo em uma causa de expansão social, nenhum se notabilizou pelo modo por que operou a remodelação material e moral de uma cidade pelo contagio de uma avenida resolutamente rasgada...Renasceamos” (GIL, 1905, p. 25).

Quando o assunto era Avenida Central, tudo era grandioso. O empréstimo feito pelos ingleses foi da ordem de oito milhões e quinhentas mil libras. A via tinha 1.800 metros de extensão e 33 metros de largura. Em seu eixo principal, foram plantadas 53 árvores de Pau Brasil, em refúgios de cinco metros de comprimento por dois metros de largura. Os postes de iluminação elétrica tinham três focos cada um, grande novidade na época. Cerca de 300 casas coloniais foram demolidas para a construção dos novos edifícios, cujas fachadas foram escolhidas por concurso. Alguns dos jurados foram o próprio prefeito Pereira Passos, o engenheiro Paulo de Frontin, Lauro Muller, ministro da Viação e Obras Públicas, e Oswaldo Cruz, diretor-geral da Saúde Pública. Além de edifícios do governo, ergueram-se, na avenida, jornais, clubes, hotéis e sedes de empresas. O calçamento, em mosaico português, foi feito por artesãos vindos de Portugal. Não foram à toa tantas referências com o uso de palavras em aumentativo e termos que remetiam à órgãos do corpo humano, numa alusão de que a Avenida Central era o elemento que de fato ressuscitaria a Capital Federal. “Toda a vida da cidade pulsava na grande artéria”, disse Gil, em sete páginas de crônica da *Kósmos* (GIL, 1905, p. 36). Lá estava a avenida, ampla, clara, formosa, encorajadora. Transformando por completo a vida da *urbs*. Mais do que uma crônica, Alfredo Lisboa dedica um detalhado relato de oito páginas da edição de novembro de 1904 da *Kósmos*, em que divulga os números envolvidos na obra, as tecnologias utilizadas, esmiuçando os estudos de condição de vento e sol para a construção da avenida. O cronista se utiliza das informações de forma a comemorar um ano de obras “auspiciosamente iniciadas”.

“(...) desde logo se inferia que os seus caracteres tinham de assemelhar-se aos dos boulevards de Paris...vejamos agora as particularidades da exposição aos raios solares quanto edifícios aos que serão construídos ao longo da avenida, e os seus efeitos sobre a própria via, dada a direção desta e tendo em consideração a latitude geográfica da cidade e o movimento aparente do sol...Em um anno de afanoso e incessante trabalho é bem patente o maravilhoso resultado já alcançado” (LISBOA, 1904, p. 39)

Passear pela Avenida Central seria o mesmo que passear pela espinha dorsal do mundo das compras e do lazer dos elegantes, dos negócios e da cultura. No mês de inauguração da via, em novembro de 1905, o fim das obras foi destaque em toda a imprensa do Rio de Janeiro. Enquanto os jornais diários dedicavam linhas com foco no projeto político que foi levado até o fim, *Kósmos* como uma exímia representante das revistas de variedades modernas, com seu papel de construir sentidos, trouxe sua turma de colaboradores para permitir que o Brasil lesse e experimentasse a euforia do momento. “Inaugurou-se a Avenida!”, comemora Bilac, na crônica de abertura da edição 23 de *Kósmos*. Dirigindo frases aos cétricos em relação ao fim das obras, o cronista fala da via como a responsável por colocar fim a tradição do mau gosto e por transformar a imagem do brasileiro.

“Parece um sonho...nos beccos sujos, em que se mantém ainda a tradição do mau gosto e da imundície: afugentou-te a luz da Avenida, horrorizou-te a alegria do povo, fulminou-te o despeito! Ha menos de dois anos, esta chronica registrava o começo dos trabalhos grandiosos, agora coroados, núm triumpho consolador, do mais completo êxito. Onde se vae perdida a nossa fama de povo preguiçoso, amollentado pelo clima e pela educação, incapaz de longo esforço e de tenaz trabalho? Em que outro paiz do mundo se realisou jamais um igual prodigio de decisão e de execução, uma igual maravilha de coragem e de pidez? (BILAC, 1905, p.4).

Ferreira da Rosa também dedica sete páginas para falar da inauguração da Avenida Central como símbolo do fim da imagem de atraso do Rio de Janeiro. Entre fotos (Figura 35 e Figura 36) e termos como “assombrosa conquista” e “novidade inaudita”, o escritor define a avenida como elemento capaz de trazer ao carioca a chance de acreditar que o país teria futuro. Na visão do cronista, era um sonho realizado aos que não tinham o direito de sonhar. Em tom de conversa com o leitor, Rosa pergunta: “Que milagre é este? Será impossível que realmente se faça a Avenida? É possível, sim! Fez-se a Avenida. Eil-aahi está! Eil-aahi está, rehabilitando a Cidade tantos annos vilipendiada pelo máo gosto e pela má fama” (ROSA, 1905, p.30).



Figura 35 - Inauguração da Avenida Central. Todos queriam estar na nova avenida.
 Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 23, nov. 1905, p. 28. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Fama ganharam os participantes diretos do projeto de construção da Avenida Central. O governo em todas as suas instâncias de poder e os engenheiros à frente das obras eram frequentemente citados. Ferreira da Rosa compara a decisão das reformas da capital do presidente Rodrigues Alves com o feito de Pedro Álvares Cabral. Destaca o apoio do ministro da indústria Lauro Muller, a quem chamou de “gênio progressista”, o trabalho executado pelo engenheiro chefe Paulo de Frontin e de sua comissão de obra, formada por Vieira Souto, Francisco Bicalho, Manuel Maria de Carvalho, entre outros.

“O esplendor d’essa Avenida que acabam de entregar ao trafego envolve os nomes desses homens em aureolas que offuscam. Nunca, nenhum administrador, desde que o Brazil é povoado, empreendeu obra tão méritoria; nunca nenhum engenheiro se desempenhou de uma comissão com a rapidez, a certeza e o triumpho agora verificados” (ROSA, 1905, p. 32).

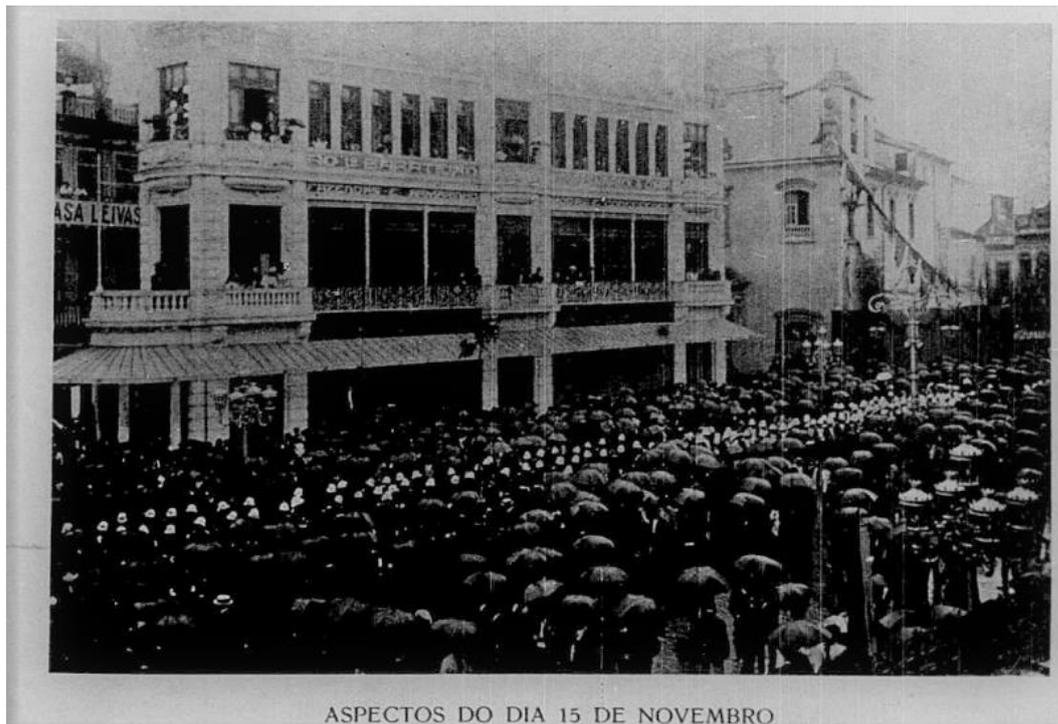


Figura 36 - Inauguração da Avenida Central. A Avenida Central foi um dos grandes símbolos do progresso.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 23, nov. 1905, p. 28. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Alguns elementos da paisagem de vida urbana moderna foram evidenciados com a avenida. O antigo comércio deu lugar às novas lojas no estilo magazines, com fachadas de cristal e mármore, vitrines e interiores elegantes. Na esteira de Neves (1986), Needel (1993), e Sevcenko (1998), Gorberg (2013) ressalta o papel do consumo como uma espécie de fruição, lazer e fonte de satisfação, revestido da aura de hábito civilizado. Estar na avenida era um símbolo de status. Ao falar dos transeuntes que circulavam pelas calçadas, a imprensa apresentava os populares e a burguesia formada pelos novos grupos sociais dominantes – militares, capitalistas, negociantes, cientistas, engenheiros e políticos – utilizando-se de uma certa tipologia. Todos eram classificados segundo sua classe social. E essa experiência de estar nas ruas se incluía na cultura de um *ethos* moderno, de uma modernidade que considerava inevitável a exposição do indivíduo na esfera pública. “Nenhuma pessoa, assunto ou tema poderia ficar fora da observação e do controle social”, citam Oliveira, Velloso e Lins (2010, p. 98). Vale o complemento sobre a ideia de “esfera pública” pensada, em Habermas (2003), como um modelo da sociedade liberal-burguesa. Siciliano (2011) cita tal pensamento lembrando que sua gênese estaria nos espaços de sociabilidade do século XVIII: o café, o clube, as agremiações literárias,

a maçonaria. Segundo a antropóloga, tais ambientes propiciavam o debate, a circulação de ideias e a imprensa, apesar de não ser propriamente um lugar, funcionava também como um agente de propagação dessas ideias. No caso da Avenida Central, era sim lugar de ideias, o qual a imprensa da época usava com tema frequente.

Captando o sentimento das ruas, reproduzindo a fala popular, delineando feições e costumes, as caricaturas que enchiam de humor as páginas das revistas eram propícias na arte de traduzir certos valores da modernidade na Avenida Central. Em edição de número 288, de novembro de 1905, da *Revista da Semana*, há duas grandes ilustrações do caricaturista Bambino sobre o tema. Na de capa, sob o título *A Avenida Calçada* (Figura 37), o veículo traz um casal em que a mulher se questiona se estaria bem calçada para andar na avenida, já que andar descalço era proibido. Entre a elite e as camadas médias emergentes (funcionários públicos, empregados de maior qualificação no comércio, jornalistas, literatos, profissionais liberais que não dispunham de riqueza de nascimento), havia vozes críticas, de dúvida e temerosas sobre os efeitos de tal progresso. Mas “esperava-se que a educação, a ciência e a racionalização, se bem aplicadas, pudessem contornar os efeitos do inchamento das cidades” (SICILIANO, 2011, p. 180).

Reis (2021), em seus estudos sobre ilustrações e caricaturas da imprensa na primeira república, cita que a representação cômica popular e midiática das caricaturas tende a estereótipos, trazendo uma galeria de tipos sociais. O método de análise utilizado por Reis inspira-se no de Stuart Hall (2016), que observa as implicações culturais e políticas na produção das representações sociais. Em traços, ora exagerados ora simplificados, tudo é retratado de maneira estereotipada para depois ser naturalizado e fixado na sua diferença. Na segunda caricatura apresentada na edição 288 da *Revista da Semana*, sob o título *Queixumes* (Figura 38), Bambino traz em destaque a imagem de uma mulher muito alta, elegante, vestida em molde europeu de nome Avenida Central, sendo cortejada e observada por cavalheiros da sociedade carioca. Enquanto que, em segundo plano, apresenta-se a dama chamada Rua do Ouvidor, com semblante triste e esquecida no canto do desenho, reclamando que todos só têm olhos para a Avenida. Era o passado, na figura de ruas que movimentaram a capital até então, ficando para trás e a grande via, protagonizando a cena, como um ícone do novo tempo.



Figura 37 - Caricatura *A Avenida Calçada* de Bambino.
Fonte: *Revista da Semana*, ed. 288, nov. 1995, p. 1. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.



Figura 38 - Caricatura *Queixumes!* de Bambino
Fonte: *Revista da Semana*, ed. 288, nov. 1905, p. 3. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Especificamente sobre a Rua do Ouvidor, vale lembrar que, durante quatro séculos e até aquele momento, era nela que pulsava a vida social carioca. Embora não houvesse, até então, o domínio de uma via sobre outras tão populares como a Rua do Carmo, Sete de Setembro, pela Ouvidor circulavam tanto homens de negócios que iam aos trapiches e aos armazéns como mulheres religiosas para assistir às

missas das igrejas do Carmo e São Sebastião. Por ela passaram a moda, o requinte, a cadeirinha silenciosa carregada por escravos da dama rica do século XVII até o carro ruidoso do século XX. Nela, pôde-se acompanhar novos costumes, vestuários diversos, em seus usos variados, as práticas e as ideias divergentes. Nela, todos paravam, com tempo, para ouvir “maledicências” e novidades.

Na crônica de Gil falando sobre a inauguração da Avenida Central, da edição de novembro de 1905 da *Kósmos*, há não só a história sobre a origem do nome Rua do Ouvidor, quanto a sua importância para a sociedade nos tempos de colônia, quando ainda não haviam clubes, nem jornais, nem cafés. Gil conta que era ao redor da casa do barbeiro da nobreza que se informava a sociedade carioca. “Elle sabia tudo, enfeixava tudo, fallava-se alli de tudo”, cita. Em tom de crítica a certas crenças tradicionais e também aos que eram contra a mudança, ao progresso, Gil caracteriza a nova avenida como “redentora de grande atraso”. Entre a tradição da Rua do Ouvidor e a nova via, que traria boas perspectivas e oportunidades ao Brasil, o cronista não deixa espaço para o passado.

"A Avenida veio desfazer tudo isso.... Toda essa gente teve, com a restrição da rua, a restrição do movimento e da visão; perdemos a capacidade de querer, a noção de aspirar, a confiança de conseguir.... O governo da Republica, para gloria sua e do regime, veio derribar esse espantelho prejudicial, cuja queda exigia apenas um pouco de coragem" (GIL, 1905, p. 37)

Com “saudade lamentosa das tradições”, Mario Pederneiras transforma um passeio de carro pela nova avenida em crônica da *Kósmos* de outubro de 1906, narrando costumes cariocas transformados. Para Pederneiras, o Rio de Janeiro não era mais o mesmo e a avenida era a grande símbolo de sua constatação. No que ele chamou de “viagem civilizadora”, o cronista afirma não encontrar vestígio da colônia.

“Nesse trecho novo da Vida carioca, nenhuma reminiscencia, sequer, d'antanho, do velho Rio que desaparece... A mim, alimentava-me a esperança enlevadora de encontrar, no esquecimento de um uso, de um costume simples, a antigüidade patriarcal da minha linda cidade carioca... Tudo novo; tudo Civilização, desde o feito semi-circular das vitrines, ao estylo arte-nova das frontarias; desde a miúda pedra arabescada do calçamento, á polychroinia estaonteante das pinturas. Tudo novo, de hoje, sem o resquício de um velho habito, nem a reminiscencia de um costume antiquado” (PEDERNEIRAS, 1906, p. 17).

Se por um lado, a nostalgia das tradições por vezes ocupava espaço na imprensa carioca, de outro, a elite que ali habitava ansiava a mudança de modos e

costumes para que deixasse de ser vista como ultrapassada. Se o urbanismo moderno era o responsável por mudar a feição da capital, esses traços cosmopolitas também estimulavam novos padrões de consumo, duas transformações profundamente interligadas. Em seus estudos sobre o consumo e cultura material da cidade de São Paulo na *belle époque*, Oliveira (2009) revela que, na sociedade capitalista e moderna, a cidade é em si mesma objeto de consumo. Para a pesquisadora, é pela observação arguta do *flâneur* que passeia pela cidade capitalista e seus espaços urbanos passíveis de serem “consumidos pelos olhos”, que se elabora a síntese dialética entre consumo e cidade. Alguns anúncios traziam a Avenida Central como chamariz para demonstrar credibilidade e o sucesso de certos comerciantes.

Presente em 46 das 64 edições de *Kósmos*, o que a tornou principal anunciante da revista ao longo da história da publicação (já que nenhum outro esteve em tantas edições), *A Equitativa*, empresa do ramo de seguros, usava suas propagandas para demonstrar credibilidade e foi modelo de representação das mudanças da capital federal. Usando termos “progresso constante”, “prosperidade”, “promptidão”, “presteza”, “seriedade”, numa semântica que denota as dimensões da nova e moderna cidade do Rio de Janeiro, seus anúncios (Figura 39 e Figura 40) ocupavam páginas inteiras do periódico e usavam frases convincentes como “A mais sólida, próspera e bem administrada das sociedades de seguros”; “Agências e sucursais em todos os estados do Brasil”; “Acertada escolha do seguro”; “Eloquencia das cifras é esmagadora”.

Na edição de outubro de 1905, com anúncio em forma de crônica (três páginas com histórico dos sete anos de existência, lista e fotografia dos diretores e ainda descrição dos modelos de sorteio e concessão de prêmio das apólices), a empresa foi uma das primeiras a divulgar presença na Avenida Central. Depois da inauguração da via, o antigo comércio deu lugar às *new stores*, com fachadas, vitrines e interiores elegantes. *A Equitativa* mostrava em foto e registrava sob a expressão “uma das mais acreditadas sociedades de seguros, com sede em bello edificio da Avenida Central” a imagem de opulência e grandiosidade que o período requisitava (Figura 41).

KÓSMOS

A EQUITATIVA DOS E. U. DO BRAZIL

Sociedade de Seguros Mutuos sobre a Vida

* * * * * **TERRESTRES E MARITIMOS** * * * * *

Apolices sorteaveis em dinheiro em vida do segurado antes da terminação do contracto.

A EVIDENCIA DOS FACTOS

Gymnasio Pio Americano—Rio, 20 de Abril de 1904.
A Illustrada Directoria da Equitativa dos E. U. do Brazil.

Venho espontaneamente por meio desta apresentar vos as minhas felicitações pelos esforços que haveis em prego para a Equitativa chegar ao grau de prosperidade em que presentemente se acha, e não hesito em recomendar a todos quantos desejarem utilizar-se dos beneficios proporcionados pelos seguros de vida. Se de ha muito não honresse a Equitativa, merecido a confiança publica, bastaria a minha por que se têm procedido os ultimos sorteios para que ella se tornasse digna de receber as subscrições de todos.

As vantagens que apegão são vantagens reais e, por isso, posso recomendar a nos que della quizerem servir-se como garantia do futuro.

Apresentando vos os meus cumprimentos, honro me em ser de VV. SS.

Amigo, Obrigado e Criado,
Manoel Maria Lobato.

Esta Sociedade resolveu, a bem dos interesses da comunidade, sortear as apolices em dinheiro, duas vezes por anno, em vez de uma só, como até aqui tem feito. Assim proceder-se-á ao sorteo o mes de Maio de Abril e Outubro de todos os annos.

Este resolveção que bem patenteia o progresso constante e firme dos negocios sociais, traz aos dignos mutuários localitavris vantagens, que nenhum seria salutar por serem intuitivas.

Por ella e duplicado o numero de probabilidades que tem a apolice de ser sorteada, pois duplicando fica o numero de sorteios a que terá de concorrer durante o prazo do contracto, necessitando que se até agora para esse fim era impossivel o pagamento dos premios annual, desta data em diante bastará o premio semestral para a aquisição d'esse direito.

Rio de Janeiro, 15 de Abril de 1904.
Illms. Srs. Directores d'A Equitativa dos E. U. do Brazil.

—Presentes—

Amigos e Srs.

Cabe-me o imperioso dever de manifestar a VV. SS. o meu reconhecimento pela promptidão com que me embolsaram da quantia de CINCO CONTOS DE REIS (Rs. 5000000) importância de minha apolice n.º 10.176 lida contemplada no 3.º sorteo annual a que procedeu essa acreditada Sociedade.

Tal presta honra sobre os creditos d'A Equitativa e muito recomenda o seu excellente plano de SEGUROS COM RESGATE EM DINHEIRO, cujos sorteios do interrompem a marcha normal dos seguros.

Assim recebendo eu agora a quantia de Rs. 5000000, fico entretanto, com o meu seguro em pleno vigor, podendo eu a sorte assim o determinar, ainda ser successivamente contemplado nos sorteios seguintes.

Felicitando-me pela escolha que fiz no plano do meu seguro, ainda mais vivamente felicto a VV. SS. pela excellente idea que tiveram com a sua adaptação.

Subscrovo-me vo a maior consideração e apreço.

De VV. SS. Am.º Oiv.º
José Alves de Souza.

Rua da Quitanda, 30.

Até agora **A EQUITATIVA** tem sorteado 25 apolices, na importancia de Rs. 125.0000000, cuja quantia foi paga em dinheiro á vista aos portadores de apolices continuando estas em vigor de accordo com os respectivos contractos.

Pedir tabellas e prospectos na sua séde, e com todos os agentes da **A EQUITATIVA**.

N. 7—RUA DA CANDELARIA—N. 7

* RIO DE JANEIRO *

Figura 39 - Anúncio A *Equitativa* A. Ter seguros era ser moderno, já que era possível controlar tudo, até situações imprevistas.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 4, abr. 1904, p. 55. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

KOSMOS

A Equitativa



é a mais solida, prospera e bem administrada das Sociedades nacionaes de seguros de vida em mutualidade. Sem accionistas, nem incorporadores aos quaes distribua dividendos, todos os seus lucros são rateados pelos mutuarios.

A EQUITATIVA

até a presente data fez:

Seguros de vida na importancia de:

Rs. 63,520.000\$000

Seguros terrestres e maritimos na importancia de:

Rs. 232,600.000\$000.

PAGOU EM DINHEIRO

Apolices sinistradas:

Rs. 2,530.258\$000

Apolices sorteadas:

Rs. 177.000\$000

A apolice resgatavel em dinheiro mediante sorteio, invenção da *Equitativa*, é a mais bella, pratica e util de entre todas as combinações até hoje imaginadas.

Duas vezes por anno, em Abril e Outubro, todas as apolices d'esta classe são sujeitas a um sorteio recebendo os portadores das premiadas em dinheiro e integralmente a importancia total do seguro.

A EQUITATIVA

tem agencias e succursaes em todos os Estados do Brazil e uma Filial em Lisboa, funcionando sob a presidencia do Ex.^{mo} Sr. Conselheiro Julio Marques de Vilhena, Par do Reino e Governador do Banco de Portugal.

7, RUA DA CANDELARIA, 7
RIO DE JANEIRO

Figura 40 - Anúncio *A Equitativa*. Solidez era a principal palavra usada pela seguradora em seus anúncios. Solidez remetia a segurança, controle, certeza.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 20, ago. 1905, p. 3. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

KOSMOS

Do 4º para o 5º anno a Sociedade, já forte e acreditada, empenhou-se numa lucta contra acto inconstitucional do Governo que lhe affectava a integridade; e, sem arredar pé do terreno do Direito, venceu, fazendo emendar o Decreto iniquo.

Os segurados acudiram em maior numero, ainda, depois d'essa campanha moralisadora; a receita elevou-se a 1.530.496\$556, no 5º anno (1901-02); sabindo a perto de 45.000.000\$ os riscos propostos, e a 40.385.051\$114 os seguros realizados.

No 6º periodo 1902-03 effectuou seguros escolhido no valor de, 44.239.209\$520, e pagou 346.819\$300 a herdeiros ou beneficiarios de segurados fallecidos.

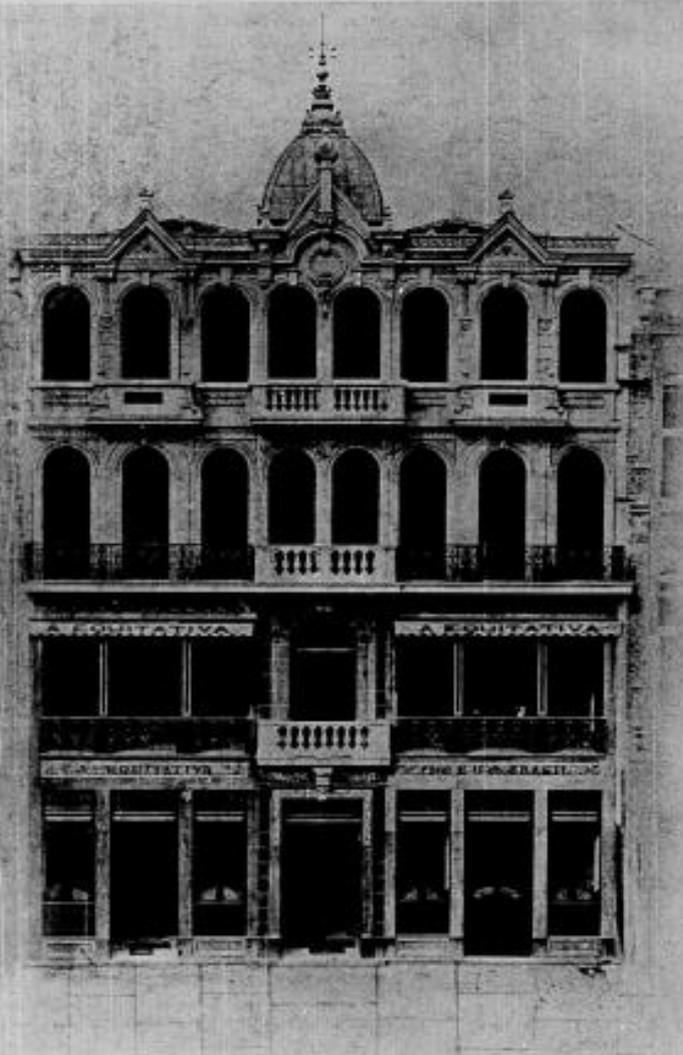
O 7º anno foi assignado pelo estabelecimento da Filial, em Portugal, com uma directoria respeitabilissima, formada pelos maiores vultos financeiros do paiz. O nome do Brazil, do Brazil adiantado, do Brazil previdente, desalagado de abusões e de preconceitos, varou o Atlantico, e foi conquistar no velho reino novos membros para esta Sociedade equitativa, EQUITATIVA chamada.

E, assim, ramificando-se, prudentemente e sabiamente, foi se tornando um colosso a Instituição que para começar nem precisou de dinheiro: o seu fundo foram as contribuições de seus socios!

Hoje, a EQUITATIVA, com sede em bello edificio da Avenida Central, é uma das mais acreditadas sociedades de seguros. Dirigida com acerto, dando passos muito estudados, vivendo uma vida calma e desassombrada, faz seguros de vida, faz seguros terrestres e maritimos, e instituiu ainda ha pouco o seguro de vida e de residencia, novidade e utilidade de incontestavel importancia.

O Rio de Janeiro ufana-se de possuir instituição assim benemerita, exemplo fecundo de previdencia e de irreprehensivel administração.

F. R.



SÉDE SOCIAL

Figura 41 - Anúncio *A Equitativa C.* Para demonstrar solidez, foi uma das primeiras empresas a mudar-se para a Avenida Central.
Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 22, out. 1905, p. 41. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Os anúncios divulgados nos jornais, revistas, escondiam a cidade tradicional das heranças coloniais, expondo e de certa forma conformando, no entanto, as dimensões da cidade moderna e europeizada. Oliveira (2009) em sua pesquisa sobre o consumo e a cultura material na cidade de São Paulo durante a *belle époque*, traz a discussão de que, no capitalismo em formação, a publicidade tem um papel de destaque no projeto civilizador nacional. Para a autora, embora seu alcance tivesse sido um tanto restrito,

“(...) a publicidade nascente em tal contexto marca a passagem de uma sociedade mercantil regulada pela compra e venda de escravos para uma sociedade em que a mão-de-obra é livre e, enquanto tal, também livre é o seu acesso aos padrões de consumo divulgados especialmente pela imprensa” (OLIVEIRA, 2009, p. 170).

Esta relação de reciprocidade existente entre o espaço urbano e o processo de diferenciação social impulsionado pelo consumo contribuiu para uma sofisticação cada vez maior dos produtos e a transformação da Avenida Central num grande *boulevard*.

Alguns tradicionais comerciantes da Rua do Ouvidor, até então local de referência para as compras do carioca, anunciavam presença nesse novo espaço de consumo, lazer e ostentação. A informação tinha destaque, tal como a referência aos nomes dos responsáveis pelas casas, o que dava ao estabelecimento ar de respeitabilidade. Em edição de outubro de 1905 da *Kósmos*, mês antes da inauguração da via, o *1º Barateiro* (Figura 42), especializado em vestuário de crianças, tecidos, armarinho, e a *Camisaria Franceza* (Figura 43) utilizaram destes artifícios.



Figura 42 - Anúncio 1º Barateiro. Os comerciantes “confiáveis” mudaram-se para a Avenida Central.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 22, out. 1905, p. 47. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

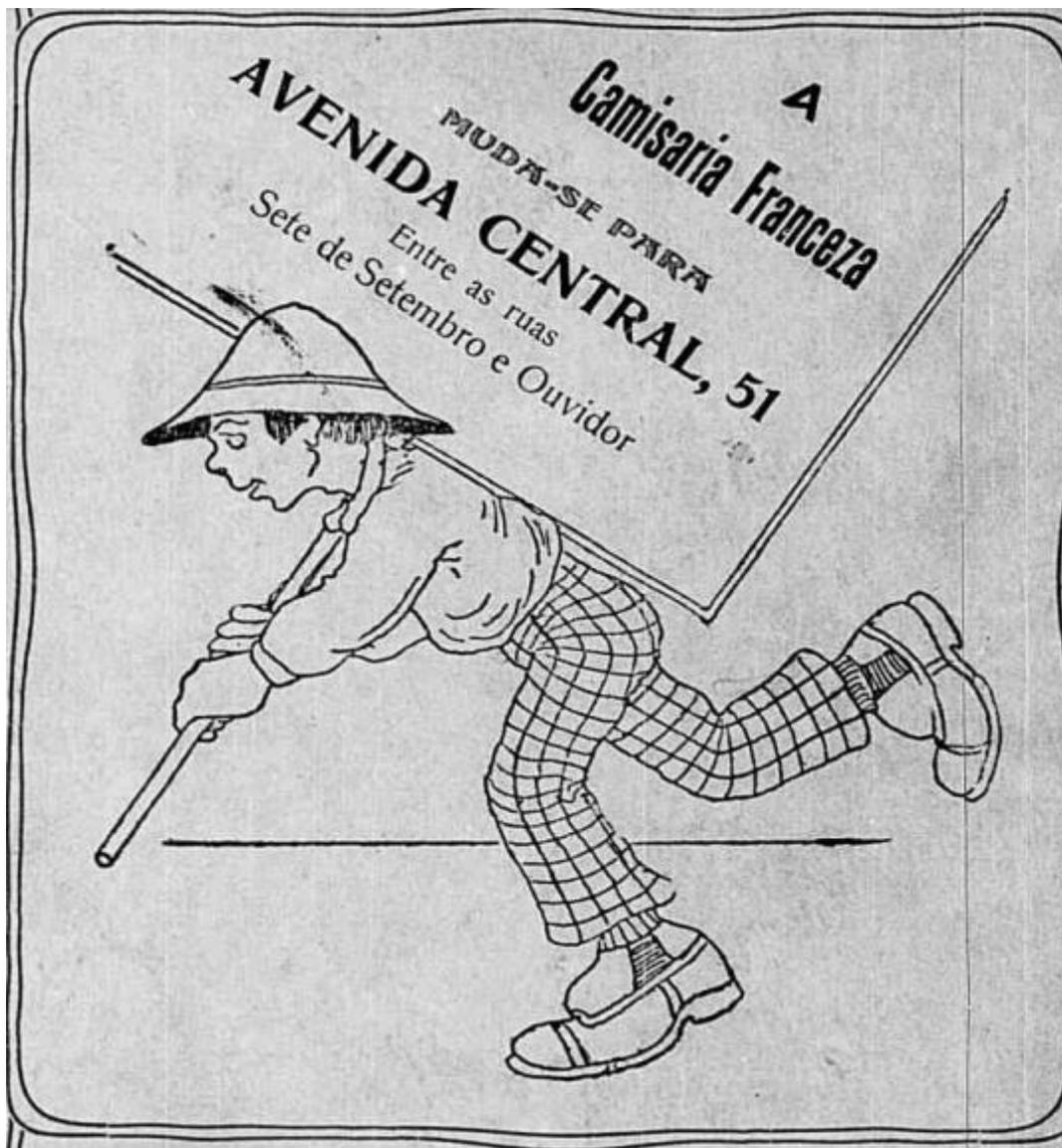


Figura 43 - Anúncio *Camisaria Franceza*. Estar na Avenida era símbolo de status também para os comerciantes.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 22, out. 1905, p. 47. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Na esteira de pensar o papel do comércio e do consumo como espécie de fruição, lazer e fonte de satisfação, revestido da aura de hábito civilizado, Gorberg (2013) trouxe em seus estudos sobre o *Parc Royal* outros artifícios utilizados pelos grandes comerciantes para não perder o bonde da história e estar de alguma forma relacionado a grande Avenida Central. Magazine nos moldes das que faziam sucesso em países centrais do mundo ocidental, como as inglesas *Harrod's* e

Selfridges, as francesas *Bon Marché*, *Samaritaine*, *BHV* e *Printemps*, e as americanas *Macy's* e *Bloomingdale's*, o *Parc Royal* inaugurou loja no novo pólo comercial, e ainda passou a fazer referência a ele inaugurando o que chamou de *Secção Avenida* departamento dedicado ao que havia de mais moderno em todo o mundo.

“Os Armazéns do Parc Royal – Secção Avenida reafirmavam a inclusão da empresa no grupo seletivo do comércio de primeira linha que exibia, agora na Avenida Central, o auge dos referenciais de beleza, requinte, modernidade e civilidade. A Rua do Ouvidor manteve seu comércio elegante, mas o imenso bulevar inaugurado em 1905 desbancou seu posto de único polo comercial mais chique da cidade. Ancorando lojas mais espaçosas, instaurou um novo centro de prestígio para o comércio de luxo, atraindo consumistas e amantes do footing em geral, que celebravam a cultura eurófila exibindo-se nos redutos burgueses por excelência” (GORBERG, 2013, p. 29).

A Avenida Central foi sendo ocupada de ponta a ponta por prédios majestosos que refletiam o máximo de bom gosto existente e exteriorizavam a grandeza do país. O conjunto de edifícios públicos, que foram sendo inaugurados, impressionava: o Palácio Monroe em 1906, a Escola Nacional de Belas-Artes em 1908, o Teatro Municipal em 1909 e a Biblioteca Nacional em 1910 eram alguns dos representantes do projeto urbanístico e arquitetônico do Rio de Janeiro, capital republicana, que com tais recursos reforçava a já rígida estratificação social. “A função de capital serviu de modelo ao projeto republicano voltado para um desenvolvimento urbano que favorecia as camadas mais ricas da população em detrimento das mais pobres”, afirmou Araújo (1993, p. 233). Costa e Schwarcz (2000) também citam a Avenida Central como ícone dos novos tempos do Brasil da primeira república e marco de um projeto urbanístico e político. Para as historiadoras, os edifícios com suas fachadas *art nouveau* feitas de mármore e cristal, os modernos lampiões a luz elétrica, as lojas de produtos importados e transeuntes à francesa faziam da grande via um verdadeiro cartão postal. A imagem de sua sede na Avenida Central usada por *A Equitativa*, em anúncio da edição de agosto de 1908 da *Kósmos* (Figura 44), refletia essa grandeza, além transferir significados de solidez, progresso e modernidade à imagem da seguradora.

Estar na Avenida Central não era símbolo de status apenas para os comerciantes do Brasil. Em crônica de duas páginas da edição de outubro de 1907 da *Kósmos*, S. caracteriza o fato de um comerciante japonês se instalar na nova via da metrópole como “sintoma” do potencial comercial da cidade. O cronista enaltece o interesse dos novos comerciantes, o que também significaria a abertura do Brasil

ao mundo, ao mesmo tempo em que critica as tarifas alfandegárias de produtos importados.

“A fundação de uma casa destinada a vender unicamente produtos dessa bizarra e exquisita industria japoneza... é um facto que precisa ser constatado como symptoma de quanto a formosa cidade do Rio de Janeiro tem progredido nos seus costumes. E, isso ficou exuberantemente comprovado com o que tem sucedido até aqui, tendo a succursal NIPPAKU & COMP., diante de si um futuro grandioso, podendo se transformar no primeiro entreposto sul-americano do commercio japonenez... Outras fossem as condições das tarifas aduaneiras e por preços mais commodos seriam vendidos os artigos japonezes; infelizmente, isso não se pôde verificar por enquanto; os direitos cobrados são tão elevados em alguns artigos, que a perspectiva de prejuízo sendo evidente, só resta sustar a importação dos mesmos, até que as taxas de entrada sejam menos desanimadoras” (S, 1907, p. 49).

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1812418/CA

A Equitativa

DOS

Estados Unidos do Brasil

SOCIEDADE DE SEGUROS MUTUOS

SOBRE A VIDA

Autorizada a funcionar pelo decreto
n. 2245 de Março de 1895

SEGUROS DE VIDA

TERRESTRES E MARITIMOS

Negocios Realizados:

Rs. 200.000:0 0\$000

Sinistro pagos:

Rs. 5.000:000\$000

Fundos de Garantias e Reservas:

Rs. 8.000:000\$000

APOLICES COM SORTEIO SEMESTRAL

EM DINHEIRO

Ultima Palavra em Seguros de Vida

INVENÇÃO EXCLUSIVA DA

EQUITATIVA

Os sorteios tem lugar em 15 de Abril
e 15 de Outubro de todos os annos

Agencia em todos os Estados
da União e na Europa

PEDIR PROSPECTOS

Edificio de sua propriedade

125, Avenida Central, 125

RIO DE JANEIRO



Figura 44 - Anúncio *A Equitativa* D. Depois de mudar-se para a Avenida Central, a seguradora passou a usar como imagem de seus anúncios a fotografia da nova sede.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 56, ago. 1908, p. 2. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Voltando às ideias de Gorberg (2013) sobre consumo e sociabilidade e lembrando a formação e a sobrevivência da Sociedade de Corte com base na diferenciação por meio do dispêndio de produtos de luxo citada por Norbert Elias (2001), fazer compras na Avenida Central também significava distinção social. Era igualmente modo de diferenciação das altas camadas da sociedade carioca, uma vez que a exibição de determinada forma de vestir e se portar em conformidade com códigos estrangeiros era para poucos e representava civilidade. Flanar pelas calçadas de comércio sofisticado, além de preencher o tempo ocioso das senhoras elegantes, as permitia ingressar em círculos sociais hierarquizados. E ainda representava a possibilidade de ver e ser vista, algo impensável já que o lazer da mulher era controlado por regras rígidas de comportamento social que limitavam de forma sistemática sua circulação na cidade.

Araújo (1993) nos lembra que, durante muito tempo, a noção de mulher honesta exigia teoricamente sua reclusão na esfera privada da vida doméstica, o que diferenciava substancialmente o comportamento da mulher das elites daquela do meio popular. “A mulher da elite não deveria sair à rua sozinha, muito menos à noite. A família deveria acompanhá-la, vigiá-la, orientá-la. Qualquer relacionamento pessoal em que a mulher fosse cortejada só poderia ter receptividade se tivesse por objetivo o casamento” (Ibid., p. 110). Porém, o estilo de vida urbano que foi ganhando forma desde o século anterior, mas que nesses primeiros anos do século XX ganhou propriedade na cidade do Rio, passou a acionar outros códigos de sociabilidade e de interação social. Para a mulher de recursos, a moda assume um papel de destaque. Vestir-se bem, com tecidos e modelos franceses, apresentar boa aparência ajudava a conseguir um “bom casamento”, solução de vida desejada pela maioria. O embelezamento torna-se um objetivo fundamental da mulher que queria ver e ser vista, além de agradar.

Em crônica da edição de novembro de 1907 da *Kósmos*, Mario Pederneiras mais uma vez apresenta ao leitor observações que fez durante um encontro com o amigo Luiz Gonzaga, numa “das pequenas mezas de zinco pintado, que modernizam, com aspéctos civilizados de couza europea, as amplas calçadas d'arabescos da Avenida” (PEDERNEIRAS, 1907, p.22). Em duas páginas do periódico, o cronista

compara a beleza da mulher com a beleza das novas ruas, que para ele é fruto da civilização. Do local em que estava, a que chamou de “trecho civilizado pelo vigor do sangue novo daquela poderosa artéria”, podia enxergar e ver belezas que estavam escondidas na sujeira, nas ruas estreitas e escuras da antiga cidade. Interessante destacar que Pederneiras atribui a descoberta da beleza da mulher à construção da Avenida.

“Para mim, sabes a quem a Mulher de hoje deve o realce encantador da sua beleza e da sua elegância? A Rua, aos melhoramentos da Rua. Antigamente, nos apertos do nosso velho beco do' Ouvidor, no círculo dezaírozo do nosso Largo da Carioca, nem eu, nem tu, podíamos ver bem a Mulher, nem ella se nos podia mostrar com a ezigida perspectiva...A beleza feminina pede ruas largas” (PEDERNEIRAS, 1907, p.22)

Na mesma crônica, Mario Pederneiras que sempre utilizou suas linhas para lembrar o Rio antigo, os hábitos e costumes tradicionais, falando com nostalgia do que passou, se rende às transformações oriundas do “processo civilizador que caracteriza a vida moderna, passado a rolo compressor na gestão de Rodrigues Alves” (SICILIANO, 2011, p. 181).

“Abriu-se a primeira Avenida; ajardinou-se o primeiro largo, asfaltou-se a primeira rua, e logo começamos a sentir necessidades de uma Vida nova, ancias de uma Civilização inédita. A Cidade e florava triunfal do seu nojento canteiro de sujeira. Foi quando começamos a notar-lhe encantos, que nos pareciam desconhecidos e falhos de interesse. Abriam-se outras Avenidas; a comodidade macia do asfalto escorreu rápida para outras ruas; vieram os automóveis e os fiacres, e começaram a desaparecer as sobrecasacas. Ajardinaram-se outros largos; marcou-se a altura higiênica do cazario e cuidou-se do plantio das Arvores. A Cidade imediatamente mudou d'aspéto e surgiu para a luz glorioza da Vida nova. A Vida urbana, de dia a dia, seguiu-lhe o rumo modernizando-se e os nossos velhos habitos patriarcais de velha colônia, sofreram o delírio das transformações” (PEDERNEIRAS, 1907, p. 22).

A noção de modernidade da época passava pela reforma no espaço urbano, mas também por remodelar comportamentos, romper com antigos hábitos e costumes, significados como arcaicos, provincianos, atrasados. A Avenida Central permitiu operar as transformações necessárias, não só pela expansão da circulação no espaço público, no mundo do trabalho como vimos em relação às empresas que mudaram para a região, como também pelo lazer e principalmente consumo. A Avenida auxiliou na normalização de novas condutas, legitimou inovações, ditou modos e modas, organizou o compasso dos tempos modernos.

3.5

A euforia carioca de um projeto de nação

Novo século, novidades científicas e tecnológicas despontando em capitais como Londres, Paris, Berlin. A indústria se consolidando no ocidente, o comércio mundial pujante e o Brasil na cruzada de conseguir seu lugar entre as grandes nações. Num tempo histórico de menos de 80 anos, houve mudanças políticas importantes que asfaltaram o caminho para que o país e a capital Rio de Janeiro entrassem nos anos 1900 com mais confiança em seu projeto republicano. Em 1808, com a transferência da família real portuguesa para o Brasil, o Rio, sede do Vice-Reino desde 1763, tornou-se sede da Corte, atraindo investimentos econômicos, beneficiando-se de serviços essenciais e de desenvolvimento de caráter social e cultural. Houve sim surtos de industrialização na segunda metade do século XIX, mas que não modificaram a feição colonial da cidade, vinculada à economia agrário-exportadora. Veio então a Proclamação da República, regime que sob o ponto de vista das forças políticas e de domínio de poder pouco alterou tal configuração, mas que segundo Araújo (1993) foi o grande divisor de águas no processo de transformação urbana e de identidade cultural carioca. O Rio de Janeiro tornou-se capital e era preciso honrar a escolha ostentando mais que o título.

Neves (1992), em sua reflexão sobre essa temporalidade e sobre o Rio de Janeiro - que na visão da autora era palco e capital da ordem e do progresso, “utopia dos homens que então davam forma e direção ao novo” -, nos traz a ideia de “capitalidade”. O conceito extrapola a noção de "cidade capital" normalmente tematizado pelo senso comum que identifica a "capital" meramente como um centro político e administrativo. Para Neves,

“Certamente seria falso supor que as alusões constantes ao país como um ‘reflexo natural’ de sua capital eram imediatamente percebidas e decifradas pelos contemporâneos, fossem eles os (poucos) leitores dos cronistas da época ou fossem a multidão dos que circulavam pelas ruas da cidade. São, no entanto, indícios, na perspectiva apontada por Carlo Ginzburg, do sentido aqui atribuído à ideia de capitalidade da cidade do Rio de Janeiro da virada do século para a construção da ordem como progresso” (NEVES, 1992, p. 4).

Era difícil a convivência entre o projeto de nação republicano, que vendia uma imagem de modernidade e a lembrança recente do, entre outras permanências, sistema escravocrata por exemplo. Mas, após um período de depressão econômica,

equilibraram-se as finanças dos países centrais do mundo e o resultado foi um clima de otimismo que saía da economia e ganhava a cultura, os costumes e a moral. Euforia que também chegou ao Brasil. Como já demonstrado em grande parte deste estudo, as reformas urbanas no Rio de Janeiro aconteceram, apesar de toda a incredulidade da sociedade e dos controversos benefícios que não atingiam a todos do mesmo jeito. Elas não foram um investimento político e financeiro em vão; foram um passo importante no projeto do país. Mais uma vez, é importante dar luz à ideia de “capitalidade” de Neves (1992).

Com o conceito, a historiadora nos auxilia na compreensão do significado da cidade em relação ao projeto de ordem associada ao progresso que a recém inaugurada república se esforçava por construir. Fazendo analogia do historiador com o relojoeiro, Neves (1992) usa o termo “mostradores” (aquilo que se divulga e discursa) e o “engrenagens” (o que está de fato por traz do que se quer fazer crer). No mostrador, estava a capital do progresso, uma cidade moderna. Nas engrenagens, um Brasil muito diverso e diferente do que se mostrava na imprensa ilustrada, uma República que se pretendendo tão renovadora ficou percebida como “velha”. Para a autora a definição de uma cidade enquanto capital não é um dado, mas uma construção. Simbolicamente, o Rio de Janeiro do início do século exercia a função de microcosmo do país que se queria construir. Uma “alegoria de poder” (ARGAN, 1904 apud NEVES, 1992, p. 5), ou seja, cidades reformuladas, que assumem uma dimensão de representação de um projeto, no caso, nacional. Deixam de ser cidades fechadas para se apresentar enquanto organismos abertos e articuladores de uma dada ideia do todo. Ao mesmo tempo, abrem uma nova perspectiva, orientada para o futuro. O Rio de Janeiro era uma alegoria da ordem e do progresso.

As revistas ilustradas que são aqui objeto de estudo, em seu papel de traduzir em pequenos recortes retratos da sociedade e cultura urbana que despontavam nas grandes cidades do mundo, traziam textos, notas, colunas, partituras, crônicas, fotos, anúncios de assuntos variados e de interesses diversos, que conformavam uma nação cosmopolita. Seu conteúdo, com imagem, ilustrações e cor, tinha total aderência ao novo *ethos* urbano, ao estilo de vida do circular pelas ruas, do observar novidades, a um comportamento social distinto, um novo modo de compreender o mundo. *Kósmos*, que acompanhou de perto toda a transformação de ordem de infraestrutura urbana e de costumes do Rio de Janeiro, a partir da inauguração das obras como a da Avenida Central, passa a destacar em suas edições toda a euforia

da utopia da ordem e do progresso, informando ao leitor sobre conferências, eventos sociais e políticos, inaugurações de monumentos, estátuas, além de dar voz ao início do que parecia ser uma reação à influência europeia no Brasil.

Inseridas no sistema cultural da época, essas publicações eram porta-vozes da modernidade, das novidades ansiadas por um público ávido por um novo estilo de vida, que incluía uma vida social mais intensa em contraponto com o novo sentido de trabalho na ótica do capitalismo. Simmel (2005) produziu argumento similar ao falar do impacto do progresso nas grandes cidades da Europa, observando que a pessoa moderna compensava a uniformidade produzida na divisão de trabalho pela mudança cada vez mais apressada e variada das emoções. Divertimentos, passeios, encontros, reuniões sociais levavam estímulos que se contrapunham ao novo regime laboral alienado das indústrias e departamentos públicos (Singer, 2004). Para Simmel (2005), os elementos negativos e duais, antagônicos, díspares, conduzem a um papel inteiramente positivo na configuração social, também são formas de sociação, muito embora possam causar estragos em relações particulares.

A nova capital federal convidava o *homo urbanus* a se exibir no espaço público, a ver e a ser visto nas vias remodeladas. Como apontou Siciliano (2011), a Avenida Central convidava o cidadão à sociabilidade e ao *vouyerismo*. Eram renovados hábitos de lazer e novas preferências, expressões simbólicas que mais do que as condições econômicas demarcavam posições sociais e traduziam assim um novo estilo de vida (BOURIDEU, 2007). Olavo Bilac, em crônica de agosto de 1907 de *Kósmos*, narra o que se transformou a vida social dos mais abastados do Rio de Janeiro, ao dar exemplo da rotina de festas de um amigo. Frequentar eventos sociais era ser moderno. Almoços, jantares, exposições, chás, teatros, piqueniques, clubes, jogos de pôquer, bailes e o trabalho no escritório eram “compromissos da semana”, listados por Bilac.

“As corridas, as regatas, o corso, os almoços, os jantares, as recepções, o teatro, os bailes, juntem tudo isso, e vejam que torvelinho, que redemoinho, que maelstromm! é o delírio do divertimento! é a exasperação do prazer, é o assanhamento da folia!...Console-se, meu caro! é a vida de toda a gente elegante do Rio nestes meses de inverno. Também me queixo do mesmo mal, e não sei como resisto a tanta festa!” (BILAC, 1907d, p. 3).

Quarenta e oito conferências. Esse é o número de eventos do mês de setembro de 1907, divulgado também por Bilac, em crônica da edição 45 da *Kósmos*. Era a boa fase do Rio de Janeiro, com a capital se abrindo para o mundo, participando de

eventos internacionais, marcando presença e se equiparando as das nações do velho mundo, como disse o mesmo cronista em edição de julho de 1907 do periódico.

“(...) Estamos sendo prodigiosamente felizes. É possível que as condições de cada um não tenham melhorado; porque, seguramente, a este grande progresso material, que tem havido, não correspondeu um aumento de trabalho e de salário e, porque, positivamente, a vida individual está ficando cada vez mais dura, mais difícil e mais cara. Mas a vida coletiva da nação melhorou extraordinariamente...Desabou, desmoronou-se, ruiu por terra a muralha chinesa dentro da qual vivíamos emparedados, desconhecidos do mundo. Deixámos de ser um zero na tabeliã humana. Somos hoje um valor positivo, com o qual já é preciso contar” (BILAC, 1907, p. 3).

Nas mesmas páginas da edição 43 de *Kósmos*, o literário exalta a vinda da agência “Cook” inglesa para o Brasil, trazendo turistas de todo o mundo para visitar o país. Para Bilac, tal fato demonstraria claramente o interesse e a curiosidade do mundo nas terras da antiga colônia e cada um dos turistas passaria a ser porta-voz da beleza e civilidade da capital federal.

“Quer dizer que essa gente já ouviu fallar com enthusiasmo da nossa terra...Cada um desses visitantes, será, por sua vez um anunciador gratuito da belleza e da civilisação do Rio de Janeiro e do Brazil...O que é certo é que a cidade já nos não envergonha, como nos envergonhava” (BILAC, 1907, p. 3).

Naquele momento da história, parecia estar se consolidando o projeto de Nação tão planejado pelos republicanos. Embora fosse mais restrito às grandes cidades, pois ainda coexistiam dois Brasis – o que aspirava ser moderno, o dos funcionários públicos, empregados de maior qualificação no comércio, jornalistas, literatos que se atualizavam pelos jornais, reuniam-se nos cafés para discutir as ideias e novidades do século; e o outro, dos fazendeiros, ainda muito parecido com o da época da colônia, agrário, isolado e conservador –, havia um sentimento de que era preciso reconhecer certos avanços. Ao menos, a moral estava elevada. E o Brasil precisava demonstrá-la ao mundo. E o discurso nas crônicas de *Kósmos* era o de dar credibilidade ao novo momento político, a uma “animada nação no invencível desejo de progredir”, como afirmou Bilac, em duas páginas da edição de agosto de 1906. Sua crônica tinha como temas principais a Festa Veneziana, realizada no bairro de Botafogo, e a Terceira Conferência Americana, também no Rio. Porém, virou uma clara defesa a grupos políticos, como o do Barão do Rio Branco e seu ministério das relações exteriores, e uma declaração de orgulho ao país.

“(...) não ha Veneza nenhuma que se possa comparar ao Rio de Janeiro!...”Porque a verdade é que a nossa grande festa deste anno tem sido uma festa moral...pela civilização perfeita sem orgulhos e sem espaventos, sóbria, modesta, e generosa, que temos mostrado aos que nos visita... sabia politica diplomatica, de previsão e de expansão, iniciada e mantida pelo glorioso brasileiro, ao qual, para orgulho e felicidade do Brasil, foi confiada a pasta das Relações Exteriores...chegámos quasi a acreditar que podíamos viver e prosperar num isolamento absoluto, separados do resto do mundo por uma alta e espessa mural ha de tolo desdém, de ridícula vaidade, e de preguiça torpe... Hoje, a situação é outra e consoladora. Não somente readquirimos a importância politica, que tínhamos durante o império, como ganhámos nova força e nova consideração, pelo brilho das victorias diplomaticas que nos facilitou o talento de Rio Branco. E já não é somente na America que o nosso nome brilha, respeitado e amado: toda a Europa comprehende que uma nova nação, de incalculável energia, se levanta agora aqui, animada do invencível desejo de progredir” (BILAC, 1906, p. 3).

Nesse momento, mais do que em anteriores, era preciso dar valor ao Brasil, superar contradições. Afinal, vivia-se em harmonia com a civilização e o progresso mundiais. Era a *belle époque tropical*⁸ que dera sinais de estabilidade para uma vida social e urbana elegante e que, após as reformas, deveria se traduzir em valorização de elementos nacionais, como os produtos brasileiros, a música, a cultura do país. *Kósmos* abre espaço para a discussão de aspectos distintos da contradição entre valorizar a Europa e defender o Brasil. Em crônica de junho de 1906, Bilac critica a falta de gosto da sociedade carioca ao mesmo tempo em que faz duras acusações à burguesia por só valorizar a arte que vem de fora. Ao encontrar com representante da elite do Rio em espetáculo de teatro francês em cartaz na cidade, o cronista sente-se incomodado e divide com o leitor a conversa que teve com quem ele chamou de “escravo do chic e da França”.

“Encontrei um d'esses snobs no buffet do Lyrico, num intervallo de Ma Cousine, e interroguei-o: Então? admirável, não? Elle torceu o nariz, e disse: Sim! admirável...mas eu já ouvia Réjane em Paris, e, francamente, lá... ella é uma actriz muito melhor! Como? muito melhor? —perguntei,espantado. —Mas se a actriz é a mesma, se o repertório é o mesmo, se a trotpeé, mais ou menos, a mesma...Sim! — murmurou elle — mas, aqui, falta á Réjane alguma cousa: falta-lhe a athmosphera de Paris,-falta-lhe o espirito de Paris, falta-lhe a civilização de Paris, falta-lhe o chic de Paris! Ah! meu amigo! Paris é tudo! em Paris, tudo é bom! em Paris, até a lama das ruas tem bom cheiro!... Creia que a Réjane só deve ser ouvida em Paris” (BILAC, 1906, p. 5)

Sobre o que pode ser visto como um fenômeno cultural antagônico de valorizar o que vinha de fora e desenvolver o hábito de prestigiar o Brasil, este também

⁸ Termo cunhado por Jeffrey D. Needell para classificar o período de relativa tranquilidade política e econômica no Brasil, com a subida ao poder de Campos Sales, em 1898, sob a égide das elites regionais.

provocou impactos na indústria e no comércio. Apesar de a economia ser orientada para a exportação de produtos agrícolas, é nesse período que a indústria, embora marginal, começa a se desenvolver, mais fortemente em algumas regiões do país como São Paulo. E inspirar-se em produtos europeus e até mesmo comparar com que era produzido fora passou a ser prática comum nos anúncios dos fabricantes e comerciantes nacionais.

Até o início do século XX, para a elite brasileira, adquirir produtos importados era a ponte para a equiparação à burguesia industrial europeia e passaporte para demonstração de um status superior (GORBERG, 2013). Mas com o ideário republicano de colocar o Brasil na agenda do comércio mundial e as profundas transformações ocorridas na capital do país no início do século XX, a publicidade também passa a dar destaque ao produto nacional, com frases como “rivalisa com marcas estrangeiras” (Figura 45), “premiada em Pariz, a primeira de todo o mundo no gênero, material e trabalho de 1ª ordem” (Figura 25), “o mais saudável clima do Brazil e os mais belos panoramas do mundo” (Figura 46). Afinal, a publicidade, desenvolvida paralelamente à evolução do mercado urbano, é estratégia cujo objetivo não está somente na venda de produtos, na atração de seus receptores, dirigindo-se a eles, falando deles, mas na transmissão de mensagens e na aspiração de um novo valor moral.

KÓSMOS

A CERVEJARIA BRAHMA

Recommenda suas marcas especiaes:

Bock-Ale e Brahma Porter

UMA DAS MAIS NUTRITIVAS CERVEJAS DO MUNDO



A analyse n. 13.676 do Laboratorio Nacional, e os attestados tanto de particulares como de summidades medicas, provam que a **Brahma Porter** rivalisa com as melhores marcas estrangeiras, sendo especialmente recommendada para doentes do estomago, convalescentes e senhoras no periodo da amamentação.

* * * * *

FABRICADA EXCLUSIVAMENTE COM CEVADA E LUPULO DE 1ª QUALIDADE

* * * * *

Telephone N. 111 Caixa N. 1205



GEORG MASCHKE & C.

140 e 142, Rua Visconde de Sapucahy, 140 e 142

RIO DE JANEIRO

Figura 45 - Anúncio *Cervejaria Brahma*. A indústria brasileira investe na rivalidade com as estrangeiras, ainda que houvesse grande valorização de tudo o que vinha de fora do país. Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 4, abr. 1904, p. 56. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.



Figura 46 - Anúncio *Hotel Hygino*. O hotel informa possuir melhor panorama do mundo. É o início de um processo de valorização do que é nacional.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 33, set. 1906, p. 2. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

COMPANHIA CERVEJARIA BRAHMA

AGENTES EXCLUSIVOS
EM S. PAULO
Gonçalves & Guimarães
CHURUTARIA CARILCA
RUA DO ROZARIO, 23

As mais afamadas marcas de cerveja são:

BRAHMA-PORTER



BOCK-ALE



BRAHMA-PORTER



TEUTONIA

CERVEJA MEDICINAL
igual a
STOUT INGLEZA
dá appetite, saúde e vigor

Alimento em fôrma líquida

PREMIADAS COM AS MEDALHAS DE ORO



Exposição Artística Industrial
Flammarac - 1900

CAIXA DO CORREIO 1.205
TELEPHONE 111



Exposição Universal de S. Luiz
1904

Figura 47 - Anúncio *Cervejaria Brahma* B. Produtos nacionais passam a ser comparados com os estrangeiros.

Fonte: Revista *Fon Fon*, ed. 1, abr. 1907, p. 36. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

“O Rio Civilisa-se!”, destacou com entusiasmo Mario Pederneiras, ao escrever sobre os novos hábitos do carioca em crônica da edição de maio de 1908 da *Kósmos*. A civilização estava no centro da capital federal! Assim a imprensa

divulgava, a burguesia aspirava e como o Rio de Janeiro era percebido pelos que vinham do interior do país, por possuir formas específicas na organização geográfica de seu espaço e na forma de interação entre os seus habitantes. Configuração típica das grandes metrópoles da época, nele coexistiam grupos plurais, com múltiplos modos de ver e interpretar o mundo (Velho, 2003). Os imigrantes, por exemplo, grupo que contribuiu para o acelerado crescimento populacional da capital nesse período, eram um desses. Em função de sua familiaridade com as novas máquinas e técnicas industriais, chegavam para ocupar lugar nos postos de trabalho oferecidos. Além de experiência e força de trabalho, traziam na bagagem fortes tradições. A princípio isolados, resistiam a assimilação da cultura brasileira, mantendo-se fechados e formando o que F. G. Schmidt chamou de “estado no estado”. Em crônica de julho de 1906 de *Kósmos*, em referência a preocupação com uma nova forma de “colonização” dos brasileiros, Schmidt tece elogios ao Brasil e defende a vinda dos imigrantes na condição de que valorizassem a cultura brasileira.

“É um facto inconcusso que o Brasil é um paiz cosmopolita. Vemol-o agora assim, n'uma escala relativamente pequena, porque a grande corrente immigratoria ainda não começou verdadeiramente. Mas o caso é que mais dia, menos dia, seremos eminentemente cosmopolitas. Os agrupamentos isolados, distintos, separados, formando uma espécie de estado no estado, não podem vingar entre as nações livres da livre America...não podemos nem devemos ficar inactivos...No sul da Republica, onde a immigração vai-se tornando mais densa, vemos o caso interessante do immigrante resistir deliberadamente a assimilação; conservando e transmittindo aos filhos as suas idéas de exclusivismo, e, o que é mais triste, menosprezando e não raro diffamando as coisas nacionais...Sim: a Historia do Brasil não pôde retrogradar!” (SCHMIDT, 1906, p. 17).

A efervescência do Rio de Janeiro do início do século vigorava criando uma necessidade de aliança com o progresso da nação. Para isso era preciso romper em definitivo com o domínio e a dependência do Brasil aos países europeus. Opiniões como a de Joaquim Viana, funcionário do Itamaraty à época, somavam a de muitos grupos que defendiam uma reação ao que Vianna chamou de “influência intelectual”. Em três páginas da edição de dezembro de 1908 da *Kósmos*, no intuito de divulgar a fundação da Sociedade Brasileira de Estudos Alemãs, o colaborador se utiliza da influência dos periódicos para acusar brasileiros de não prestigiarem tudo aquilo que representa a cultura brasileira.

"Consultae ao accaso um brasileiro ou um portuguez e vereis que a litteratura do seu paiz não tem para elle prestigio algum, ella está abaixo de qualquer uma

outra...Sentireis na resposta o desdem pelo que é nosso e a admiração embasbacada por todas as cousas que publicam em Pariz" (VIANNA, 1908, p.24)

Sem se dar conta de que o espaço da imprensa aberto às suas críticas, desde sua fundação se intitulava “revista nos moldes das europeias”, Joaquim Vianna era personagem símbolo de grupos sociais interessados no sucesso do projeto de cidade-capital, de um Brasil civilizado, que se perdia entre valores morais arraigados e ideais de mudança. A própria constituição da metrópole contemporânea está associada a modos específicos de recortar e construir a realidade, como apontou Gilberto Velho (1995), em seus estudos sobre estilo de vida urbana e modernidade. Grupos sociais distintos, com interesses e percepções distintas dessa realidade recortada, emergem num duelo de forças que repercute em todo o sistema de relações sociais.

A identificação cultural europeia, adotada pela elite carioca e que passou a ser alvo de críticas e motivo para defesa do projeto-nação, era associada também ao culto às mercadorias estrangeiras. O valor dos objetos não residia apenas no seu uso, mas no que representavam socialmente. E comprar determinadas mercadorias seria, de certa forma, adquirir um passaporte para o ingresso na esfera aristocrática. “A vida elegante, identificada com padrões nobiliárquicos, havia sido corporificada nas mercadorias à venda nas vitrines” (GORBERG, 2013, p. 46).

Como veremos no próximo capítulo, o desenvolvimento material também foi símbolo do progresso e da modernidade à brasileira.

4

Objetos que expressam a modernidade carioca

Uma forma de se pensar a modernidade carioca é associar o moderno com a reforma dos costumes, como já discutido anteriormente. A outra forma é pensar modernidade sob o âmbito dos progressos materiais da cidade do Rio de Janeiro, com as melhorias urbanas, com a configuração material da capital federal. Percebido como expressão de civilidade pela sociedade, principalmente aquela com amplo acesso ao consumo, o desenvolvimento material se expandiu consideravelmente no período estudado nesta tese. Lidar com objetos permitia não só acostumar-se como compreender a mudança que ocorria em diversos aspectos. Como diz Grosz (2009), não podemos deixar de perceber o mundo em termos de objetos. Encontramos os objetos como recurso para agir, viver e também para deixar rastro nas coisas. E, no contexto dos primeiros anos da República no Brasil, os objetos mediam a relação dos indivíduos com aquele “novo mundo”, de forma a entendê-lo, aspirá-lo e assimilá-lo.

“A coisa é uma imposição esboçada que fazemos em regiões específicas do mundo, para que essas regiões se tornem compreensíveis e facilitem nossos propósitos e projetos, mesmo limitando e localizando-os. As coisas são a nossa maneira de lidar com um mundo em que estamos mais enredados do que sobre os quais temos domínio. A coisa é o compromisso entre o mundo como é em sua multiplicidade abundante e interminável” (GROSZ, 2009, p. 126).

A industrialização causou grandes mudanças na vida das cidades dos séculos XVIII e XIX (DE DECCA, 1990). O imenso custo da construção e manutenção das fábricas permitiu a ascensão do capitalismo e cidades tornaram-se grandes centros financeiros, ao mesmo tempo em que evidenciaram problemas como crescimento populacional acelerado, pobreza, falta de instalações sanitárias adequadas e poluição. Cidades recebiam e se adaptavam aos mais diversos grupos que se formavam diante da mobilidade social.

A multidão era composta de figuras das mais diversas: operários das fábricas, trabalhadores dos escritórios, que contavam os passos à espera do horário do trabalho, os carregadores que corriam de uma rua a outra, as lavadeiras com suas trouxas de roupa, os carteiros de porta em porta. Todos disciplinados por aquele que naquele momento ditava o ritmo das atividades: o tempo. Quanto mais

aglomerado era o povo nas cidades, mais isolado o homem se sentia, misturando-se em meio à sujeira e o mau cheiro. É nesse contexto da Inglaterra da segunda metade do século XIX que o filósofo e sociólogo Wiebe E. Bijker fundamenta seu estudo sobre a construção social da bicicleta de roda alta, especificamente em West Midlands, Reino Unido. Estudo este que inspirou boa parte das análises desta tese, por isso vale fazer referência a ele antes das observações feitas a partir dos objetos associados ao moderno da capital federal do início do século XX.

4.1

A ideia de construção social de objetos

Wiebe Bijker (2009) é um filósofo e sociólogo holandês que vem dedicando sua pesquisa com base no modelo chamado SCOT (Social construction of technology). O principal argumento é que todo progresso científico e tecnológico, desde ideias como a inovação e seus aparatos tecnológicos, é construído socialmente. O governos e empresas têm seu papel, mas é preciso levar em consideração como a sociedade percebe progresso científico e técnico e representar principalmente como se dá toda a complexidade de interações entre os diferentes grupos sociais com tais modernidades.

No seu artigo *King of the road: the social construction of the safety bicycle* (2009), Bijker fixa a teoria de que a construção social de objetos se dá a partir da experiência de grupos sociais com os mesmos. Em outros estudos, mas em especial nesse, o sociólogo reforça a ideia de que a bicicleta, artefato considerado inovador à época de sua invenção, não seria o que é hoje sem cada um dos estágios ao longo da história da sua presença e influência na formação da sociedade. Bijker narra os termos e as associações feitas ao objeto, como foi vista e avaliada por diferentes grupos sociais, por usuários e não usuários de diferentes tipos. Especificamente no artigo de 2009, Bijker estuda a bicicleta de roda alta, quando da sua aparição na cidade de Coventry, no ano 1870. Ele analisa as diferentes percepções, descrevendo termos como “perigosa” feitos por não usuários, ao mesmo tempo em que descreve a observação dos usuários como “elemento arriscado”, encontrando neste aspecto de “aventura” o que os atraía para o uso do novo objeto.

A bicicleta é única no sentido de sua versatilidade e usada por uma variedade de grupos sociais, onde cada grupo a experiencia e a percebe de forma diferente.

Para o sociólogo holandês, é a partir da experiência com o objeto, traçando quais grupos possuem visões e expõem os diferentes aspectos de um artefato que este se constitui. “O significado dado por um grupo social relevante realmente constitui o artefato” (BIJKER, 2009, pg. 77). A visão do teórico também traz a dificuldade em estabelecer uma definição sobre o que são essas inovações tecnológicas, porque para tal é preciso levar em consideração ângulos dos usuários, não usuários e outros grupos sociais que orbitam o objeto, chamados pelo pesquisador de “grupos sociais relevantes”.

Andar de bicicleta é muitas vezes um dos exemplos sintetizados de “conhecimento tácito” - definido como habilidade ou algo difícil de explicar, mas que deve ser experimentado para ser dominado. É impossível ensinar alguém a andar de bicicleta explicando o processo ou até mesmo demonstrando a ação. É uma tarefa que só pode ser aprendida por tentativa e erro, pela prática. Através deste exemplo de se relacionar com uma bicicleta que vemos que a relação com objetos se trata de experiência pessoal. Da mesma forma, os grupos sociais surgidos e que se destacam ganhando voz através do uso da bicicleta são resultantes da conexão pessoal de cada indivíduo com a máquina. A técnica de Bijker de identificação de grupos sociais relevantes em relação a um artefato específico se dá justamente observando todos os grupos sociais mencionados em relação a esse artefato em documentos históricos. E também, como esses grupos sociais se constituem, constroem sua identidade, a partir da relação com o objeto.

As observações e os estudos de Bijker nos levam a entender o desenvolvimento dos novos objetos e tecnologias como um processo social, à medida que são vistos e percebidos por grupos sociais diferentes. Nesse modelo descritivo, os significados atribuídos a artefatos pelos diversos grupos sociais constituem o artefato. Bijker descreveu a bicicleta através dos olhos de membros dos grupos sociais relevantes como mulheres, homens mais velhos e usuários comuns. A definição do artefato como perigoso (para os grupos de mulheres e homens idosos, por exemplo) foi complementada pela listagem de maneiras específicas de usar o artefato, como exposições e ostentações, por exemplo (entre os usuários). Todos esses termos e associações permitiram contar e fazer história através do objeto, bem como compreender que tais objetos excedem sua simples materialidade. Os objetos produzem efeitos e auxiliam no desenvolvimento das sociedades.

No período analisado neste estudo, alguns objetos como o automóvel e o bonde elétrico, meios de transporte recém-criados e ligados à grande circulação de pessoas, também influenciavam no processo social, demarcavam hierarquias e classificavam a sociedade, tal como o exemplo da bicicleta narrado por Bijker. Saber se portar ao andar de bonde ou ao lidar com tal meio de circulação entre ruas e calçadas era aderir aos ventos modernos. Possuir um automóvel no início do século XX no Brasil era demonstrar o mais alto status e um certo ar de aventura e até audácia. Afinal, as novas tecnologias eram percebidas de diferentes formas.

O metrô de Paris (inaugurado em 1900), o Zeppelin, o balão dirigível de Santos Dumont (1898), o código Morse do engenheiro John A. Fleming, o Raio X (1895) de Wilhem von Roentgen, todas essas novidades não foram absorvidas com facilidade. Ao contrário, boa parte dos artefatos mais bem-sucedidos foram vítimas de reprovações categóricas. Como nos lembram Costa e Schwartz (2000, p. 19) “poucas pessoas foram envolvidas nesse processo tão drástico de transformações que a um só tempo encantavam, assustavam e geravam ceticismo”.

4.2

Os objetos e o consumo na modernidade do Rio de Janeiro

Viver nas grandes cidades modernas do início do século XX, como o Rio de Janeiro, influenciava as sensibilidades e os estados de disposição de seus habitantes. O Rio de Janeiro tornou-se eixo de irradiação e caixa de ressonância das grandes transformações do mundo. Ditava não só modas e novos comportamentos, mas acima de tudo o sistema de valores, o modo de vida, as sensibilidades e o estado de espírito que articulavam a modernidade (Sevcenko, 1998). Mesmo e apesar de toda essa marcha para o progresso, havia perspectivas distintas de gerações e condições sociais diferentes, assistindo, lendo e percebendo as mudanças vindas dessa modernidade.

As narrativas das crônicas e anúncios de revistas ilustradas como a *Kósmos* permitem entender como o lidar com objetos e tecnologias consideradas “modernas” modificou os modos de ser da sociedade. Assim como experienciar a chegada da bicicleta tornou-se meio de compreensão de novas ideias, aspiração de novo estilo de vida em várias regiões da Europa da década de 1870, o lidar e o conviver com reformas urbanas e outros artefatos do Rio de Janeiro do início do

século XX propicia discussão, facilita na assimilação e na construção e aspiração de um *ethos* urbano. As coisas, os objetos, para além de sua materialidade, são importantes mediadores no desenvolvimento das sociedades, como advogam alguns outros estudiosos.

Daniel Miller (1987; 2013) dedica seus estudos à dialética entre sujeitos e objetos, num processo dinâmico de objetificação, no qual objetos e sujeitos se misturam. Miller defende os estudos sobre a cultura material, sobretudo ligados à consumo, sob a perspectiva de incluir as coisas como parte necessária de nos tornar o que somos. Para o antropólogo inglês, humanos e coisas passam a ser observados e percebidos a partir da relação entre eles. Douglas e Isherwood (2009) também chamam a atenção para a dimensão cultural e simbólica da relação do homem com os objetos, no consumo principalmente, abordando que os bens são comunicadores de valores sociais e categorias culturais. Eles possuem a capacidade de tornar visíveis e estáveis categorias culturais. Para os autores, as escolhas de consumo refletem julgamentos morais e de valor culturalmente dados. Carregam significados sociais importantes como seu grupo social, sua família, sua rede de relações. Ainda segundo Douglas e Isherwood, os bens são como marcadores de uma sociedade, ou seja, a parte visível do processo social. “O homem precisa de bens para comunicar-se com os outros e para entender o que se passa à sua volta” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009, p. 149).

Como citamos no início deste capítulo, no período estudado para esta tese, o desenvolvimento material foi notório e objetos citados em crônicas como também estampados em anúncios das revistas ilustradas eram importantes mediadores para a adaptação ao estilo de vida urbano moderno. Para Baudrillard (1991), a sociedade pensa e fala como sociedade de consumo. E a publicidade é o hino triunfal desta ideia. A publicidade, através de “construtos simbólicos” vende estilos de vida e identidades desejáveis, com os quais o público é chamado a se identificar (KELLNER, 2001). Baudrillard (1991) também pensou o consumo moderno sustentado pela narrativa publicitária, caracterizando-o principalmente pela conversão de objetos em signos. Rocha, Frid e Corbo (2016) acompanham a ideia citando que objetos representam mais que a posse, uso ou troca de bens. Eles mediam atores sociais, simbolizam aspectos da experiência urbano-moderna e a integração à coletividade, como no caso da publicidade do Rio de Janeiro do início do século XX.

Na maior parte dos anúncios da *Kósmos*, as imagens são de suntuosas máquinas das indústrias tipográficas, de caldeiras, de fogões à gas, luminárias, fotográfica, além de roupas, sapatos, chapéus, adornos para corpos e para as residências. Publicados regularmente, davam uma ideia dos anseios e variedades de usos e costumes relativos à almejada modernidade (MAUAD, 1990; SOUZA, 2017).

Nos anúncios da *Guinle & Co* (Figura 48) e de *O Pyrilampo* (Figura 9 e Figura 10) por exemplo, texto e imagem dão destaque às conquistas tecnológicas daquele tempo, como turbinas, máquinas e bombas à vapor, ferramentas de ar comprimido, máquinas de escrever, gramofones, equipamentos movidos a energia elétrica e os que a refletia, como lustres, pendentes, abajures, arandelas, lanternas. A energia elétrica revolucionou a cidade, não somente do ponto de vista infra estrutural, mas, principalmente, do ponto de vista dos costumes. A vida noturna, hábito ainda mais incentivado com as reformas urbanas, foi estendida graças à energia, primeiro a gás depois elétrica, pois permitiu um tempo de permanência maior nas ruas. Porém, a mesma luz elétrica que movia os bondes e tirava as cidades da escuridão assustava. Eram as ambiguidades do progresso, sendo percebidas também de formas distintas daqueles que estavam envolvidos diretamente e dos que ficavam à margem. Uma imagem de triunfo das novas tecnologias, que tinha várias faces. “Em meio a esse processo contínuo, apareceram os veículos automotores, os transatlânticos, os aviões, o telégrafo, o telefone, a iluminação elétrica, a ampla gama de utensílios domésticos” (Costa e Schwarcz, 2009, p. 20). Como frisam as historiadoras, era o mundo moderno que surgia, sendo associado a medo e que hoje nos parece tão inofensivo e familiar.

O moderno é de difícil definição. Ele e todo seu aparato tecnológico são sempre cheios de mistérios, novidades, anúncios do apocalipse ou de um futuro melhor. É um começo, mas não necessariamente novo. A modernidade é uma tradição feita de interrupções e, por ser uma descontinuidade do que está em vigor, há um devir educativo, civilizatório, para que a sociedade enxergue o sentido das coisas. Paz (1984) discute a modernidade como uma tradição que é polêmica porque desaloja a tradição imperante. Desaloja-a para um instante após, ceder lugar a nova tradição, que, por sua vez, é outra manifestação momentânea da atualidade. “A modernidade nunca é ela mesma: é sempre outra” (PAZ, 1984, p. 18). Porém, essa descontinuidade leva o indivíduo a uma busca incessante pela adequação ao novo, até que o

mesmo faça algum sentido. E os objetos são elemento importante nessa adequação, nesse entendimento do homem em um novo lugar no mundo, numa nova tradição, uma nova sociedade.

KOSMOS



REPRESENTANTES
DAS SEGUINTEZ FIRMAS
GENERAL ELECTRIC CO.
APPARELHOS ELÉCTRICOS PARA LUZ E LUZ
FELTON WATER WHEEL CO.
MÁQUINAS DE ÁGUA, TURBINAS, E
M. INTOSKI STEAMBOIL & CO.
MÁQUINAS A VAPOR
BARBOCK & WILSON CO.
MÁQUINAS A VAPOR
THE PECKHAM MANUFACTURING CO.
TRUCKS PARA CARRIS E FLORES
THE CHLORIDE ELECTRICAL STORAGE
COMPANY LTD.
ACUMULADORES ELÉCTRICOS
A. S. THE & SONS
MÁQUINAS A VAPOR AGRÍCOLAS
CHICAGO PNEUMATIC TOOL COMPANY
MÁQUINAS E FERRAMENTAS DE AR COMPRIMIDAS
CLEVELAND TWIST DRILL CO.
MÁQUINAS AMERICANAS
I. S. STAMMETT CO.
FERRAMENTAS AGRÍCOLAS
CINCINNATI TOOL CO.
FERRAMENTAS
FAY & ZEDAN CO.
MÁQUINAS DE MANEJO DE MADEIRA
GLOBE WEINSTECKE CO.
MÓDULOS DE ENCRUSTAMENTO
LOZIER MOTOR CO.
MÓDULOS E LÂMPADAS DE GÁS
WORTHINGTON PUMPING ENGINE CO.
MÁQUINAS A VAPOR
MILTZ & WEISS
MÓDULOS E MÁQUINAS DE ENCRUSTAMENTO
HARRISON TYPE WRITER CO.
MÁQUINAS DE ESCRITA
VECTOR TALKING MACHINE CO.
MÁQUINAS DE ESCRITA E ACCESÓRIOS
EASTMAN KODAK COMPANY
APPARELHOS FOTOGRAFICOS
IMPORTADORES DE
MÁQUINAS PARA OFFICINAS E APPARELHOS
ELÉCTRICOS DE TODAS AS QUALIDADES

GUINLE & Co

SUCESSORES DE ASCHOFF & GUINLE

<p><i>Engenheiros</i> <i>Mechanicos</i> <i>Hydraulicos</i> <i>e Electricistas</i></p>	<p><i>Importadores de</i> <i>Machinas e</i> <i>Manufacturas</i> <i>Norte-Americanas</i></p>
---	---

55 ~ Rua do Ouvidor ~ 55

* * * * * RIB DE JANEIRO (BRASIL) * * * * *

RUA DIREITA D. 7, S. PAULO

OFFICINAS E DEPOSITO: RUA NOVA DO OUVIDOR, 13

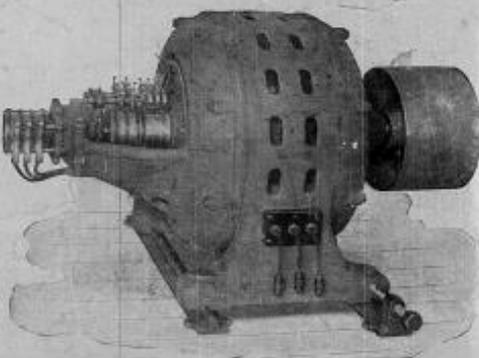


Figura 48 – Anúncio *Ashof & Guinle*. O destaque dos anúncios é sempre para as máquinas modernas.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 5, maio 1904, p. 51. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Ainda sobre a teoria de Latour (2012), quando o autor usa a expressão *Ator-Rede*, seu propósito é justamente deslocar a origem da ação, antes restrita aos humanos. Sua discussão avança no sentido de que os objetos também agem, o que não implica em pensá-los como intencionais, mas como dotados de alguma subjetividade. Remete-se então à ideia de associação, de rede – humanos e não humanos distribuídos não como sujeitos e objetos, respectivamente. Os objetos agem.

Pensando assim, é importante considerar neste estudo o impacto que cada invenção, tecnologia, teve na formação do *ethos* urbano. Uma mudança na compreensão de objetificação. Por muito tempo, os objetos foram retratados erroneamente como algo estático. Porém, como ressalta Latour, “eles são muito mais interessantes, variados, incertos, complicados, de longo alcance, heterogêneos, arriscados, históricos, locais, materiais e em rede do que a versão patética oferecida por muito tempo pelos filósofos” (LATOURE, 2009, p. 158).

Estar ativamente envolvido e experienciando as transformações do Rio de Janeiro na alvorada do século XX era cercar-se de artefatos agindo e emoldurando cenas de um novo cotidiano. Sobre os corpos, havia a leveza das penas, das rendas, mas também o peso dos fraques, dos chapéus. Uma sociedade moderna nos moldes internacionais ansiava por produzir corpos internacionais, reflexos de uma sociedade urbana e industrial a princípio pouco tranquilizadora. Os corpos presentes nos anúncios analisados eram adornados com o que havia de mais recente em Paris, capital modelo e referência para todos. Ternos e fraques pretos, chapéus com penas, corpetes ajustados, rendas, babados e peles sobre vestidos longos e calorentos, objetos que não permitiam uma descontração corporal, mas que eram o padrão que emergia na moderna capital Rio de Janeiro, como se pode ver nas Figuras 27 e 49.

Dentre os inúmeros acessórios femininos que funcionavam como uma espécie de educação daquilo que era de bom tom na Europa, estavam: paninhos bordados e rendados para adorno, de algodão, linho, ou seda, ligas, espartilhos e cintas de algodão ou de linho, com ou sem rendas finas; boas (espécie de estola de plumas, estreita e comprida, usada pelas mulheres em volta do pescoço), peles e *manchons* (acessório de formato cilíndrico, feito em geral de pele e que servia para proteger as mãos do frio), sapatos de seda, sandálias de seda e sapatos de banho, chapéus de sol ou de chuva, de seda mesclada, com cabo de prata, de ouro ou de pedras preciosas; bolsas, valises ou saco, portas-lenço, luvas de algodão, seda, lã com enfeites ou simples.



Figura 49 - Anúncio *Chapelaria Carvalho Portugal*. Acessórios usados não eram propícios ao Brasil.
 Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 18, jun. 1905, p. 51. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

O consumo, embora criticado e considerado como atividade maligna ou antissocial (MILLER, 2007), é importante instrumento de análise dos movimentos e conflitos que se dão entre as classes e no interior de uma mesma classe. Ele não põe em questão as estruturas que compõem o sistema capitalista, mas permite mobilidade e uma certa acomodação de estratos da sociedade, como é o caso da burguesia que se consolidava no Rio de Janeiro do início do século XX. Nesse contexto, como aconteceu em momentos anteriores da história, o consumo era um processo de distinção social, que hierarquizava as classes não somente segundo a posição em que ocupam no interior da divisão social do trabalho, como também segundo os sistemas simbólicos que envolviam os diferentes grupos sociais portadores de seus respectivos capitais culturais. Assim como disse Siciliano (2011) ao abordar fazer referências à Bordieu,

“(...) todos os que desejam pertencer ao círculo social precisavam compartilhar certo modo de vida, certo universo de distinção simbólica já que os grupos de status se definem menos por um ter do que por um ser” (SICILIANO, 2011, p. 14).

Usar chapéus ao estilo parisiense era elegante, mas saber portá-lo, quando e onde usá-lo, era igualmente relevante na linguagem do consumo.

Olavo Bilac, em crônica de abertura da edição de julho de 1905 da *Kósmos*, narra o que chamou de “o capítulo dos chapéus”, conflito entre os frequentadores de teatro daquele tempo. Damas usavam enormes chapéus – quanto mais altos, com mais plumas, mais percebidos como elegantes - rivalizando com os demais expectadores, que por causa do acessório não conseguiam assistir ao que se passava em cena. Bilac escreve que:

"(...) a campanha tem sido inútil. As senhoras não querem abolir os chapéus. E creio que o dever dos espectadores, agora, — o seu dever de homens bem educados e galantes, - é callar o seu protesto, e obedecer á soberana vontade das damas” (BILAC, 1905, p. 8).

Não bastava frequentar os salões, assistir às operas e companhias de teatro que aportavam no Rio de Janeiro. Segundo os discursos da imprensa, era preciso vestir-se à altura e parecer estar *up to date* com as novas regras da etiqueta social.

O cuidado com o corpo, a saúde e a higiene tão aspiradas, citadas e em alguns momentos exigidas por lei, eram evidenciados por medicamentos, elixires, colônias, sabonetes e outros artigos de perfumaria. Para demonstrar a distinção daqueles que não precisavam trabalhar ao sol, preservava-se um tom pálido. Então sombrinhas e luvas eram indispensáveis, embora alguns deles inapropriados ao clima. Alguns produtos pretendiam aliviar o infortúnio de se morar em um país tropical. Disponham-se, nesse sentido, sabonetes como o Aristolino (Figura 50), que poderiam auxiliar no tratamento de doenças que somente aqui se acreditava existirem, como as sarnas e comichões, além de inúmeras colônias para aliviar o cheiro de suor como a Aurosa (Figura 51).

EVITEM OS ARTIFICIOS QUE ESTRAGAM A PELLE E O CABELLO

USEM SEMPRE O

Sabão Aristolino

de OLIVEIRA JUNIOR

O éxito sempre crescente d'este precioso Sabão, em fôrma líquida e agradavelmente perfumado, é uma prova cruberante de suas excellentes propriedades e vantagens.

Para o Banho
 Para lavar a Cabeça
 Para a Barba
 Para o Rosto
 Para a Caspa

DEVE-SE USAR SEMPRE O **SABÃO ARISTOLINO** DO PHARMACEUTICO OLIVEIRA JUNIOR



Figura 50 - Anúncio *Sabão Aristolino*. Produtos que limpavam e curavam doenças de pele, muito comuns no Brasil.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 55, jul. 1908, p. 3. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.



Figura 51 - Anúncio *Perfume Aurosa*. Era preciso estar cheiroso e parecer limpo.
Fonte: Revista *Kósmos*, ed.18, jun. 1905, p. 54. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Mais do que uma função de proteção ou pudor, o ato de vestir-se e o de constituir aparência exprimem significados capazes de traduzir um estilo de vida, uma posição social. Um objeto como um chapéu ou uma sombrinha pode ser bom para

abrigar ou adornar, mas sua maior virtude está na capacidade de apresentar uma face visível da cultura. Neste sentido, por meio do consumo é possível selecionar, classificar e dar sentido ao conjunto de relações que nos rodeia.

O homem moderno dos primeiros anos da República do Brasil tinha que saber caminhar no estilo inglês, dominar o *catwalk*, preferencialmente usando sapatos *Clark*, “único superior no Brasil, impermeável, comodo, elegante e solido”, como diz o anúncio (Figura 52). Ou então o calçado *Condor*, fabricado segundo padrões norte americanos e por isso também “elegante, solido, durável e impermeável” (Figura 5). A moda masculina, de estilo predominantemente inglês, caracterizava-se pela sobriedade, típica do homem de negócios da virada do século, sem, no entanto, dispensar o luxo e o requinte. Mesmo no calor frequente da capital federal, era comum uso de camisas com colarinhos e punhos, de tricoline, lã, linho ou pura seda. Acima das camisas, se usavam sobretudos que podiam ser alternados com fraques ou casacas, dependendo da ocasião, da idade e, principalmente, da posição social. As calças eram geralmente confeccionadas em lã, linho ou tricoline. As gravatas, meias normalmente em fio escocês, suspensórios, chapéus e bengalas completavam a indumentária.

Mario Pederneiras, em crônica da edição de janeiro de 1907 da *Kósmos*, fala de seu passeio de automóvel no cruzamento das ruas, às voltas das esquinas, levando-o à contemplação da cidade moderna. Conduzido por um *chauffeur*, destacou o céu azul e o sol que para o cronista “era talvez o mais forte da vida”. E apesar de tudo, os chapéus estavam lá, leves, de palha branca, adornando a cabeça “de gente despreocupada, num movimento desusado e alegre” (PEDERNEIRAS, 1907, p. 9).

A crônica de janeiro de 1907 não foi a primeira em que Pederneiras usou do artifício de um passeio a bordo de um automóvel para descrever as mudanças que vivia e sentia na capital federal, quando de sua colaboração para as páginas da *Kósmos*. Citado por alguns historiadores que estudaram a modernidade no Rio de Janeiro do início do século, o carro foi o símbolo máximo dos inventos tecnológicos. Ele começou a circular no Brasil nos primeiros anos de século XX e, no Rio de Janeiro, transitou pelas ruas esburacadas e irregulares da capital ainda em 1901, quando José do Patrocínio importou a primeira unidade vista pela cidade. Costa e Schwarcz (2000) destacam que o primeiro licenciamento da prefeitura para automóvel particular foi feito em 1903. Segundo os historiadores, estimava-se que a população do Rio de Janeiro era de um milhão. Porém, em 1903, rodavam apenas

seis automóveis, em 1907 cerca de 99 e, em 1910, seu total chegava a 615 (Ibid., p. 82).

CALÇADO

Clark

Unico superior no Brazil

IMPERMEAVEL, COMMODO,
ELEGANTE E SOLIDO

Para Homens e Senhoras

20\$000 a 25\$000

Grande variedade em calçado
e arte para Meninos e Meninas

CASA CLARK

67-B, Rua do Ouvidor, 67-B

Figura 52 - Anúncio *Calçado Clark*. Para parecer elegante, era preciso usar sapato elegante.
Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 21, set. 1905, p. 3. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

O automóvel representou, durante as primeiras décadas do século XX, a função de imagem/símbolo da modernidade tal como o piano do século XIX, que proporcionaria a civilização e ocidentalização do país independente (MACENA, 2010). Como o bonde, a máquina de escrever e o fonógrafo, o carro foi dos inventos mais bem sucedidos, ao mesmo tempo em que sofreu reprovações categóricas. Encantava e assustava em igual medida, porque logo que começava a circular pelas ruas da cidade do Rio de Janeiro causava engarrafamentos e trombadas, sobretudo

quando emparelhado aos veículos de tração animal. De um lado, havia a certeza de que se entrava no novo século controlando tudo. De outro, o medo do descontrole do moderno e das consequências dessas invenções contínuas sem aviso prévio.

“Os progressos e os inventos da modernidade, infelizmente, também carregavam seu lado perverso, pois vinham acompanhados por excessos e atos de má fé deste Homo Urbanus: os pelintras, os desordeiros, a febre de velocidade das novas máquinas que causava acidentes nos transeuntes – constatação que provocava sentimento nostálgico, especialmente quanto a alguns valores e tradições. Aspirava-se ao cosmopolitismo. Apesar de ser *smart* e estar *up-to-date* com os ventos internacionais e de sinalizar uma mente aberta ao progresso e às inovações, a adoção de certos estrangeirismos também preocupava, pois eles criavam uma atmosfera “artificial” e uma sensação de perda da singularidade, ressaltando a tensão candente da modernização: a reivindicação pela universalização que opera simultânea ao desejo de diferenciação” (SICILIANO, 2011, p. 237).

Veículo ícone da “febre de velocidade”, com seu cheiro de gasolina, suas nuvens de pó e o perigo de atropelamento, o automóvel dava o que falar aos cariocas, sobretudo àqueles que só o viam passar. O som onomatopaico de sua buzina chegou até dar nome à revista *Fon Fon* lançada em 1907. Nas páginas do periódico, caricaturas comparavam os choques provocados pela velocidade de automóveis com a aceleração do ritmo temporal. Choques físicos que favoreciam o surgimento de uma nova sensibilidade. Se por um lado representavam a velocidade incompatível com o ritmo do carioca, por outro eram usados para exibir status, personalidade. Serviam aos interesses e ao gosto de quem os possuía. O automóvel assim como todo o conjunto de objetos que circulavam na sociedade eram mais que mensagens, constituíam o próprio sistema de valores e a modernidade. “Os bens são podem ser usados como cerca ou como pontes, seus usos são sociais” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009, p. 36). Os usos sociais dos bens são determinantes para entender as especificidades das relações sociais.

Olavo Bilac, em crítica sobre a edição de 1906 da tradicional Festa da Penha, usa sua crônica de *Kósmos* para alertar sobre comportamentos que não cabiam mais aos cariocas depois das reformas. Em tom enfático e usando palavras que mais remetem a de colonizadores e não de antigo colonizados, defende o fim de algumas tradições em prol dos novos hábitos e costumes, de forma a apagar de vez todo rastro do passado colonial. Como caberia a “escandalosa e selvagem romaria” naquele amplo *boulevard*, sobre o asfalto polido, entre as fachadas ricas dos prédios altos, entre as carruagens e os automóveis que desfilavam sobre a Avenida Central? “No Rio de Janeiro de hoje, o espectáculo choca e revolta como um disparate...De

modo que o único meio de evitar tamanha vergonha seria proibir essa escandalosa e selvagem romaria” (BILAC, 1906, p. 3). Bilac também usou suas linhas para criticar os jornais que davam notoriedade à violência da festa. Singer (2004) ressaltou que o sensacionalismo comercializado em forma de preocupação e crítica social da imprensa ilustrada refletia as ansiedades de uma sociedade que ainda não havia se adaptado por completo à modernidade urbana. “Tais imagens e a atenção metódica que alguns jornalistas davam ao detalhar a morte e crimes, além de vender jornais, comunicava a hiper consciência da vulnerabilidade física no ambiente moderno” (SINGER, 2004, p. 106).

As máquinas velozes, assim como as avenidas por elas percorridas, vinham carregadas de percepções ambíguas e sentimentos ambivalentes. Para Bilac e outros de condição social privilegiada, representavam o novo, o invento, a higiene e a modernidade que desfilavam para o mundo. Deixem o automóvel “desfilar”, disse o cronista. Era a modernidade em detrimento a certas manifestações da cultura de um povo. Já para os populares, eram os “destruidores da tradição” e os causadores de acidentes.

Prédios reformados, fachadas ricas, vitrines amplas, obeliscos, estátuas assinadas por artistas europeus, chafarizes eram também novos símbolos do moderno. Elementos da paisagem da vida urbana que evidenciavam a modernidade. Uma nova estética urbanística que também auxiliava na constituição de novos valores, costumes, educando e civilizando o povo. O cronista Gil, na edição de dezembro de 1907 da *Kósmos*, fala da nova sensibilidade provocada pelo simples fato de ver e conviver com estátuas artísticas dos jardins reformados. “É uma galeria esparsa, de mármore cinzelados por grandes nomes, que vae educando a visão do povo, ensinando á gente, que nunca viu mais do que a grosseira toreutica dos entalhadores, a estimar a beleza das fôrmas nos seres vivos...” (GIL, 1907, p. 59). Exemplo apropriado para a interdisciplinaridade do estudo da cultura material proposta por Miller (2013). Não é somente olhar trechos e coisas, mas ver como estes impactam a vida humana, como as pessoas deles se apropriam e quais as transformações por eles causadas.

A inauguração do Obelisco da Avenida Central, à beira mar, ao lado do Palácio Monroe, outro símbolo da modernização na arquitetura do Rio (foi construído em estrutura metálica para servir de pavilhão do Brasil na Exposição Universal de 1904, ocorrida nos Estados Unidos e, quando a exposição acabou, foi transportado

de navio cargueiro de volta para o Brasil para sediar, em 1906, a Terceira Conferência Pan-Americana), serviu de destaque para duas páginas da edição de novembro de 1906 da *Kósmos*. Na cobertura do evento feita pela revista (Figura 53), além de termos como “mais formosa obra do governo”, “assombrosa transformação do Rio de Janeiro”, “surto de progresso” usados em associação a construção da Avenida Central, há referência ao Obelisco como “monumento moderno de arte, que documenta o progresso e perpetua uma lembrança” (KÓSMOS, 1906, p. 24).



Figura 53 - Cobertura da inauguração do Obelisco da Avenida Central. Monumentos públicos também materializavam o moderno, o progresso.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 35, nov. 1906, p. 24. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

“O Obelisco é bem um marco do nosso engrandecimento, um vivo testemunho dessa assombrosa transformação que em quatro anos apenas sofreu o Rio de Janeiro... E passarão os anos, sobrevirão novas gerações, mas no extremo da Avenida Central esse obelisco de rendilhados labores permanecerá, desafiando a acção destruidora do tempo, a lembrar aos novos essa época abençoada em que um surto de progresso deu em terra com a nossa rotina, remembering os nomes dos audazes artífices fecundos do novo Brazil” (KÓSMOS, 1906, p. 25).

Se em *Kósmos* o destaque era para a suntuosidade do monumento e a memória de progresso que ficaria para novas gerações, na *Revista da Semana*, na coluna *Cartas de Um Tabaré*, de 04 de novembro de 1906, a informação principal foi do incêndio provocado por manifestantes no Largo de São Francisco (Figura 54), contra homenagens de comerciantes feitas ao prefeito Pereira Passos. Era a percepção da elite versus a dos populares, que acreditavam que quase nenhuma reforma comandada pelo governo beneficiou a população carioca.

“Dizem uns, meu bom compadre, que o kiosqueiro queria manifestar sua gratidão ao ex-prefeito, pelo que poz-lhe o retrato no estabelecimento ornado de flores caras, etc, etc.; dizem outros que a manifestação era acintosa. Seja como for, o pessoal não quiz saber de conversa, foi atacando o kiosque e reduzindo tudo á ultima expressão. Quem se propõe fazer singularmente manifestações sujeita-se a vel-a transformar-se em aggressão e foi o que succedeu” (BERMUDES, 1906, p. 8).



Figura 54 – Registro do incêndio no Largo de São Francisco, fruto das manifestações populares em novembro de 1906 no Rio de Janeiro.

Fonte: *Revista da Semana*, ed. 341, nov. 1906, p. 6. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Na edição de novembro de 1906 da *Kósmos*, Mario Pederneiras e seu saudosismo revestido de resignação aos novos hábitos e a nova *urbs* que surgia na alvorada do século XX, fala de outro monumento que serviria de memória para as próximas gerações: o chafariz do Largo da Carioca. Pederneiras gosta, mas teme o que vê em termos de civilidade e modernidade.

“Internamente, no socego calmo da Consciência, palavra que temo pela escolha; e as vezes, apavora-me a persuasão de encontrar, alli, em cima daquelle monumento veneravel, a graça souple da Carioca de hoje com todos os seus defeitos de civilizada” (PEDERNEIRAS, 1906, p. 34).

As mudanças nos espaços públicos levaram a alterações na maneira de ver e ser na cidade. Para os engenheiros, médicos, literários, comerciantes e outros representantes da elite carioca, as reformas de Pereira Passos representavam a limpeza, o asseio, a esterilização, o progresso, a civilidade, que deixariam para traz a imagem de cidade suja, atrasada. Mas como evidenciam os jornais e revistas voltados para um público mais popular, foi uma iniciativa de modernização excludente.

Grandes espaços livres, praças reformadas, ruas amplas e iluminadas, enriquecidas por monumentos, ornamentos de ferro, mármore, constituíam a cenografia ideal para a circulação, a exibição pessoal e o despertar do desejo consumista. Como afirma Gorberg (2013, p. 63) “a aquisição de mercadorias adquiria cada vez mais um caráter de recreação das elites e da emergente classe média, uma ocupação para seu tempo disponível”. Além de eventos sociais mais expressivos (exposições, conferências, concertos), frequentar os empórios elegantes - lojas, cafés, confeitarias, livrarias e jardins - fazia parte de um ritual de diversão urbana, que se adequava ao desejo de espelhamento da metrópole carioca ao arquétipo europeu. Embora existam estudos de consumo na corrente do anti materialismo, como os de Veblen (1983) e Baudrillard (1973), naquele momento e talvez ainda hoje adquirir bens, consumir era mais do que provocar juntamente com a propaganda um circuito sem fim de signos supérfluos. No momento histórico deste estudo, consumo era sinônimo de participar do progresso.

Como expressam os textos dos anúncios, “exigir” e saber usar talheres *Christofle* (Figura 55), ter “o primeiro relógio do mundo” *Chronometre Royal* (Figura 56), mesmo “sem saber música” tocar pianos *Angelus Melodante* (Figura 57) ou até mesmo os *Ritter de Halle* (Figura 58), “premiados na Exposição de Paris”, era não

só utilizar-se de mecanismos de diferenciação, base da vida social, como experimentar a modernidade. Através desses objetos, indivíduos se constituíam como parte de um processo civilizador nem sempre fácil de se adaptar.

Sevcenko (1998), em seus estudos sobre o desenvolvimento social da “capital irradiante”, argumentou que as mercadorias acompanhavam as intenções sociais. Para demonstrar a distinção daqueles que não precisavam trabalhar ao sol, por exemplo, preservava-se um tom pálido. Então sombrinhas, chapéus, luvas eram, segundo discursos elitistas, indispensáveis. Se a intenção era denotar o trabalho, não o braçal, mas a prática metódica dos departamentos públicos e a exuberância saudável dos burgueses, eram “necessários” não só banhos de mar, como caminhadas, exercícios físicos, tônicos, elixires, loções, cremes, pomadas, sabonetes, xampus. “É nesse momento que desaparece a latrina de barril ou o penico para dar lugar ao *bidet* francês” (Ibid., p. 561), lembrou o historiador. Tal profusão de coisas revela o quanto a esfera privada mantinha também uma estreita interdependência com a coletiva.



Figura 55 - Anúncio *Talheres Christofle*. Através do lidar com objetos, os cariocas adaptavam-se ao novo.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 40, abr. 1907, p. 50. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

O 1º RELOGIO DO MUNDO

LA 1^{ere} MONTRE DU MONDE

CHRONOMETRE ROYAL

Vacheron & Constantin - Genève



Unico representante para todo o Brazil: A. CAMPOS

CASA STANDARD ————— **OUVIDOR 72**

Venda sem accrescimo algum por meio de CLUBS

Figura 56 - Anúncio *Relógio Chronometre Royal*. Usar relógios auxiliava no lidar com o tempo, que marcava o ritmo da modernidade.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 45, set. 1907, p. 54. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

PIANO ANGELUS MELODANT

O ANGELUS collocado dentro do piano não impede de ser tocado á mão

Póde qualquer pessoa, sem saber musica, executar ao piano todo o vasto repertorio da literatura musical, com a perfeição do mais insigne artista, tal é a maravilha que permite realizar em alguns minutos o ANGELUS.

E' UM INSTRUMENTO DE REAL VALOR ARTISTICO. QUE ABSOLUTAMENTE NADA DEIXA A DESEJAR. AINDA AOS MAIS EXIGENTES APRECIADORES DA BOA MUSICA. SENDO QUE. OUVIDO SEM SER VISTO. NÃO PERMITTE A NINGUEM DISTINGUIR SE É ELLE QUE TOCA OU UM INSIGNE VIRTUOSE.

Unicos depositarios no Brasil

A. GUIGON & COMP.

106, Rua Sete de Setembro, 106 — Rio de Janeiro



Figura 57 - Anúncio *Piano Angelus Melodant*. Quem não tivesse talento para o piano, não aproveitava os ventos modernos.

Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 55, jul. 1908, p. 3. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

CLUBS DE PIANOS RITTER

**PIANOS
RITTER
DE HALE**

**PREMIADOS
NA
EXPOSIÇÃO
UNIVERSAL
DE PARIS-1900**

CASA "STANDARD"

Ouvidor 72, Rio — Palacete Briccola, São Paulo, agências
em todos os Estados

Figura 58 - Anúncio *Piano Ritter*. Os melhores pianos eram os premiados no estrangeiro. Fonte: Revista *Kósmos*, ed. 48, dez. 1907, p. 72. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

Assim como no caso do piano, muitos adquiriam os gramofones como instrumentos de *status* sem que contassem com as condições necessárias, o ouvido

educado e a cultura lírica para compreender os movimentos da música que ouviam. E como explícito no anúncio do *Gramophone Odeon* (Figura. 3), “a melhor entre todas as machinas fallantes”, essa espécie de “conversa” com inventos recém chegado permitia viver nas cercanias do progresso. Olavo Bilac, em sua crônica de abertura da edição de julho de 1907 da *Kósmos*, destaca essa proximidade da sociedade com a cultura lírica como espécie de selo demarcador de quem tem ou não hábitos modernos, ao falar da abertura da temporada de concertos de inverno. No texto, o cronista narra que durante os seis meses do inverno, o qual chamou de “estação elegante”, os habitantes do Rio de Janeiro viveriam de sinfonias, cantatas, árias, duetos, coros e valsas. Na mesma crônica, Bilac apresenta e argumenta sua visão de que a capital é “a cidade dos pianos”.

“Sahi por ahi fora, ide de bairro em bairro, de rua em rua, de casa em casa, — e não encontrareis uma só casa em que não haja um piano, pelo menos. Porque ha casas que têm dois: um, de cauda, para as pessoas grandes, e outro, de meio armario, para as crianças principiantes. E ha casas, que têm tres: um para a dona da casa e as filhas mais velhas, outro para a pirralliada, e outro para as criadas!” (BILAC, 1907b, p. 5).

A relativa mobilidade social propiciada pelo consumo, diferente da rigidez das estruturas produtivas, também é explicitada por Bilac. Segundo o cronista, no lar dos mais pobres poderia não haver comida nem panelas. Mas não faltaria um piano.

“Talvez não vejais, na mais humilde habitação carioca, panellas no fogão, nem comidas nos pratos, nem louça no armário, nem roupa na commoda, nem lenções na cama, nem munições de boccana na dispensa, nem agulhas e carreteis de linha na caixinha de costura: mas haveis de ver, por força, um piano” (BILAC, 1907, p. 5).

Nas palavras do literário, o piano era objeto de profunda influência na vida dos que o possuía. Ao falar do que chamou de “o império do piano”, Bilac comenta que o artefato determinava a ordem dos objetos que entravam e saíam ao mudar de casa, sendo esse o último a entrar e o último a sair (por seu tamanho e peso). O piano também era o bem mais querido de uma família (vendê-lo significava estar falido e segundo o cronista “o último movimento antes do suicídio”) e ainda motivo de orgulho para uma mãe zelosa. As filhas tinham que ter gosto para o piano.

“Ninguém pergunta a uma mãe de familia se as suas filhas sabem temperar um guizado, ou pospontar uma bainha, ou fucicar uma meia velha, ou engommar uma saia,

ou marcar um lenço. O que se pergunta é se ellas já adquiriram o *doigté* indispensável para a execução de uma sonata de Liszt” (Ibid., p.5).

Dos muitos objetos com os quais as sociedades se deparavam ao experienciar a modernidade, lado a lado com o automóvel, o bonde talvez tenha sido o mais icônico, no que tange à moldagem de novos hábitos e os princípios de civilidade que já andavam tão mudados. Inicialmente puxado por tração animal, posteriormente a vapor e finalmente por energia elétrica, seu advento e representação no dia-a-dia das grandes metrópoles do mundo já foram explorados por outros autores (NEEDDEL, 1993; SEVCENKO, 1998; PESAVENTO, 1997; COSTA; SCWARTZ, 2000; SICILIANO, 2011), em busca de um entendimento da ideia de cidade que é desenvolvida, principalmente na segunda metade do século XIX no Brasil. Foi assunto para ilustrações e crônicas dos veículos de imprensa, a mais famosa delas publicada por Machado de Assis, na Gazeta de Notícias, em 4 de julho de 1883. Sob o título “Balas de Estalo”, o cronista divulga orientações (Figura 59) que regulamentariam o convívio entre os passageiros dos bondes, numa pedagogia bem humorada, com regras que se enquadrariam ao que Elias (1994) chamou de processo “psíquico civilizador”. Entre elas, a de como tossir, ler jornal, sentar sem incomodar o passageiro ao lado, a de conversar em voz baixa e de pagar pelo seu uso.

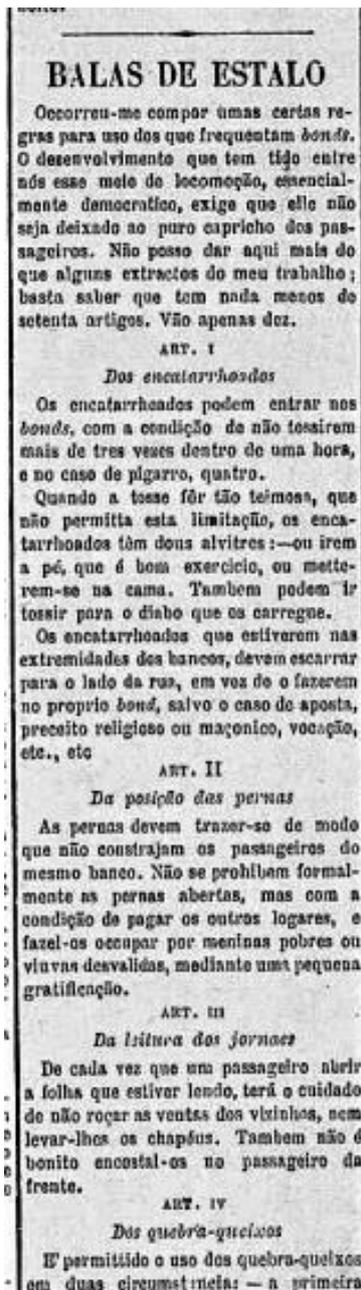


Figura 59 - Trecho da Crônica *Balas de Estalo*
 Fonte: *Gazeta de Notícias*, ed. 185, jul. 1883, p. 2. Disponível na Hemeroteca da Biblioteca Nacional.

O importante a sublinhar é como os bondes foram apropriados pela população e como essa adequação a um aparato tecnológico resultou em novas práticas e formas de sociabilidade, múltiplas, contraditórias, conforme o grupo que as ressignificava. O bonde é veículo mediador, propicia o diálogo e a interação entre grupos distintos de usuários, como diferentes categorias de idade, gênero, estado civil, classe social, estilos de vida, razões e formas de uso. “Os bondes, como transportes coletivos que incluíam todas as classes e eram usados para todo tipo de circulação,

trabalho e divertimento, não só transportavam passageiros, como expandiram os limites do privado para o espaço público, como importante vetor na construção e na consolidação de uma “cultura urbana” (SICILIANO, 2011, p.223).

O bonde, o automóvel, a luz elétrica, todos esses aparatos são mediadores na percepção das mudanças e no modo de vivenciar as sensibilidades cidadinas modernas. Numa relação de medo e encantamento, indivíduo e objetos ou bens de consumo são como atores e cenário, no grande teatro, em que a cada micro instante um ocupa a cena. Ora agindo ou sendo agidos, juntos vão acomodando-se, reorganizando-se nos espaços e no desempenho de novos espetáculos. Como postula Velho (1995), na metrópole contemporânea, sua constituição e natureza estão indissoluvelmente associadas a modos específicos de recortar e construir a realidade. Em grandes cidades como o Rio de Janeiro, geradoras de tensão e conflitos, as diferenças de interpretação e construção da realidade estabeleceram descontinuidades culturais que repercutiram em todo o sistema de relações sociais. Cada um dos objetos destacados nesse estudo contribuiu para a aspiração de um *ethos* urbano, um novo estilo de vida.

5

Considerações Finais

A *Revista Kósmos* era notadamente a voz das elites da época. Uma das maiores críticas à sua produção foi à ilustração excessiva e a falta de equilíbrio entre imagens e textos. Havia uma tendência a priorizar o aspecto visual o que, desta forma, levava os autores das narrativas das crônicas e dos anúncios a produzir texto com linguagem enfática para chamar a atenção do leitor. Para Dimas (1983, p. 9), *Kósmos* “era revista de ‘ilustração’, de popularidade, para preencher o ócio com dignidade”. Ler *Kósmos* era aspirar o novo, o moderno, o Brasil da República, do progresso. Era saber das notícias do mundo, mas apreciar também o país. Era usar termos em francês, vestir-se como os franceses, para viver e conviver no Rio de Janeiro.

Diferente das narrativas publicitárias do século XXI, as do início do século XX apresentadas neste estudo destacavam os produtos, os bens de consumos, os inventos, símbolos da Revolução Industrial e do desenvolvimento da produção, que ganhavam forças no Brasil. Claramente uma representação do sentimento otimista de progresso e modernidade. As representações têm energia própria. É a percepção do social que nunca é neutra, produz estratégia e práticas que tendem a impor uma autoridade sobre todas as outras possíveis. As narrativas presentes nos anúncios estudados eram majoritariamente de textos longos, sobre características dos produtos anunciados. Diferentes das de hoje, apresentavam-se pouco ricas em imagens criativas, porém, quando existiam, traziam objetos que simbolizavam de forma contundente a ideia de desenvolvimento, do progresso, do moderno. E os objetos, para além de sua materialidade, são importantes mediadores no desenvolvimento das ideias da modernidade nas cidades metrópoles.

Nas narrativas das edições analisadas, foram identificados movimentos sociais ligados ao processo de modernização e de obras da então capital do Brasil. Movimentos como o de Nacionalismo e do em prol da República, traduzidos na valorização da cultura brasileira. Nas crônicas estudadas, imperava um ar de otimismo que, embora não considerasse o profundo desgaste provocado aos mais pobres, trazia a perspectiva do tão almejado desenvolvimento do país.

A reforma urbanística operou em função da modernização do Rio de Janeiro e tinha como valor máximo a ideia de progresso, de desenvolvimento material, técnico e econômico. Ao longo das obras, foram baixadas várias medidas restritivas em relação ao comportamento do cidadão nos espaços públicos. Porém, para além de uma iniciativa excludente (na opinião de alguns historiadores), a reforma consistia em um projeto de inclusão social conservador, “planejado a partir de uma perspectiva organicista. De espectro amplo, buscou integrar as diversas regiões da cidade ao seu centro urbano, pensado como lugar privilegiado da difusão da civilização. Ficaram proibidos: o exercício de qualquer forma de comércio ambulante; a venda de bilhetes de loteria; a ordenha de vacas leiteiras nas ruas; a prática da medicina pública; os atos de urinar fora de mictórios, de cuspir nas ruas, de soltar fogos de artifício; a existência de cães soltos pela cidade. Todo esse esforço convergia para o objetivo de tornar a capital republicana uma “cidade civilizada”, condição segundo a imprensa indispensável para a inserção do Brasil no mundo do progresso.

E “civilizada” e “progresso” foram termos recorrentes para associar à modernidade que despontava. Apareciam sob formas diversas – civilidade, civilização, civilizado – projetando uma cidade que estaria livre dos defeitos que afetavam e perturbavam o desenvolvimento nacional. Além desses, adjetivos como chique, limpa, decente, moderna, assejada, além de “elegante e opulenta” (CARVOLIVA, 1903), também eram usados para destacar como ficaria a cidade com as reformas de ordem urbana e social.

Havia, pelo menos para a elite da época, uma perspectiva positiva, um futuro promissor, um otimismo que se refletia em palavras que remetiam ao futuro grandioso como “agigantados”, “victoriosa”, “triumphante”, “notável”, “immensa”, “extraordinária”, “vastos”, “esmagadora”, “próspera”, “absoluta”, “superiores”, dando a ideia de desenvolvimento material, técnico e econômico. Eram valores e regras que eram introjetados nos indivíduos, num processo educativo que transformava o homem não como a natureza o fez e sim como a sociedade desejava que ele o fosse (RODRIGUES, 1979).

No entanto, a percepção dos populares foi diferente. Para estes, as reformas significaram a perda da identidade, a repressão ao direito de circular pelas ruas e uma profunda crítica ao jeito matuto e simples de vestir-se e comportar-se. Em todos os anúncios com imagens de corpos, não havia um só negro ou mulato, raças

indesejáveis aos olhos e à presença daqueles que transformariam a capital em caixa de ressonância do mundo. Todos eram brancos, de feições finas e aspecto burguês. Tais imagens reforçavam o modelo de sociedade racista que existia e continuaria existindo, mas dessa vez com ares modernos, cosmopolitas. O progresso finalmente chegara e com ele corpos moldados e adaptados ao contexto social.

O processo civilizador da modernidade do início do século XX no Rio de Janeiro reforça a noção de cidadania de Elias (2001). Foi quase um poder moral independente, reforçado pela constante mensagem de imagens, narrativas, discursos, anúncios como os analisados na *Revista Kósmos*.

Tão importante quanto às reformas urbanas empreendidas por Pereira Passos foi a transformação social que emergia, implicando novos hábitos no se vestir, no se pentear, no se apresentar. Um projeto de modernização claramente visto e percebido como superficial e inautêntico. Padrões urbanos que não alcançaram e pioraram ainda mais as condições de vida de negros, mestiços e pobres da cidade (SOUZA, 2017).

Na *Kósmos*, havia por parte dos editores uma tendência a priorizar o aspecto visual o que, desta forma, levava as narrativas dos anúncios a apresentarem textos com discurso enfático chamando a atenção do leitor. Para Dimas (1983, p. 9), *Kósmos* “era revista de ‘ilustração’, para preencher o ócio com dignidade”. *Kósmos* e seus artefatos eram representações do sentimento otimista de progresso e modernidade, que servia principalmente aos ricos e poderosos. Tais representações não eram neutras, tinham energia própria. A ansiedade pelo progresso observável, porém sentido como imitação dos modos europeus, criou corpos adequados ao contexto, num processo educativo repressor, mas que fez da vida social na época sonho possível.

Desejava-se ser uma Nação a fim de obter uma identidade, mas tal obtenção implicava sua tradução para o discurso modernizador e civilizador dos países hegemônicos, porque só nos termos desse discurso o esforço e os êxitos eram avaliáveis e validados como tais (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 218). Os progressos narrados nas publicações ilustradas da época anunciavam uma sociedade melhor, mas ao mesmo tempo tornavam explícitas a fragilidade e a limitada velocidade de percepção e adaptação das pessoas.

Sobre as associações ao moderno, progresso e civilidade eram termos de uso frequente pela imprensa. Imagens de máquinas, inventos, equipamentos movidos a

energia elétrica surgiam como materialidade dessa nova conformação social. Eram chamados de “grandiosas máquinas”, “formidáveis aparelhos”, “perfeição”, de “irrecusável importância”, frutos do “trabalho científico e moral”. Entre os grupos sociais que se identificavam e orbitavam essa materialidade redentora, estavam os arautos do poder: presidente, ministros, governadores, e ainda representantes da burguesia recém constituída, como médicos, industriais, cientistas, engenheiros, empreiteiros.

Acontecimentos e eventos internacionais ganhavam a atenção das revistas, como estratégia para conformar o progresso que chegava. Podemos citar o 3º Congresso científico latino-americano e o 3º Congresso Panamericano, que representaram as novas alianças do país e a abertura do Brasil para o mundo!

Abrir a ex-colônia - e naquele momento recém constituída República do Brasil - significava atrair a atenção, mas também a presença de estrangeiros. No período estudado nesta tese, houve um grande crescimento populacional, fruto dos diversos movimentos econômicos sociais, que provocavam explosão de problemas e pressionavam ainda mais as reformas de ordem sanitária. Higiene e civilidade, associações ao moderno também encontradas nas análises empíricas, passaram a ser palavras de ordem. Só assim entendia-se ser possível livrar a capital federal das doenças que a distanciavam das capitais do mundo.

Propagandas eram para prevenir e controlar doenças, embelezar e perfumar os corpos, que para serem saudáveis precisavam parecer saudáveis. Ter pele sem queimaduras de sol, dentes bem cuidados, corpos perfumados e bem nutridos, corpos aperfeiçoados, significava se distanciar da imagem de país escravagista. Uma “anatomia política” (FOUCAULT, 2014) utilizada para que se operasse a modernidade requerida. Também nesse sentido, os grupos sociais citados eram os políticos, engenheiros e sanitaristas, que não poupavam esforços e tecnologias de poder para alcançar êxito.

O culto ao belo e ao bom gosto também foram expressões da modernidade do início do século XX. Estimulado na arte, no vestuário, na decoração da casa, no gosto musical, na arquitetura de prédios e monumentos públicos, havia um padrão visual estético que emoldurava a cena. Ver beleza nos espaços públicos fazia parte da construção do *ethos* moderno. Beleza era palavra muito citada. “Cidade bella”, “damas bellas”, “praças bellas”, “a belleza que passa”, eram alguns dos termos usados nas crônicas e anúncios estudados.

Revistas eram fontes de assimilação dos comportamentos muitas vezes fugazes. Orientações do que vestir, tipos de tecidos, cores e acessórios apropriados às ocasiões, eram temas igualmente recorrentes. A moda foi sem dúvida uma das manifestações estéticas mais importantes no processo de adoção de padrões civilizatórios. O padrão francês estava em quase tudo que era aspirado pela burguesia carioca. Nos objetos de vestuário, principalmente, mas até mesmo na linguagem usada na imprensa. Era comum a presença de anúncios e crônicas escritos em francês ou com uso excessivo de palavras nesse idioma. Falar francês era passaporte para quem queria ver e ser visto pelo mundo cosmopolita da capital federal.

A Avenida Central mereceu capítulo dedicado. Símbolo de beleza regeneradora da cidade e espetáculo da modernidade, estava entre os espaços e monumentos públicos que também se prestavam a um novo padrão de visualidade. Inauguradas em março de 1904 e finalizadas em novembro de 1905, as obras dessa via alteraram profundamente o dia-a-dia dos habitantes do Rio de Janeiro. Até ser inaugurada, a Avenida Central foi vista como mais um projeto em que se havia dúvidas sobre o real benefício e intuito. Termos e adjetivos usados para fazer referência às reformas auxiliavam não só na aspiração das ruas e calçadas amplas como na adaptação e aceitação dos desafios que impunham as obras. A ordem era priorizar o alargamento das ruas, o aumento da iluminação e da ventilação, o saneamento, irrompendo de maneira ampla e retilínea o centro do Rio, em contraste com as “vuelas estreitas, escuras e fétidas”.

O “processo civilizador” (ELIAS, 1994) também vinha sob forma de uma preocupação com o pleno funcionamento do espaço público, que passaria a ser mais eficaz com as reformas de ordem urbana. Sacrifício para todos, especialmente para os populares, que viram ser demolidas suas casas em prol dos “melhoramentos da cidade”. As crônicas usavam termos para normatizar e normalizar as reformas, já que estas haveriam “influir sobre os hábitos”, “despertar o bom gosto, o culto ao belo e ao ideal”.

“Imensa artéria”, “sonho absurdo de megalomania” eram alguns dos muitos adjetivos para denotar o esforço em alterar a imagem da capital. Neste tema, mais uma vez são os políticos, ou sejam “os agentes progressistas”, os principais grupos sociais citados. A construção da Avenida Central foi causa e consequência de grande projeto político que deu destaque ao Governo Federal e também a lideranças políticas locais. Além de edifícios do governo, ergueram-se na avenida jornais,

grandes lojas comerciais, clubes, hotéis e sedes de empresas. Quase todos os níveis de representação da sociedade se fizeram presentes no lugar. Viver a Avenida Central era estar *up to date*. Passear pela avenida era demonstração de status, ser moderno. Era experienciar o mesmo clima de compras e lazer elegante das principais capitais do mundo. A noção de modernidade da época passava pela reforma do espaço urbano e também da remodelagem dos hábitos e costumes.

Sobre o projeto civilizador do período, este aconteceu em quase todas as grandes cidades do País. Mas foi na capital federal que a materialização de novas formas de convívio com o moderno encontrou terreno fértil. Havia espaço sob forma de crônica e propagandas para a divulgação de importantes edifícios públicos, que foram deslocados ou inaugurados na Avenida Central, dando ainda mais eloquência e destaque ao lugar. Edifícios feitos de mármore e cristal, lampiões à luz elétrica, fachadas ao estilo *art nouveau* faziam da Avenida Central cartão postal para ver, ser visto e sentido.

Exibir-se no espaço público, experienciar passeios, encontros, estímulos visuais, em cidade com ares cosmopolitas era parte da vida dos cariocas no início do século XX. Essa aura de mundo apressado, de variadas emoções, constitui-se característica das grandes capitais do mundo. E no Rio de Janeiro não foi diferente. As crônicas de *Kósmos* e de outros impressos periódicos se ocupavam em descrever com texto e imagem o quanto havia se alterado a vida social dos abastados da capital federal. Corridas, regatas, almoços, jantares, viagens, concertos, conferências eram o “delírio do divertimento” que se opunha à vida produzida na esfera do trabalho. Conferências nacionais e internacionais aconteciam em grande número. No mês de setembro de 1907, alcançou a marca de 48. Sinal que, segundo cronistas, o Brasil se abria e com certo protagonismo aos grandes eventos mundiais. Restritos às grandes cidades, esses acontecimentos sociais eram passos iniciais no longo caminho de consolidação da República.

Novamente, o empenho de determinados grupos das cercanias do poder foi destaque da imprensa como “sábua política diplomática”. Para os cronistas de *Kósmos*, era momento de recuperar a importância política que tinha durante o império, porém sob novo regime e com reconhecimento internacional. De preferência tentando esconder a existência de dois Brasis: o que aspirava ser moderno e o ainda conservador do tempo de colônia.

A valorização de elementos nacionais foi, ao longo do tempo histórico estudado nesta tese, se constituindo e com ela a busca pelo convencimento de todos sobre a importância da cultura brasileira. Não cabia mais à sociedade a imagem de “escrava da França”. Como ainda existia o hábito de valorizar produtos e a cultura europeia, a saída era usar os anúncios para mostrar a pujança da indústria brasileira e seus produtos que “rivalizavam com estrangeiros”. Com o ideário republicano de colocar o Brasil na agenda do comércio mundial, a publicidade passou a dar destaque ao produto nacional usando argumentos como “premiado em Pariz”, “igual a inglesa”, contribuindo na aspiração de um novo valor moral: Brasil como nação!

Outra forma de compreender a modernidade carioca do início dos mil e novecentos foi pensa-la sob o âmbito dos progressos materiais e do desenvolvimento de uma cultura material, que também eram expressões de civilidade. As narrativas das crônicas e anúncios das revistas ilustradas permitiram compreender como a sociedade lidava com objetos e tecnologias considerados “modernos”. No período estudado, objetos e sujeitos se misturavam, não só no aspecto literal (pessoas entre escombros, picaretas, demolições, inventos, praças e calçadas) como agiam e eram agidos, numa simbiose que os transformava e conformava como modernos. Artefatos e bens surgiam como marcadores culturais eloquentes, classificando e hierarquizando grupos sociais, condições econômicas, famílias e toda sua rede de relações.

A convivência com automóveis, telégrafos, gramofones, bondes e outras tecnologias movidas à energia elétrica, era percebida de formas distintas. Havia o medo, mas também a ansiedade de vivenciar o prurido do moderno. Eram objetos que assustavam e encantavam em igual medida. Nada estáticos, esses artefatos tecnológicos agiam emoldurando o cotidiano da capital federal, proximidade que auxiliou na aspiração ao *ethos* moderno.

Sobre os corpos, pairavam roupas brancas, penas, rendas, fraques, chapéus. Era a moda internacional, especialmente de Paris e Londres, nem sempre adequada aos trópicos. Esse tipo de consumo material, como em momentos anteriores da história, era processo de distinção social. Para pertencer a determinados círculos sociais, era preciso compartilhar um modo de vida, que passava por usar chapéus, bengalas, espartilhos, sapatos, rendas, tecidos importados ou nos moldes estrangeiros.

Belo por fora e saudável por dentro. O cuidado com a saúde do corpo e a aparência de forte e sadio exigiam o consumo de medicamentos, elixires, sabonetes e colônias. Nesse tempo, a contenção da febre amarela e da rubéola teve prioridade na ação do governo brasileiro, que pouco ou nada investia na tuberculose, doença que mais matava. Essa realidade atingia principalmente os populares e provocava uma imagem de país atrasado, de capital insalubre, que atravessava oceanos e alcançava outros continentes. Era preciso apagá-la!

Prédios imponentes, fachadas ricas, vitrines amplas, obeliscos e estátuas assinadas por artistas europeus eram também símbolos do moderno. Uma estética urbanística que auxiliava na constituição de novos valores. Novas formas de visualidade e experiência, empórios elegantes, lojas circundadas de vidro, confeitarias com decoração francesa, jardins e praças aos moldes parisienses, faziam parte de um ritual que se adequava ao desejo de espelhamento da metrópole carioca aos arquétipos europeus. Através e com os objetos, os indivíduos se constituíam como parte do processo civilizador, nem sempre fácil de se adequar. Esses aparatos foram mediadores da percepção das mudanças e no modo de vivenciar as sensibilidades cidadinas modernas. Auxiliaram no projeto de transformar o Rio de Janeiro na vitrine de todas as cidades brasileiras.

Embora essa materialidade exposta em crônicas e anúncios tenham sido “mostradores” do remodelamento material da cidade e da transformação dos usos e costumes, poucas foram as mudanças a respeito da lógica da cidade ou ao lugar social dos agentes. O cenário moderno só disfarçou a antiga cidade. “A cidade “moderna” era ainda a cidade “colonial”, a despeito das novas formas, fossem estas formas arquitetônicas ou formas de governo” (NEVES, 1992, p. 8). O Rio de Janeiro e toda a sua concretização da ordem e do progresso serviram de cidade personagem, para aparecer nas cenas mais convenientes do espetáculo mundial. Acima de tudo foi capital ícone de um projeto de permanências, revelando principalmente a subordinação dos ideais de progresso à manutenção da ordem.

6

Referências Bibliográficas

ACRÍSIO. Chronica Elegante. *Revista da Semana*, nº 221, p. 14, 7 ago. 1904. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/025909/per025909_1904_00221.pdf>. Acesso em: 23 jan. 2020.

ALVES, Sancho. Immunisações e imunidades. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 8, p. 23-24, ago. 1904. Disponível em: http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1904_00008.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2020.

ALVES, Sancho. Commentarios. *Kósmos*, nº 3, p. 35-37, mar 1905. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1905_00003.pdf>. Acesso em 13 jan. 2020.

AQUILA. Chronica. *Revista da Semana*, Rio de Janeiro, nº 276, p. 4-6, ago. 1905. Disponível em: http://memoria.bn.br/pdf/025909/per025909_1905_00276.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2021.

ARAÚJO, R. M. B. **A vocação do prazer**: a cidade e a família no Rio de Janeiro republicano. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

BARBOSA, Marialva. **Os Donos do Rio: Imprensa, Poder e Público**. Rio de Janeiro: Vício de Leitura, 2000.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1972.

BAUDELAIRE, Charles. O pintor da vida moderna. In: BAUDELAIRE, Charles. **O pintor da vida moderna**. Jérôme Dufilho e Tomaz Tadeu (orgs.). Belo Horizonte: Autêntica, 2010, p. 13-90.

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1973.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1991.

BENJAMIN, Walter. Paris, capital do século XIX. In: Walter Benjamin. **Sociologia**. Flávio Kothe (org). São Paulo: Ed. Ática, 1985, p. 30-43.

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2009.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, W. [et al]. **Benjamin e a obra de arte: técnica, imagem, percepção**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012, p. 11-42.

BIJKER, Wiebe E. King of the road: the social construction of the safety bicycle. In: CANDLIN, Fiona; GHINS, Raiford (Ed.). **The Object Reader**. Londres: Routledge, 2009.

BILAC, Olavo. Chronica. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 1, p.7-9, jan; 1904. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1904_00001.pdf>. Acesso em 13 jan. 2021.

BILAC, Olavo. Chronica. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 3, mar. 1904. Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1904_00004.pdf>. Acesso em 13 jan. 2020.

BILAC, Olavo. Chronica. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 4, abr. 1904. Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1904_00004.pdf>. Acesso em 13 set. 2021.

BILAC, Olavo. Chronica. *Kósmos*. Rio de Janeiro, nº 11, pag. 3-4, nov.1904. Disponível em: http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1904_00011.pdf>. Acesso em 24 abr. 2020.

BILAC, Olavo. Chronica. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 2, p. 3-4, fev. 1905. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1905_00002.pdf>. Acesso em 24 abr. 2020.

BILAC, Olavo. Chronica. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº7, p. 7-8, jul. 1905. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1905_00007.pdf>. Acesso em: 23 jan. 2020.

BILAC, Olavo. Chronica. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 11, p. 3-5, nov. 1905. Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1905_00011.pdf>. Acesso em: 23 jan. 2020.

BILAC, Olavo. Chronica. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 6, p. 3-5, jun. 1906. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1906_00006.pdf>. Acesso em 13 dez. 2020.

BILAC, Olavo. Chronica. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 8, p. 3-4, ago. 1906. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1907_00007.pdf>. Acesso em: 17 dez. 2020.

BILAC, Olavo. *Chronica. Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 10, p.3-5, out. 1906. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1906_00010.pdf>. Acesso em: 2 dez. 2020.

BILAC, Olavo. *Chronica. Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 3, p. 2-3, mar. 1907. Disponível em: http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1907_00003.pdf>. Acesso em: 2 dez. 2020.

BILAC, Olavo. *Chronica. Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 5, p. 4-6, maio 1907. Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1907_00005.pdf>. Acesso em: 3 dez. 2020.

BILAC, Olavo. *Chronica. Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 7, p. 2-3, jul. 1907. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1907_00007.pdf>. Acesso em: 3 dez. 2020.

BILAC, Olavo. *Chronica. Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 8, p. 2-3, ago. 1907. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1907_00008.pdf>. Acesso em: 5 dez. 2020.

BILAC, Olavo. *Chronica. Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 1, p. 4-5, jan. 1908. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1908_00001.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2021.

BILAC, Olavo. *Chronica. Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 3, p. 4-5, mar. 1908. Disponível em: http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1908_00003.pdf>. Acesso em: 29 abr. 2021.

BILAC, Olavo. *Chronica. Kósmos*. Rio de Janeiro, nº 5, p. 3-4, maio 1908. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1908_00005.pdf>. Acesso em: 13 abr. 2021.

BERMUDES. Cartas de um Tabaréu. *Revista da Semana*, nº 258, p. 7-8, 23 abr. 1905. Disponível: < http://memoria.bn.br/pdf/025909/per025909_1905_00258.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2020.

BERMUDES. Cartas de um Tabaréu. *Revista da Semana*, nº 341, p. 7-8, 4 nov. 1906. Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/025909/per025909_1906_00341.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2020.

BOURDIEU, Pierre. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ (org). **Pierre Bourdieu**: sociologia. Tradução de Montero e Auzmendi. São Paulo: Ática, 1983, p. 82-121.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp/Porto Alegre: Zouk, 2007.

BURLAMAQUI, Armando. A nova política internacional brasileira. *Kósmos*, nº 5, p. 29-32, maio 1906. Disponível em: http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1906_00005.pdf. Acesso em: 29 jan. 2021.

CARVOLIVA, Agenor. Chronica. *Revista da Semana*, nº 163, p. 3, jun. 1903. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/025909/per025909_1903_00163.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2020.

CRARY, Jonathan. A modernidade e o problema da atenção. In CRARY, Jonathan. **A suspensão da crença: atenção, espetáculo e cultura moderna**. São Paulo: Cosac Naify, 2013, p 25-105.

CRARY, Jonathan. A modernidade e o problema do observador. In CRARY, Jonathan. **Técnicas do observador: visão e modernidade no século XIX**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012, p. 11-32.

CORBIN, Alain. **História da Vida Privada: da Revolução Francesa à Primeira Guerra**. Vol. 4. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

CARVALHO, J.C. de Mariz. Pulcherrima Rerum. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 9, set. 1904. Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1904_00009.pdf>. Acesso em: 23 maio 2021.

CHALHOUB, Sidney; NEVES, Margarida S; PEREIRA, Leonardo A. M (org.), **História em cousas miúdas: capítulos de História Social da crônica no Brasil**. Campinas: Editora da Unicamp, 2005.

CHARTIER, Roger. **História da vida privada volume 3: da Renascença ao Século das Luzes**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

COSTA, Angela; SCHWARCZ, Lilia Moritz. **1890-1914: no tempo das certezas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CUNHA, Maria Teresa Santos; CECCHIN, Cristiane. Tenha modos! Educação e Sociabilidades em manuais de civilidade e etiqueta (1900 – 1960). In: X SIMPÓSIO INTERNACIONAL PROCESSO CIVILIZADOR, 2007, Unicamp, Campinas. Disponível em: <https://www.uel.br/grupo-estudo/processoscivilizadores/portugues/sitesanais/anais10/Artigos_PDF/Cristiane_Cecchin.pdf>. Acesso em: 13 maio 2020.

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis**: para uma sociologia do dilema brasileiro. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DAMATTA, Roberto. **Você sabe com quem está falando? Estudos sobre o autoritarismo brasileiro**. Rio de Janeiro: Rocco, 2020.

DE DECCA, Edgar Salvadori. **O Nascimento das Fábricas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

DIAS, Carlos Malheiros. Cartas de Portugal. *Kósmos*, nº 2, p. 5-8, fev. 1906. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1906_00002.pdf>. Acesso em: 19 jan. 2021.

DIMAS, Antonio. **Tempos Eufóricos Análise da Revista Kósmos: 1904-1909**. São Paulo: Ed. Ática, 1983.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2009.

ELIAS, Norbert. **A sociedade de corte**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

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

FLUMINENSE, Américo. Aspectos e Costumes: o Morro do Castelo. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 10, p. 43-46, out. 1905. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1905_00010.pdf>. Acesso em: 13 maio 2021.

FORTY, Adrian. **Objetos de Desejo**: design e sociedade desde 1970. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Organização e Tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2014.

FREIRE, Gilberto. **Sobrados e Mucambos**: decadência do patriarcado rural e desenvolvimento urbano. Rio de Janeiro: José Olympio, 2015.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GIL. Chronica. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 9, p. 50-53, set. 1904. Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1904_00009.pdf>. Acesso em 12 fev. 2020.

GIL. Chronica. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 10, p. 4-7, out. 1904. Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1904_00010.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2021.

GIL. Renascimento. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 5, p. 24-35, maio 1905. Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1905_00005.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2020.

GIL. A grande artéria. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 11, p. 35-41, nov. 1905. Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1905_00011.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2020.

GIL. A estatuária dos jardins públicos. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 12, p. 58-61, dez. 1907. Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1907_00012.pdf>. Acesso em: 17 fev. 2020.

GOMES, Renato Cordeiro. **Todas as cidades, a cidade. Literatura e experiência urbana.** Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

GORBERG, Marissa. **Parc Royal: um magazine na modernidade carioca.** 2013. Dissertação (mestrado) - Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, Programa de Pós-Graduação em História, Política e Bens Culturais, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2013.

GROSZ, Elizabeth. The Thing. In: CANDLIN, Fiona; GUINS, Raiford (ed.). **The object reader.** London: Routledge, 2009.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural da Esfera Pública. Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HEIDEGGER, Martin. The thing. In CANDLIN, Fiona; GUINS, Raiford (ed.). **The object reader.** London: Routledge, 2009.

KELLER, Alexandra. Disseminações da modernidade: representação e desejo do consumidor nos primeiros catálogos de venda por correspondência. In: CHARNEY, Leo; SCHARTZ, Vanessa R. (orgs). **O cinema e a invenção da vida moderna.** São Paulo: Cosac Naify, 2004, p. 185-214.

KELLNER, Douglas. Guerras entre teorias e estudos culturais. In: KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia- estudos culturais**: identidades e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: Edusc, 2001, p. 25-74.

KOSELLECK, Reinhart. **Crítica e crise**: uma contribuição à patogênese do mundo burguês. Rio de Janeiro: EdUERJ Contraponto, 1999.

KOSELLECK, Reinhart. Espaço de experiência e Horizonte de expectativa: duas categorias históricas. In: KOSELLECK, Reinhart. **Futuro Passado**: contribuição à semântica dos tempos históricos. Rio de Janeiro: Contraponto, Editora PUC-RJ, 2006.

KÓSMOS. Editorial. *Kósmos*, nº 1, p. 6, jan. 1904. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1904_00001.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2020.

KÓSMOS. O obelisco da Avenida. *Kósmos*, nº 11, p.24-25, nov. 1906. Disponível em: http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1906_00011.pdf>. Acesso em: 13 maio 2020.

KÓSMOS. Exposição Nacional de 1908. *Kósmos*, nº 7, p. 6-8, jul. 1908. Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1908_00007.pdf>. Acesso em: 12 maio 2020.

LIMA CAMPOS. Um Paizagista Pernambucano. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 5, p. 11-17, maio 1905. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1905_00005.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2021.

LIMA CAMPOS. O Congresso Latino-Americano. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 8, p.11-18, ago. 1905. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1905_00008.pdf>. Acesso em: 13 jan. 2021.

LATOUR, Bruno. From realpolitik to dingpolitik or how to make things public. In: CANDLIN, Fiona e GHINS, Raiford (Ed.) **The Object Reader**. Londres: Routledge, 2009.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o Social**: uma introdução à Teoria do Ator-Rede. Tradução de Gilson César Cardoso de Sousa. Salvador/Bauru: Edufba/Edusc, 2012.

LISBOA, Alfredo. Obras do Porto do Rio de Janeiro. *Kósmos*. Rio de Janeiro, nº 2, p.42-50, fev. 1904. Disponível em: http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1904_00004.pdf. Acesso em: 27 mar. 2021.

LISBOA, Alfredo. A Avenida Central. *Kósmos*. Rio de Janeiro, nº 11, p. 37-44, nov. 1904. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1904_00011.pdf>. Acesso em 28 maio 2021.

LUCA, Tânia Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Basanessi (Org). **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2005.

MACENA, Fabiana F. **Madames, mademoiselles, melindrosas**: feminino e modernidade na revista FonFon (1907-1914). 2010. Dissertação (mestrado) - Programa de Pós Graduação em História, Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

MACHADO NETO, A. L. **Estrutura Social da República das Letras** (Sociologia da Vida Intelectual Brasileira – 1870-1930). São Paulo: Edusp, 1973.

MAQUIAVEL. Contradansa Política. *Revista da Semana*, ano 5, nº 227, p.4, 18 set. 1904. Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/025909/per025909_1904_00227.pdf>. Acesso em 23 jan. 2020.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2008.

MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em Revista**: Imprensa e Práticas Culturais em Tempos de República, São Paulo (1890-1922). 1ª Ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo/Fapesp, 2008.

MAUAD, Ana Maria. **Sob o signo da imagem**. 1990. Dissertação (mestrado) – Pós Graduação em História, CEG, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 1990.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2015.

MCCRACKEN, Grant. **Produção do consumo moderno**. In: MCCRAKEN, Grant. **Cultura e Consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003, p. 30-52.

MILLER, Daniel. **Material culture and mass consumption**. Oxford and New York: Basil Blackwell, 1987.

MILLER, Daniel. **Consumo como cultura material**. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007.

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material**. Tradução Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

MILLS, C. Wright. **O artesanato intelectual e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

NEEDEL, Jeffrey D. – **Belle Époque tropical: Sociedade e cultura de elite no Rio de Janeiro na virada do século**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

NEVES, Margarida de Souza. **As vitrines do progresso**. Rio de Janeiro: PUC / Departamento de História/Finep PUC, 1986.

NEVES, Margarida de Souza. Brasil! Acertai vossos ponteiros! In: MUSEU DE ASTRONOMIA E CIÊNCIAS AFINS (org.) **Brasil! Acertai vossos ponteiros!** Rio de Janeiro: PUC/ Departamento de História/MAST/CNPq, 1992, p. 35-43.

OLIVEIRA, C; VELLOSO, M. P; LINS, V. **O Moderno em Revistas: Representações do Rio de Janeiro de 1890 a 1930**. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

OLIVEIRA, Milena Fernandes. **Consumo e cultura material, São Paulo ‘Belle Époque’ (1890-1915)**. 2009. Tese (Doutorado) - Instituto de Economia, UNICAMP, São Paulo, 2009.

ORTIZ, Renato. **Modernidade e Cultura**. A França no século XIX. São Paulo: Brasiliense, 1992.

ORTIZ, Renato (org.). **Bourdieu – Sociologia**. Coleção Grandes Cientistas Sociais volume 39. São Paulo: Ática., 1983, p.82-121.

PAZ, Otavio. **Os Filhos do Barro**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1984.

PEDERNEIRAS, Mário. Tradições. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 10, p. 17-18, out. 1906. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1906_00010.pdf>. Acesso em 22 jan. 2020.

PEDERNEIRAS, Mário. Tradições. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 11, p. 34, nov. 1906. Disponível em: http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1906_00011.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2020.

PEDERNEIRAS, Mário. Tradições. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 1, jan. 1907. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1907_00001.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2020.

PEDERNEIRAS, Mário. A mulher e a rua. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 11, p. 22-23, nov. 1907. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1907_00011.pdf>. Acesso em 28 jan. 2020.

PESAVENTO, Sandra J. **Exposições Universais: Espetáculos da Modernidade do Século XIX**: Estudos Urbanos 12. São Paulo: Hucitec, 1997.

RAPPAPORT, Erika. Uma nova era de compras: a promoção do prazer feminino no West End Londrino 1909-1914. In: CHARNEY, Leo; SCHATZ, Vanessa R (orgs). **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac Naify, 2004, p. 157-184.

REIS, Miguel Geraldo Mendes. **Alfredo Storni e seu Zé Macaco**: a pedagogia da subjetividade moderna nas historietas de O Tico-Tico. 2021. Tese (doutorado) – Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2021.

ROCHA, E. **Magia e capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense; 1995.

ROCHA, Everardo; FRID, Marina; CORBO, William. **O paraíso do consumo**. Rio de Janeiro: Mauad. 2016.

RODRIGUES, J. C. **O Tabu do Corpo**. Rio de Janeiro: Achiamé, 1979.

ROSA, Ferreira. Dr. Francisco Pereira Passos. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 2, p. 31-32, fev. 1905. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1905_00002.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2020.

ROSA, Ferreira. Avenida Central. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº11, p. 26-32, nov. 1905. Disponível em: http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1905_00011.pdf>. Acesso em 15 jan. 2020.

S. O commercio japonês: sua expansão mundial. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 10, p.49-50, out. 1907. Disponível em: < http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1907_00010.pdf> Acesso em 29 jan. 2021.

SANTOS, Luiz Cezar Silva dos. **Publicidade belle époque**: a mídia impressa nos periódicos da cidade de Belém entre 1870-1912. 2010. Dissertação (Mestrado) – Departamento de História, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

SEVCENKO, Nicolau. A Capital Irradiante: técnicas, ritmos e ritos do Rio. In: NOVAIS, Fernando A; SEVCENKO, Nicolau. **História da Vida Privada no Brasil** (volume. 3): República: da Belle Époque à era do rádio. São Paulo: Cia das Letras, 1998.

SICILIANO, Tatiana O. **Pintura e teatro: a pedagogia do olhar n' O Tribofe de Arthur Azevedo.** *Sociologia & Antropologia*, Rio de Janeiro, v.4, nº 1, p. 207–232, junho, 2014.

SCHMIDT, F.G. Assimilação do Imigrante. *Kósmos*, Rio de Janeiro, nº 7, jul. 1906. Disponível em: http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1906_00007.pdf>. Acesso em: 17 jan. 2020.

SICILIANO, Tatiana O. **A cultura das mídias e a experiência urbana na Belle Époque carioca.** In 25º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2016. Anais 25º Encontro Anual da Compós. Goiânia: Universidade Federal de Goiânia, 2016.

SICILIANO, Tatiana O. **O 'Rio que Passa' por Arthur Azevedo: Cotidiano e Vida Urbana na Capital Federal da alvorada do século XX.** Rio de Janeiro: UFRJ/MN / PPGAS, 2011.

SICILIANO. **Você faz o que te faz feliz?** Então, abra a felicidade: as semelhanças entre as narrativas publicitárias e os relatos sobre trajetórias profissionais. *RECIIS - Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 1-12, abr./jun. 2016.

SICILIANO, Tatiana; ROCHA, Everardo; MEDEIROS, Maria Carolina; PORTER, Melba. **Flagrantes e anúncios: temporalidades em perspectiva na revista ilustrada Fon-Fon!.** *Contracampo*, Niterói, v. 38, n.1, p. 5-21, dez. 2019/mar 2020.

SIMAS, Daniele. **O desmonte do Morro do Castelo.** Biblioteca Nacional, 27 de maio de 2020. Disponível em: <<https://www.bn.gov.br/acontece/noticias/2020/05/desmonte-morro-castelo>>. Acesso em 8 fev. 2021.

SINGER, Bem. Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular. In: CHARNEY, Leo; SCHATZ, Vanessa R (orgs). **O cinema e a invenção da vida moderna.** São Paulo: Cosac Naify, 2004 p. 95-126.

SIMMEL, G. **As Grandes Cidades e a Vida do Espírito.** *Revista Mana*, Rio de Janeiro, n. 11 (2), p. 577- 591, 2005.

SOUZA, Jessé. **A Elite do Atraso: Da Escravidão à Lava Jato.** Rio de Janeiro: Leya, 2017.

TAYLOR, Charles. A identidade e o bem. In: TAYLOR, Charles. **As fontes do self: a construção da identidade moderna.** São Paulo: Edições Loyola, 1997.

VEBLEN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa**: um estudo econômico das instituições. Tradução de Olívia Krahenbuhl. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

VELHO, Gilberto. **Estilo de vida urbano e modernidade**. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, vol. 8, n. 16, 1995.

VELHO, Gilberto. **Projeto e Metamorfose**: antropologia das sociedades complexas. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. **Fon-fon! Buzinando a modernidade**. Cadernos de Comunicação e Memória n° 22. Rio de Janeiro: Prefeitura do Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204434/4101430/memoria22.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2020.

VERHAGEN, Marcus. O cartaz na Paris fim de século: aquela arte volúvel e degenerada. In: CHARNEY, Leo & SCHARTZ, Vanessa R. (orgs). **O cinema e a invenção da vida moderna**. São Paulo: Cosac Naify, 2004, p.127-156.

VIANNA, Joaquim. A reacção contra a influencia intectual franceza. *Kósmos*, Rio de Janeiro, n° 12, dez. 1908. Disponível em: http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1908_00012.pdf>. Acesso em: 17 set. 2020.

VIEIRA, Celso. De Relance. *Kósmos*, Rio de Janeiro, n°5, p. 49-51, maio 1907. Disponível em: <http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1907_00005.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2021.

Z. Vindicta Popular. *Kósmos*, Rio de Janeiro, n 2, p. 46, fev. 1908. Disponível em: http://memoria.bn.br/pdf/146420/per146420_1908_00002.pdf>. Acesso em: 3 jul. 2020.