

Andreza Gonzalez Rodrigues Mota

**DIVIRTA-SE QUEM PUDER:**

História e lazer em Belo Horizonte através da revista Semana Ilustrada, 1927-1928

Belo Horizonte

Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional/UFMG

2018

Andreza Gonsalez Rodrigues Mota

**DIVIRTA-SE QUEM PUDER:**

História e lazer em Belo Horizonte através da revista Semana Ilustrada, 1927-1928

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer da Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Estudos do Lazer.

Orientador: Prof. Dr. Cléber Dias

Belo Horizonte

Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da UFMG

2018



### ATA DA 138ª DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

#### ANDREZA GONSALEZ RODRIGUES MOTA

Às 09h00min do dia 24 de julho de 2018 reuniu-se na Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da UFMG a Comissão Examinadora de Dissertação, indicada pelo Colegiado do Programa para julgar, em exame final, o trabalho “*DIVIRTA-SE QUEM PUDER: História e lazer em Belo Horizonte através da revista Semana Ilustrada, 1927-1928*”, requisito final para a obtenção do Grau de Mestre em Estudos do Lazer. Abrindo a sessão, o Presidente da Comissão, Prof. Dr. Cleber Augusto Goncalves Dias, após dar a conhecer aos presentes o teor das Normas Regulamentares do Trabalho Final, passou a palavra para a candidata, para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, com a respectiva defesa da candidata. Logo após, a Comissão se reuniu, sem a presença da candidata e do público, para julgamento e expedição do resultado final. Foram atribuídas as seguintes indicações:

Membros da Banca Examinadora	Aprovada	Reprovada
Prof. Dr. Cleber Augusto Goncalves Dias (Orientador)	X	
Prof. Dr. Andre Maia Schetino (Centro Universitário Metodista Izabela Hendrix)	X	
Prof. Dr. Silvio Ricardo da Silva (UFMG)	X	

Após as indicações a candidata foi considerada: Aprovada

O **resultado final** foi comunicado publicamente, para a candidata pelo Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar o Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora.

Este documento tem validade de 60 dias.

Belo Horizonte, 24 de julho de 2018.

Prof. Dr. Cleber Augusto Goncalves Dias \_\_\_\_\_

Prof. Dr. Andre Maia Schetino \_\_\_\_\_

Prof. Dr. Silvio Ricardo da Silva \_\_\_\_\_

*À Deus, pela manutenção da minha fé, de onde advém toda a minha força.*

*À Lara, que assim que nasceu, me fez renascer.*

*Aos amados Roberto, Márcia, Priscila, Gustavo, Bruno e Guilherme, que constituem  
o alicerce da minha vida.*

*Gratidão.*

## AGRADECIMENTOS

Aos meus pais Márcia e Roberto, pelo amor puro, incentivo e dedicação incondicional.

Aos meus amores Priscila, Gustavo e Lara, pela benevolência, proteção e companheirismo, por me fazerem enxergar beleza nas coisas mais simples da vida.

Aos meus queridos avós Maria e Benedito, Piedade e Edson (*in memoriam*) e aos demais familiares pela ternura, princípios e valores ensinados.

Aos sábios André Schetino, Cléber Dias, Silvio Ricardo, e Tarcila Bretas, por me acolherem no universo acadêmico e partilharem comigo carinho, paciência e conhecimento. Por possibilitarem uma construtiva convivência que se fez fundamental para meu crescimento. Entre broncas e afago, vocês foram o apoio e incentivo necessários quando eu mesma estive descrente.

Aos meus amigos de longa data Guilherme, Carolina e Rina, os primeiros a me ensinarem o significado de amizade, e a Fernanda pelo cuidado e apreço. Aos que também estão sempre na torcida para que tudo dê certo, em especial Mariz, Bia, Rodrigo, Daniel, Neta, Lu, Harry, Digi, Ari e Bruna, gratidão pelo valoroso afeto, que a anos perdura.

Aos que tive prazer em conhecer nessa caminhada, mormente Lucas, Ludmila, Vinicius, Renata e Larissa, pela troca de risadas, aflições, ajuda e conselhos. Ao “companheiro” Vitor, que colocou à minha disposição não somente sua erudição, mas seu carisma, generosidade e amizade, desde o primeiro apertar das mãos.

Aos funcionários do acervo da Hemeroteca Histórica da Biblioteca Pública Luiz de Bessa, pelo cauteloso atendimento, sugestões e agradáveis e longas conversas.

A Patrícia, por confiar no meu trabalho, e pela sensibilidade e compreensão neste período em que necessitei ausência.

Louvo e bendigo a Deus, por ter me concedido mais essa conquista!



*(...) Que luta pavorosa entre florestas e casas...*

*Todas as idades humanas*

*Macaqueadas por arquiteturas históricas.*

*Torres torreões torrinhas e tolices*

*Brigam em nome da?*

*Os mineiros secundaram em couro:*

*Em nome da civilização! (...)*

*Mário de Andrade*

## RESUMO

Este estudo se foca na investigação e análise das diversões retratados pela revista “Semana Ilustrada”, através das suas publicações de 1927 e 1928, circulantes em Minas Gerais e atualmente localizadas no acervo da Hemeroteca Histórica da Biblioteca Pública Luiz de Bessa (Belo Horizonte, MG). Uma das principais características da revista, que a distinguia da concorrência na época, era a capacidade de publicar imagens auto-explicativas; isto é, elas não exigiam textos auxiliares para que o conteúdo fosse entendido pelo público. Ainda que de vida efêmera, de caráter noticiário, artístico, humorístico, crítico e literário, “Semana Ilustrada” evidenciou em suas páginas a apropriação dos espaços públicos pelas camadas mais abastadas da sociedade mineira, tais como a missa, o footing, os *picnic's*, o carnaval e os *sports*. Além disso, a revista fazia questão de prestigiar as várias aparições de membros da alta sociedade em espaços privados, criados especificamente para o encontro da elite, como o “Cassino Capitólio” e o “Theatro Municipal”; cinemas como o “Glória”, o “Avenida” e o “Pathé”, sem faltar os bares como o “Stadt Wien”, “Grande Hotel” e “Império”. A omissão, quase que total, de conflitos trazidos pela urbanização era representada em seu conteúdo perene, apesar do criticismo ser característica de sua definição em seu Expediente e estar presente em algumas capas, crônicas, versos e ilustrações. Constituindo uma das características importantes do periódico, seu caráter comercial evidenciou sua preocupação com a formação de um mercado consumidor. Por fim, de forma geral notou-se que, em síntese, há um grande indicativo de que o grande público alvo da “Semana Ilustrada” era constituído por jovens estudantes e adultos etilizados, sendo os consumidores dos sofisticados produtos e dos novos hábitos da modernidade publicados no periódico, incluindo as diversões. Afinal, as camadas médias, alfabetizadas e mais afortunadas que ocupavam os espaços na revista, com a justificativa e esforço do periódico em mostrar que somente as mesmas ocupavam os espaços da cidade.

**Palavras-chave:** Belo Horizonte. Diversões. Revista Semana Ilustrada.

## ABSTRACT

This paper focuses on the research and analysis of the leisure portrayed by *Semana Ilustrada* magazine, mainly based on the publications distributed in the state of Minas Gerais, Brazil, between the years of 1927 and 1928, currently stored in the Historical Newspaper Library's collection of the State Public Library Luiz de Bessa (Belo Horizonte, MG). One of the main features of the magazine, which distinguished it from the competition at the time, was the ability to publish self-explanatory images; that is, they did not require auxiliary texts to be understood. Despite of its short lifespan, "*Semana Ilustrada*" ("Illustrated Week") used to publish content about the appropriation of public spaces by the most wealthy layers of Minas Gerais society, such as mass, jogging (written as footing at the time), picnicking, sports (written as *sportes* at the time), as well as articles of artistic, humorous, critical, literary and also news format. In addition, the magazine made a point of honoring the various members of the high society when they show up in private spaces created specifically for the elite meeting, such as the "Cassino Capitólio" and the "Theatro Municipal"; movie theaters like "Glória", "Avenida" and "Pathé", without missing some pubs like "Stadt Wien", "Grande Hotel" and "Império". But the almost complete omission of conflicts brought about by urbanization was represented in its continuous content, although criticism is characteristic of its definition in its working hours and present in some covers, chronicles, verses and illustrations. Being one of the newspaper's important characteristics, its commercial character evidenced its concern with the formation of a consumer market. Finally, in general it was noted that, in summary, there is a great indication that the great target audience of "Illustrated Week" was composed of young students and adults, being the consumers of the sophisticated products and the new habits of modernity published in the journal, including amusements. After all, the average, literate and more fortunate layers that occupied the spaces in the magazine, with the justification and effort of the newspaper to show that only the same occupied the spaces of the city.

**Keywords:** Belo Horizonte. Fun. *Semana Ilustrada* Magazine.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>FIGURA 1</b> – Caricaturas dos cartunistas da “Semana Ilustrada” .....	20
<b>FIGURA 2</b> – Numerosa assistência que ocorreu da Escola Remington Official.....	23
<b>FIGURA 3</b> – O feminismo avança.....	27
<b>FIGURA 4</b> – Senhorinhas nas Capas da revista.....	29
<b>FIGURA 5</b> – O presidente Antônio Carlos e os estudantes no Palácio da Liberdade.....	32
<b>FIGURA 6</b> – A hora oficial.....	33
<b>FIGURA 7</b> – Relação tempo x dinheiro.....	34
<b>FIGURA 8</b> – Anúncio Brahma.....	35
<b>FIGURA 9</b> – Anúncio Padaria Globo.....	36
<b>FIGURA 10</b> – Anúncio do Refrigerador Eletrolux.....	37
<b>FIGURA 11</b> – Anúncio AEG: Companhia Sul Americana de Eletricidade.....	38
<b>FIGURA 12</b> – Campanha Gillete Safety Razor do Brasil.....	39
<b>FIGURA 13</b> – Anúncio Farinha Ingesta.....	40
<b>FIGURA 14</b> – Fotografia do <i>footing</i> na Praça da Liberdade.....	44
<b>FIGURA 15</b> – Fotografia do <i>footing</i> na avenida.....	45

<b>FIGURA 16</b> – Frequência da Barraquinha da “Boa Viagem” posando especialmente para a revista.....	46
<b>FIGURA 17</b> – Rapazes na porta da igreja aguardando o fim da missa.....	47
<b>FIGURA 18</b> – O carnaval é adorável... Mas suas consequências!.....	49
<b>FIGURA 19</b> – Assistência do jogo entre América e Uberaba, com a presença do Presidente do Estado.....	50
<b>FIGURA 20</b> – Expectadores da partida semanal de domingo da S.S. Palestra Itália.....	51
<b>FIGURA 21</b> – Alguns tenistas no "court" do Parque Municipal.....	52
<b>FIGURA 22</b> – Tenistas de Morro Velho e tenistas de Belo Horizonte, visitando o Parque Municipal.....	53
<b>FIGURA 23</b> – Nos nossos cinemas.....	56
<b>QUADRO 1</b> – <i>Films</i> apresentados em 1927 segundo anúncios da “Semana Ilustrada” .....	59
<b>FIGURA 24</b> – Anúncio do <i>film</i> “Peixinho Dourado” .....	60
<b>FIGURA 25</b> – Anúncio Café Americano.....	61
<b>FIGURA 26</b> – Baile oferecido aos novos bacharéis de 1927, no Automóvel Club de Belo Horizonte.....	62
<b>FIGURA 27</b> – Cassino Capitólio a meia noite.....	64

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>2 A REVISTA “SEMANA ILLUSTRADA” .....</b>	<b>16</b>
2.1 "A Caveira" vira revista ilustrada.....	16
2.2 Características Gerais e Seções Perenes.....	21
2.3 Capas.....	26
2.4 Publicidade.....	35
<b>3 AS DIVERSÕES.....</b>	<b>42</b>
3.1 O <i>footing</i> e a missa.....	43
3.2 O carnaval.....	48
3.3 Os <i>sports</i> .....	50
3.4 Os cinemas.....	55
3.5 Outros pontos de encontro.....	61
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>66</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>69</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Originado nos “primeiros anos do século XVIII” (METRÓPOLE, 1993, p. 17), o Curral d’EL-Rei, cujo nome foi mudado para Bello Horizonte ainda nos tempos de arraial, fundado sem motivo evidente, seja “atraídos pelas minas de ouro, ou pelos belíssimos terrenos de cultura e criação” (DIAS, 1897, p. 2), teve sua trajetória radicalmente transformada sob o amparo do regime republicano.

Assim que estabelecido o federalismo, a primeira constituição republicana de 1891, punziu bases para a descentralização do poder, concedendo maior autonomia aos estados. Legitimada tal descentralização, as capitais estaduais assumiram o perfil de centro administrativo. Em Minas Gerais, a nova realidade ocasionou mudanças na conjuntura política, favorecendo a consolidação do projeto de mudança da capital, que até então era Ouro Preto (METRÓPOLE, 1993, p. 17).

Escolhido dentre algumas cidades elencadas como locais propícios para a nova sede da capital mineira, como Barbacena, Juiz de Fora, Várzea do Marçal e Paraúna, o arraial tornar-se-ia a nova capital mineira. Por determinação da Lei nº3 adicional à Constituição do Estado de Minas Gerais, datada de 17 de dezembro de 1893, promulgada pelo Presidente do Estado Crispim Jacques Bias Fortes (MOURÃO, 1970, p. 17). Afinal, “só Bello Horizonte, que, tendo maguifícos e abundantes mananciais, um excelente e invejável clima, soberbo e espaçoso terreno para uma cidade vasta, e para pequenas lavouras, estava nas condições desejadas e exigidas na Constituição” (DIAS, 1897, p. 74).

Inicialmente denominada Cidade de Minas, Belo Horizonte teve sua paisagem sertaneja substituída por nova estética, em uma “arquitetura marcada pela influência francesa que traduziu os valores e padrões europeus do século XIX” (METRÓPOLE, 1993, p. 17).

Um poeta-architecto com os olhos perdidos no futuro, traçou estas ruas, delineou estes jardins, imaginou estas praças. E Belo Horizonte, linda e singular, surgiu então como a rainha das cidades brasileiras- — A cidade das rosas e da juventude, do espirito e da cor. O seu progresso é a maravilha de um desdobramento suave e persistente, que tenta a perfeição(...)¹

Num “contraste de velharias e novidades” através de uma “sublime metamorphose material” (DIAS, 1897, p. 105-106), construída no anseio dos padrões da modernidade e equiparação com os grandes centros urbanos mundiais, a constituição de Belo Horizonte como metrópole foi se dando juntamente com sua construção cultural e social, ao passo que as mudanças na cidade foram ocorrendo paralelamente aos hábitos e costumes dos indivíduos, sendo nessa perspectiva que as diversões, que são foco deste estudo, puderam ser encontradas.

Desconhecer a importância da preservação histórica dos bens culturais e hábitos cotidianos de uma cidade é desconsiderar sua memória, seja enquanto lembrança, seja enquanto possibilidade de superação de um modelo político-ideológico já “carcomido” (AMARAL, 2001, p. 110).

Para entender e analisar tais mudanças ocorridas no passado, corroboro com as afirmações de Rodrigues (2006, p. 19) que considera a imprensa “um veículo que nos possibilita compreender melhor a sociedade e os anseios da época, e a imprensa belo-horizontina estava voltada para os anseios de modernidade da nova capital”.

Sendo assim, a revista “Semana Illustrada” foi escolhida como fonte primária e também objeto desta pesquisa, que tem como objetivo principal a investigação e análise das diversões construídas na/pela revista, em especial na capital mineira, compreendendo os anos de 1927 a 1928.

Descrita em seu Expediente como “revista de crítica social, humorismo, vida acadêmica, literatura, charges e *sports*”, “Semana Illustrada” foi semanalmente produzida em Belo Horizonte, e circulante no estado nos anos de 1927 a 1928, elucidando assim as razões para a delimitação do recorte temporal e espacial desta pesquisa. A lacuna na sequência periódica determinou o trato circunstancial das mesmas, recorreu-se então as edições remanescentes, sendo localizados 41 exemplares no acervo da Hemeroteca Histórica da Biblioteca Pública Luiz de Bessa e

---

¹ LIVRE chronica. Semana Illustrada, 02 out. 1927.

digitalizadas no site da Prefeitura de Belo Horizonte<sup>2</sup>, dos quais 17 números pertencentes ao ano de 1927, e 24 ao ano de 1928.

Além de mobilizar tal periódico, não foram eliminadas as possibilidades de consulta de outras fontes secundárias para a obtenção de informações. A exemplo, afim de auxiliar na compreensão da construção e constituição de Belo Horizonte, obras como “História de Belo Horizonte de 1897 a 1930” de Paulo Krüger Mourão, “Traços históricos e descritivos de Belo Horizonte” de Francisco Martins Dias e “Metrópole: a trajetória de um espaço cultura” publicado pela Prefeitura de Belo Horizonte foram consultadas, trazendo elementos alusivos ao contexto histórico geral, como situação política, econômica, tecnológica e cultural, servindo de suporte para contextualização da capital mineira, como também para a análise crítica das informações presentes nas edições.

Do mesmo modo, há grande valia na busca por leituras teórico-metodológicas e da bibliografia sobre revistas ilustradas e imprensa mineira, como Padilha (2001), Martins (2008) e Figueiredo (2015). Afinal, a utilização de impressos como fonte de pesquisa “requer ter em conta, portanto, as condições técnicas de produção vigentes e a averiguação, dentre tudo que se dispunha, do que foi escolhido e por quê” (LUCA, 2005, p. 132), além do que, as revistas são, segundo alerta Novelli:

(...) em si dotadas de historicidade, mas que se entrecruzam em contextos socioculturais específicos: na forma como os impressos chegam às mãos dos leitores; na sua aparência física (formato, papel, qualidade de impressão, capa, ilustrações e/ou imagens fotográficas etc.); na estruturação e divisão do conteúdo; nas relações que os impressos mantêm com o mercado; na publicidade apresentada; no público visado etc. (NOVELLI, 2009, p. 2).

Deve-se, portanto, ter em mente que jornais e revistas são também projetos coletivos – que agregam valores, crenças e ideias, estando longe de serem caracterizados como obras solitárias nem homogêneas(...)  
Ligações cotidianas com diferentes poderes e interesses financeiros, inclusive os de caráter publicitário, entre os grupos responsáveis pela revista e as empresas públicas e/ou privadas, órgãos, instituições, entre outras, direta ou indiretamente relacionadas com as edições publicadas (NOVELLI, 2009, p. 3).

---

<sup>2</sup> Acesso aos exemplares da *Semana Ilustrada*, ano de 1928, pelo link:

<<http://portalpbh.pbh.gov.br/pbh/contents.do?evento=conteudo&idConteudo=92020&chPc=92020>>

Sendo assim, seguindo o entendimento de que “a base filosófica da nova história é a ideia de que a realidade é social ou culturalmente constituída” (BURKE, 1992, p. 11), para realizar este estudo exploratório que tem como foco as diversões, acredito que uma abordagem pautada na Nova História Cultural possa contribuir com uma melhor compreensão e interpretação das fontes, já que a mesma trata a cultura como “porta de entrada” da pesquisa, elegendo o cotidiano das pessoas como loco fundamental da interpretação da história, como dito por Pesavento (2005):

Se a História Cultural é chamada de Nova História Cultural, como faz Lynn Hunt, é porque está dando a ver uma nova forma de a história trabalhar a cultura. Não se trata de fazer uma História do Pensamento ou de uma História Intelectual, ou ainda mesmo pensar uma História da cultura nos velhos moldes, a estudar as grandes correntes de ideias e seus nomes mais expressivos. Trata-se, antes de tudo, de pensar a cultura como um conjunto de significados partilhados e construídos pelos homens para explicar o mundo (PESAVENTO, 2005, p. 15).

Portanto, o trabalho se encontra dividido em dois capítulos, além da introdução que aqui se segue e das Considerações Finais. O primeiro deles, denominado “A Revista Semana Ilustrada” tem como proposta apresentar a fonte primária e objeto deste estudo, se subdividindo em quatro tópicos, sendo eles: “A Caveira” vira revista ilustrada”, que elucida as origens do periódico, “Características gerais e seções perenes” que informa sobre a estruturação da revista de um modo geral, “Capas” que dialoga com imagens escolhidas para ilustrar algumas edições e, por fim, “Publicidade”, no qual aborda sobre o perfil comercial da revista e determinados reclames.

Num segundo momento, “As diversões”, concentra-se em esclarecer quais as diversões eram construídas na/pela revista, em quais espaços e por quais indivíduos, eram vivenciadas na época na capital mineira, assim como em algumas cidades do estado, sendo elencados o *footing*, a missa, o carnaval, os *sports*, o cinema e outros pontos de encontros como bares, cafés, *clubs* e Cassino.

## 2 A REVISTA “SEMANA ILLUSTRADA”

Este capítulo tem como proposta apresentar a fonte primária e objeto do presente estudo: a revista “Semana Ilustrada”. A partir de uma investigação específica sobre o periódico em si, sintetizo, apresento e estudo suas características gerais, desde a sua criação, corpo editorial e conteúdo.

### 2.1 "A Caveira" vira revista ilustrada

As revistas ilustradas, “assim como outros tipos de periódicos, têm recebido nas últimas duas décadas grande atenção nas pesquisas sobre a história do Brasil.” (FIGUEIRO, 2015, p. 77), entretanto, poucos são os estudos que utilizaram de tais revistas, que mesmo tendo textos em sua predominância, dividiam espaço com os desenhos e fotografias, como fonte principal, como observado por Duarte (2016):

Poucas vezes, no entanto, vemos esses veículos de comunicação no centro da cena. A busca dos significados de sua criação e dos detalhes de suas relações com a cultura e sociedade da época não é tratada com o rigor necessário, sendo subdimensionada na pesquisa. (DUARTE, 2016, p. 203).

Marcante mas um tanto quanto efêmera, a imprensa ilustrada brasileira teve grande foco no país no séc. XX. De caráter noticiário, artístico e literário, como também por vezes envolta de humor e crítica social, a revista “Semana Ilustrada”, foi escolhida como objeto e fonte principal do presente estudo.

Nascida em Belo Horizonte, “Semana Ilustrada”, surgiu como continuação do “Jornal A Caveira” que existiu entre 04 de junho a 27 de agosto de 1927, contando 13 números publicados. Apresentando seu primeiro número, o 14º de publicação geral, em 4 de setembro de 1927, a revista era a única revista semanal editada no estado e uma das poucas revistas ilustradas que seguiu uma certa regularidade. (LINHARES, 1995).

Eleita como fonte primária da presente pesquisa, assim como ocorreu na cidade de Belo Horizonte, a revista foi elaborada no intuito de seguir o que seria uma tendência

de modernização dos costumes, conforme exposto em texto presente em seu 1º número e 14º na numeração geral, a seguir:

#### Metamorphose

A metamorphose d' "A Caveira" em SEMANA ILLUSTRADA obedece á lei geral do transformismo. Não violentámos o meio, antes fomos conduzidos até aqui, lentamente, pela vontade do espirito urbano. Fossem-nos desfavoráveis as condições mesológicas, e depereceríamos nos entre-choques da concorrência. Mas persistimos, evoluindo. Nada mais eloqüente: favorece-nos o meio, prestigia-nos a opinião publica, revigora-nos o apoio dos nossos milhares de leitores. Sendo o numero dos seres vivos que nascem superior ao dos que a terra pôde alimentar, segundo Malthvs, é natural que só escapem os que tirarem a sua força do proprio ambiente, como o fez "A Caveira" e como o fará SEMANA ILLUSTRADA, filha daquella e apenas diferenciada por novos orgams, que adqueriu por epigénese ...<sup>3</sup>

Apesar da justificativa da mudança de jornal para revista, conforme foi apresentado pelo cronista, em outra página da mesma edição, um autor anônimo articula em oposição a suposta evolução, e, em defesa do antigo jornal, alega que diferença nenhuma ocorreu além da estética:

Não vão dizer que, por estarmos aqui envergando o fardalhão glorioso de revista, ficámos diferente do que éramos. Sim! sim! -. Bem lhes ouvimos as observações — que isso tem acontecido a muita gente boa que muda deposição, etc- e tal. Mas por favor, sejam coerentes e nos escutem um momento; vocês já viram caveira mudar?  
Caveira é caveira. -. Não engorda nem emagrece, não torce a cara com desdem, não carrega o sobreceño. Vive a rir o mesmo riso, o riso de sempre, largo, franco, jovial (sem allusão ao pássaro do poeta Junqueiro).  
Sabe somente rir, e mais nada! Se nos morresse alguém da familia, isto seria o diabo! — Porque, como iríamos fazer a nossa «A Caveira» ficar séria dois minutos? Já vêm que estão enganados: somos a mesmíssima coisa, sem tirar nem botar; apenas mais luzidia, mais limpinha por nos ter o publico considerado «objecto de estimação-» Não se pode ser sympathico nesta terra!<sup>4</sup>

Ainda assim, percebo que após se tornar revista, algumas nuances foram sim evidenciadas, principalmente em vestígios não só textuais, resultando num esforço de engrandecimento no cenário interpretativo, na procura e análise dos dados nos periódicos. Dando uma visibilidade ao que até então passava desapercibido, as imagens não eram apresentadas como uma representação do real, mas como a própria realidade.

<sup>3</sup> MORAES, Delorizano. Semana Illustrada, 04 set. 1927.

<sup>4</sup> "A CAVEIRA". Semana Illustrada, 04 set. 1927.

“Revista de crítica social, humorismo, vida acadêmica, literatura, charges e *sports*” era a descrição da “Semana Illustrada” em seu Expediente. Tendo Delorizano Moraes como diretor-proprietário e J. E. de Las Casas como diretor-gerente, sua redação e administração se instalava na rua Rio Grande do Norte n. 53 – Belo Horizonte.

Sua distribuição dispunha de vendas avulsas e atrasadas, assinaturas semestrais e anuais, que a partir de 1928 teve separação em “porte simples” e as de “porte reportado, e ocorria em todo o estado e também fora dele, o que indica uma capilaridade relativa. Além disso, havia uma estrutura de preços de anúncios bem definidos, variando, inclusive, conforme o tipo de papel utilizado - talvez houvesse páginas com diferentes tipos de papel num mesmo número. De todo modo, isso indica um processo editorial bastante profissionalizado, voltado para um mercado de consumo propriamente dito – diferente de jornais de associações ou partidos políticos – mais dependente de subscrições de sócios. Finalmente, em 1928, o endereço da redação já era diferente, sendo alterado para a rua da Bahia. O preço avulso aparece estampado no canto inferior direito da capa de todas as edições encontradas, por sua vez, informações como tiragem e locais de venda não aparecem em nenhuma.

Ainda que a capital mineira fosse protagonista das edições, notícias sobre outros, estados e países, mesmo que com menor ênfase e espaço, também eram frequentes. Além de Belo Horizonte, outras cidades mineiras são mencionadas em colunas, principalmente em relação aos esportes, pontos turísticos, festas e eventos tradicionais. Em sua décima quarta edição, por exemplo, quatro páginas de matéria foram conferidas sobre a cidade de Oliveira. Conhecida como “cidade dos palácios”, sua praça 15 de Novembro é tida como ponto central, onde a “elegante e distinta elite se encontrava as tardes” na cidade. Outro aspecto mencionado é o funcionamento do “bello e confortável edifício do Theatro Municipal, um cinema cujas sessões são diárias, dirigido actualmente pelo sr. Basileu Guimarães, que tudo terá feito para dotar a cidade de um centro de diversões á altura de seu progresso e de sua cultura (...) Assim como a Biblioteca, que, “mantida pela Camara Municipal, e em seu próprio prédio, que conta muitos volumes e é bastante frequentada”<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> OLIVEIRA. *Semana Illustrada*, 04 set. 1927.

O lançamento da primeira publicação semanal circulante na capital repercutiu em outros meios de imprensa, como nos votos de prosperidade no “Diário da Manhã”, que enalteceu o lançamento da revista:

Bello Horizonte agora conta com uma magnífica revista ilustrada. Desde hontem entrou em circulação a "Semana Illustrada" trazendo optima reportagem photographica, caricaturas assignadas por Erico- e Monsã, e trabalhos litterarios de Dejorizano Moraes, Achilles Vivacqua, Evagrio Rodrigues (Haroldo sem Loyd) e outros nomes conhecidos. E' director da nova confrade o jornalista Delorizano Moraes, acadêmico de medicina e moço experimentado na vida jornalistica. Nossos votos de prosperidade<sup>6</sup>.

Seis edições após seu lançamento, a mesma se auto avalia, vangloriando-se:

O brilhante e victorioso magazine SEMANA ILLUSTRADA que já se impoz pelo fulgor das suas paginas á conceituação definitiva dos meios intelectual e social da nossa capital, acaba de destrubuir mais um numero, o que vale por mais um triumpho conquistado. Não só pela sua cuidada parte litteraria realçada pelo colorido de sadio humorismo, como pelas magníficas Illustrações que lhe opulenfam as paginas, veio trazer novos contingentes á consagração que, aliás, já recebera, dos seus innumerados leitores.<sup>7</sup>

As caricaturas e literatura registravam os conflitos entre novos e antigos hábitos, pautados pelas novidades oriundas da modernidade. Os artistas, com criticismo e humor, expandiram suas publicações movidas pela chegada de novas tecnologias de impressão e da nascente indústria da propaganda.

O grupo de criadores acima citados, pioneiros das artes gráficas e do desenho de humor, “era grupo consciente de sua importância, com sentido de missa, o que, para mim, significa uma vanguarda”, argumenta Mascarenhas e Candido (2014), em seu livro “Monsã – Uma vida na ponta do lápis”, onde sinalizam a importância do surgimento dos desenhistas e caricaturistas para a vida cultural da então nova capital de Minas Gerais. Segundo a obra, existiam revistas benfeitas, mas sem ilustrações que abrangessem uma dimensão social do desenho, o que só foi possível após o surgimento das primeiras revistas ilustradas a partir da evolução da capital.

---

<sup>6</sup> COMO nos recebeu a imprensa. Semana Illustrada, 18 set. 1927.

<sup>7</sup> PUBLICAÇÕES. Semana Illustrada, 23 out. 1927.

Figura 1 – Caricaturas dos cartunistas da “Semana Illustrada”



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1928

Os elogios também se estenderam ao segundo exemplar da revista:

Folheamol-a e lemol-a sob a grata impressão, de sentir que, em nosso meio, já possuímos uma publicação nesse genero e a altura das tradições intellectuaes da terra mineira, pois o seu texto encerra magníficos trabalhos de patrícios nossos, além de uma aprimorada illustração e de um trabalho graphico irreprehensivel. Em seu segundo numero já "Semana Iliustrada" é uma revista vencedora, Bello Horizonte saberá estimular comadas mais felizes tentativas até hoje privadas entre nós. A parte litteraria do novo semana sem duvida, digna dos maiores encon' por ser variada e porque evidencia o gosto pelas letras, que tanto distingue os confrades que o dirigem. Também a feitura graphica da elegante revista justifica a sympathia com que mesma recebida nas rodas intellectuaesneiras. Formulando votos pelo êxito da brilhante publicação, agradecemos a gentil offera de um exemplar da mesma<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> COMO nos recebeu a imprensa. Semana Illustrada, 18 set. 1927.

A exibição dos elogios na própria “Semana Ilustrada” indicia a pretensão de se conceder os exemplares ao Diário da Manhã, como pode ser comprovado nos agradecimentos finais de ambas as notas. Entretanto, vale ressaltar que em nada significa fraude nem demérito na exaltação e boa recepção da nova revista circulante na capital. Até porque, a admiração para com os artistas envolvidos na produção da revista, por exemplo, aparece por diversas vezes como “nomes conhecidos”, “magníficos trabalhos de patrícios nossos”, “que tanto distinguem os confrades que o dirigem”<sup>9</sup>.

Sendo assim, o seu renomado corpo editorial, suas qualidades gráficas e técnicas, tanto textuais quanto fotográficas, e, principalmente, sua periodicidade semanal e sua diversidade de conteúdos culminaram em uma notória expectativa e audiência assim que lançada. Assim como a capital mineira, “Semana Ilustrada” foi criada no anseio dos padrões da modernidade e equiparação com os grandes centros urbanos mundiais. De maneira geral, o que pode ser notado quanto ao seu perfil, é que a revista possuiu relação íntima e direta entre o público-alvo de leitores e os sujeitos descritos em suas páginas, o que será discutido melhor posteriormente.

## 2.2 Características Gerais e Seções Perenes

“Semana Ilustrada” se apresenta como um periódico dotado de qualidades literárias. Entretanto, a exibição do uso da técnica fotográfica que aproximava a capital mineira do mundo civilizado. A presença significativamente quantitativa de fotografias, cerca de uma fotografia a cada três páginas, em média, por edição, e o uso diverso de suas técnicas se devia ao entendimento de que o cotidiano moderno modificara-se em espetáculo, desde os eventos meritórios aos mais rotineiros.

Embora já muito utilizadas, as reproduções fotográficas eram ainda novidade no anos 20. As revistas exploravam a admiração causada por seus aspectos técnicos e por seu caráter supostamente imparcial. A qualidade técnica das fotografias era um atrativo amplamente aproveitado pelos periódicos que, muitas vezes, dispensavam qualquer justificativa temática para a impressão de seus clichés. (PADILHA, 2001)

---

<sup>9</sup> COMO nos recebeu a imprensa. Semana Ilustrada, 18 set. 1927.

Em contrapartida, da mesma forma que a revista ilustrada concebia a espetacularização urbana, as fotografias que nela estava familiarizando os conteúdos e as vivências cotidianas de cada leitor.

Sem dúvida, a participação dos leitores na autoria de conteúdos e a promoção de concursos também foram cruciais para a vendagem e fidelização dos mesmos leitores, que, diretamente vinculados, materializavam o sentimento de aproximação que as fotografias também proporcionavam. Táticas estas provavelmente contributivas para se obter um maior número e manutenção de assinaturas do periódico.

Em suma, a maioria dos concursos realizados pela “Semana Ilustrada” referiam-se a figura feminina impecável. Seus requisitos e propostas evidenciam a relevância dada a aparência e corrobora para a instituição da busca pela perfeição da imagem da mulher ideal, como os de rainhas – dos estudantes, escoteiros, empregados do comércio – assim como o que quis descobrir qual a senhorita que tem o pé mais elegante de Belo Horizonte:

Revista da mocidade por excellencia, ella procura sempre interpretar o espirito alegre das nossas escolas, indo de encontro aos desejos dos estudantes. Queriam saber qual a moça possuidora do mais elegante pé, em Bello Horizonte. Pois ahi está. Attendendo a instantes pedidos, abrimos este concurso que era para ser encerrado em novembro, 'nas que, ainda por solicitação dos nossos leitores, foi prorogado até o presente numero. Sahiu vencedora a gentil e graciosa senhorinha Guiomar B. Valente, por 505 votos, que, se considerarmos o preço do numero avulso desta revista, logo Veremos representar um bello esforço Por parte dos seus admiradores.<sup>10</sup>

Alegando cumprir à risca o programa variado e constante em que se propôs, o concurso acima citado se diz inédito, até o momento de sua divulgação, em todo o país. Este curioso torneio se define “também de analyse e visão esthetica masculinas, um concurso artístico e que depende da observação analytica e sincera do votante.” Quanto aos critérios, “pés pequeninos, leves, sendo a base de umas pernas bem contornadas, fazem de uma creatura feia um elemento irresistível de sympathismo.”<sup>11</sup>

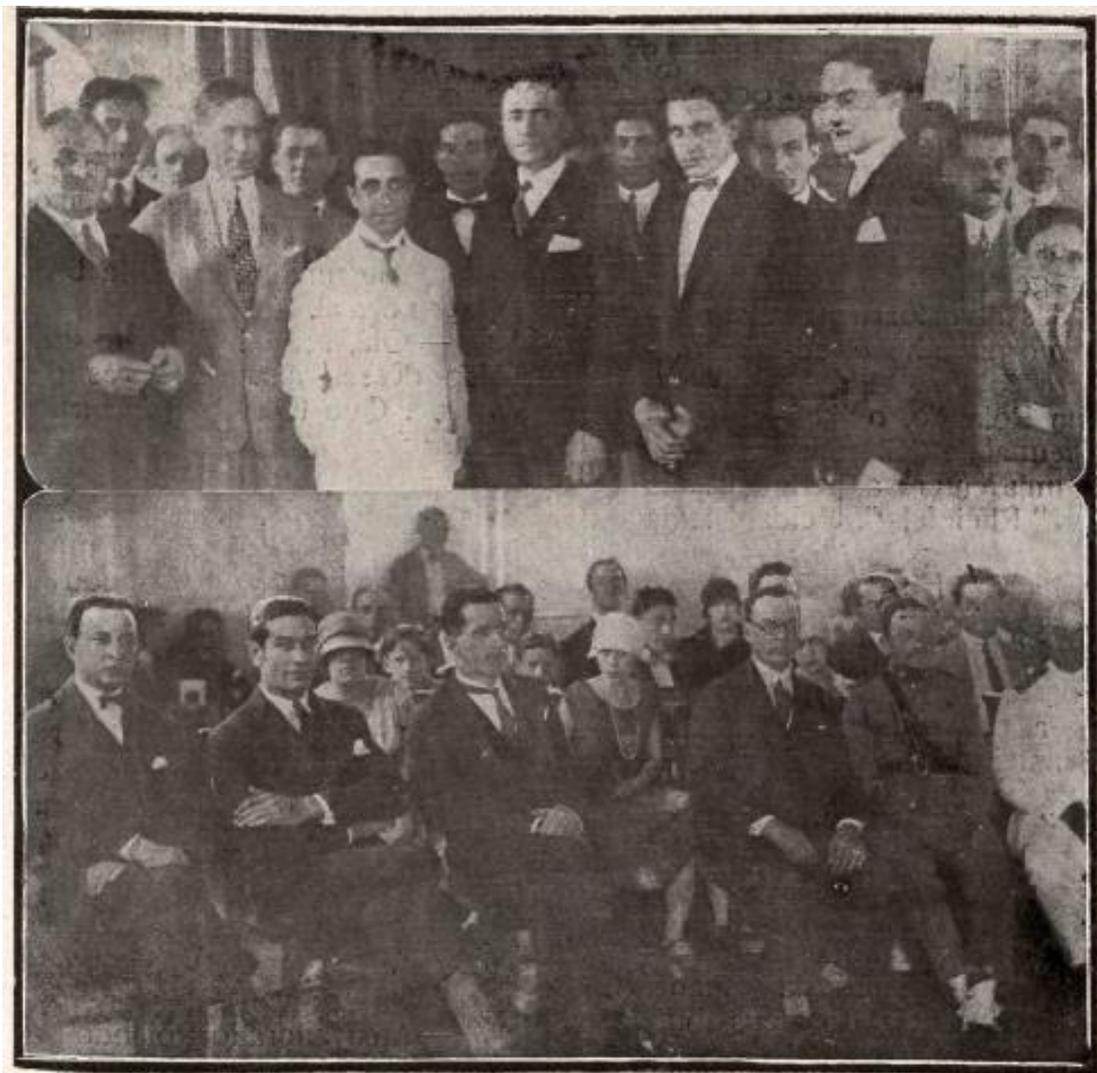
---

<sup>10</sup> CONCURSO da Semana Ilustrada. Semana Ilustrada, 24 dez. 1927.

<sup>11</sup> LIVRE chronica. Semana Ilustrada, 09 out. 1927.

Mas não só de beleza se propunham os concursos. O Primeiro Concurso de Dactylographia, da Escola Remington Official, ocorrido em um domingo a 1 hora da tarde, teve presente grande número de senhoras e cavalheiros da “melhor sociedade”. O concurso, que “serviu de pretexto para uma festa encantadora” foi definido como “interessante e útil”. O “bello certâmen” presente observou a “facilidade do manejo e superioridade das famosas machinas Remington, de que é representante nesta praça a CASA PRATT”. Ou seja, confere-se um interesse lucrativo e marqueteiro por trás do despretensioso concurso, já que a agilidade dos concorrentes em datilografar se fez ligada a qualidade da máquina de escrever que subsidiou o evento.<sup>12</sup>

**Figura 2** - Numerosa assistência que ocorreu na Escola Remington Official



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1927

---

<sup>12</sup> ESCOLA Remington Official. Semana Illustrada, 18 set. 1927.

Do mesmo modo, na justificativa de dar, semanalmente, uma revista cada vez mais atraente e agradável aos seus leitores, servindo-os da melhor maneira, em seu vigésimo segundo exemplar a revista oferece um intrigante e proveitoso passatempo: problemas de palavras cruzadas. Com prêmios ofertados “igualmente preciosos” pela Casa Bristol, sendo eles um par de sapatos para homens, um para mulheres e um para crianças, a escolha do ganhador. As condições de participação, em síntese, eram que as soluções das 70 palavras, 36 horizontais e 34 verticais, fossem solucionadas a mão ou a máquina, no próprio modelo publicado na revista; assinadas de próprio punho e remetidas em envelope fechado, para o escritório da Casa Bristol. O sorteio, efetuado no próprio estabelecimento patrocinador do concurso, poderia ser acompanhado por qualquer interessado.

Gilberto Camara organizou especialmente para esta revista, adaptando-o á propaganda de uma das mais importantes e conceituadas firmas comtnerciaes desta praça: a conhecida e acreditada "CASA BRISTOL". E' esta a primeira vez que se põe em pratica, em Bello Horizonte, esse systema habihssimo de reclame, de tão inestimável alcance para os annunciantes e os cruzadistas: — para os annunciantes, porque têm os seus artigos divulgados da maneira a mais ampla e intelligente possível; para os cruzadistas porque, solucionando o problema, ficam aptos a obter, mediante um sorteio criterioso, um rico e valioso brinde.<sup>13</sup>

Algumas colunas, tais como “Pequenos Recados” (edições 14, 23, 24, 25, 26, 27, 28 e 29) e “Correspondência Particular” (edições 14, 20, 22, 25 e 30) eram enviados por leitores, sendo uma espécie de bilhetes de cunho íntimo, incluindo boatos, galanteios, relatos de decepções amorosas e conselhos comportamentais. Ainda que nem sempre com autoria revelada, seja através da utilização de abreviações nominais ou codinomes, várias características do ocorrido eram descritas, como o local, horário, vestimenta, traços físicos e pessoais, tanto dos remetentes, quanto a quem se destinava:

Silvia — Parece-me que tua creada tem interesse de nos obstar a correspondência. Por isso, trocaremos nossos bilhetes nesta secção dos Pequenos recados. Para hoje tenho o seguinte; Segunda, terça e quinta-feira, encontrar-mos-emos na Praça da Liberdade ás 5 horas. Nos outros dias no Cinema Pathé, como de costume. <sup>14</sup>

<sup>13</sup> CONCURSO Casa Bistol. Semana Illustrada, 30 out. 1927.

<sup>14</sup> CARLOS. Pequenos Recados. Semana Illustrada, 02 out. 1927.

Em sua vigésima sexta edição, “Pequenos Recados” anuncia as condições para divulgação dos textos enviados, assim como esclarece que o número de palavras neles contidos definiriam a gratuidade ou preço para sua publicação:

Qualquer pessoa pode enviar os seus pequenos recados por intermédio da SEMANA ILLÜSTRADA, obedecendo ás seguintes condições'.

1.a,—só é grátis o recado que não passar de 20 linhas;

2.a—passando desse limite, custará 200 réis cada linha, excedente, valor que poderá ser- pago em sellos ou em estampilhas federaes;

3.a—a calligraphia deve ser boa e a linguagem decente.

NOTA:—A redacção regulariza assim os "pequenos recados", em virtude do excesso de collaboradores desta interessante sessão, e a necessidade de agradar a todos indistinctamente.<sup>15</sup>

Por sua vez, “Mise-em-scene” assinada por “Elderyus” (edições 17,18,19,20 e 21) e “Pisando em callos” assinada por “Attis” (edições 16, 17 e 18), seguiam a temática das colunas acima mencionadas. Também da vida cotidiana e de suas relações, eram apresentados contos segundo a interpretação dos colunistas da revista, a exemplo da que se encontra na décima sexta edição da “Semana Illustrada”:

O rapaz está devéras apaixonado por aquella mocinha com quem se encontra todos dias nos cinemas e na avenida. Parece mesmo que elle quer se casar, mas ella é commodista e exigente, e só se entregará a quem puder lhe proporcionar uma vida macia e luxuosa. O pobre rapaz anda «malão» e a pequena está doida por «dar um tiro» nesses encontros. Coitadinho! Mais um p'ro Acre! (ATTI, Pisando em Callos)<sup>16</sup>

Tais seções indicam que a constância na espera nas linhas do bonde e as idas do público a missa, aos cinemas, praças, parques, clubes, teatros e bailes organizados pelas mais distintas agremiações, constituíam-se como oportunidades de sociabilidade e divertimentos da época. O público feminino era predominante na participação autoral, o que não desqualifica a frequência considerável dos homens.

Vale ressaltar que nenhuma das colunas acima apresentadas estiveram presentes nas edições de 1928, o que denota alteração no modo com que a revista utilizava para divulgar a ordenação da capital e os recentes valores com os quais os habitantes se imergiam. Já a seção de esportes é a única que esteve presente em todas as 41 edições encontradas para análise desta pesquisa.

<sup>15</sup> SEMANA ILLUSTRADA. 03 dez. 1927.

<sup>16</sup> ATTI. Pisando em callos. Semana Illustrada, 18 set. 1927.

Reclames, informações editoriais (expediente), reportagens diversas, curiosidades de conhecimentos gerais, crônicas, poemas, citações de filósofos consagrados e colunas sociais conviviam sem uma ordenação lógica fixa. Sua diagramação parece ser feita consoante aos espaços vagos e não de acordo com o conteúdo em si, o que, para os perfis editoriais atuais, seria uma estruturação um tanto quanto desordenada e desarmônica. Sem sumário, numeração de páginas, e autoria em seus textos e fotografias, as capas da “Semana Ilustrada” eram um dos poucos itens que tinham simetria com o conteúdo da edição, das quais serão melhor detalhadas no subitem a seguir.

### 2.3 Capas

Num misto de desenhos, caricaturas e fotografias, as capas dos 41 exemplares da revista “Semana Ilustrada”<sup>17</sup> analisados neste estudo, foram, em sua totalidade, fieis ao viés do caráter e título da revista, apresentando ilustrações em sua totalidade.

A regularidade da presença de mulheres estampadas nas capas e nas reportagens, nas crônicas, versos e fotografias, pode indicá-las como público-alvo importante da revista. A moda feminina, o romance e as formas de se comportar são os assuntos mais perenes ao redor dessa temática, evidenciando o protagonismo social das mulheres:

Já nos tempos da Republica Romana existia uma associação feminina, que se chamava «Conventus matronarum» e contava as senhoras das principaes famílias de Roma por suas sociaes. Elia se reuniam para tratar dos perigos que ameaçavam a vida social e para combatê-los. Tito Livio fala duma manifestação dos senhoras de Roma, redigida e publicada em 195 a Chr-, a qual combatia a lei de Oppius acerca do luxo.<sup>18</sup>

---

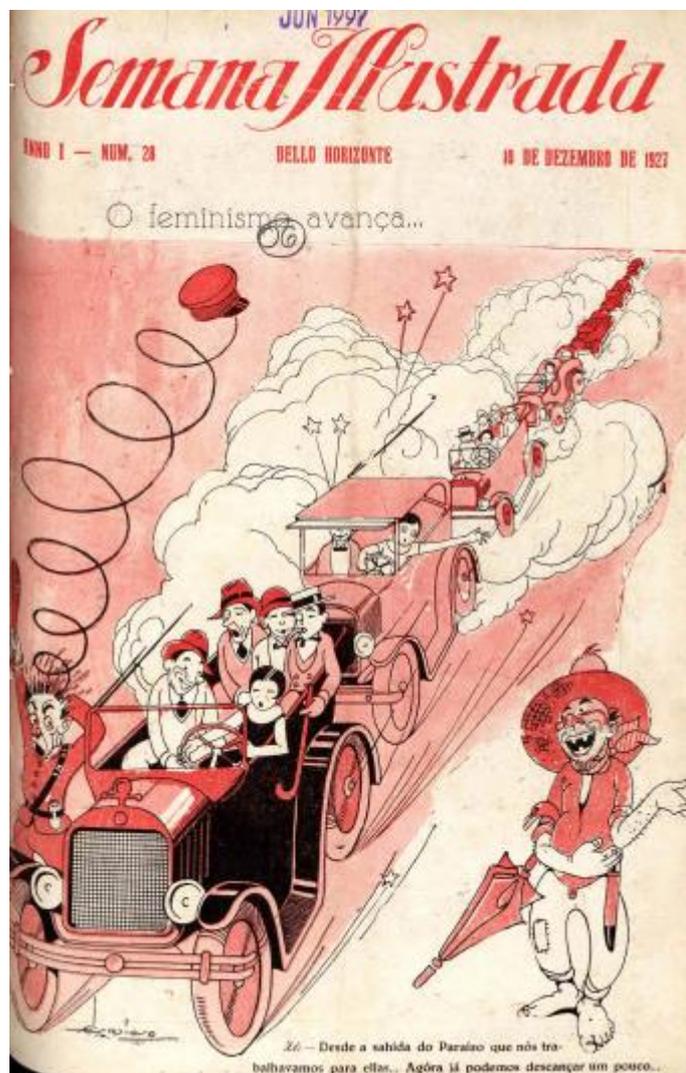
<sup>17</sup> Os únicos exemplares disponíveis para a consulta da revista *Semana Ilustrada* de Belo Horizonte foram as 41 edições encontrados na Hemeroteca da Biblioteca Pública Estadual Luiz de Bessa, sendo 17 edições do ano de 1927 e 24 do ano de 1928. Os demais acervos existentes em Belo Horizonte, como os Arquivos Públicos Municipal e Estadual, a biblioteca do Museu Abílio Barreto não possuem exemplares. Ainda foi realizada uma busca na Hemeroteca Brasileira Digital sem resultados para agosto de 1939.

<sup>18</sup> O FEMINISMO antes de Christo. *Semana Ilustrada*, 4 set. 1927.

Em sua vigésima oitava edição, o feminismo aparece como tema central da capa. Ilustrado por uma fila de automóveis sendo dirigidos por mulheres, com os homens como caronas, e com o título “O feminismo avança”, um personagem, no canto inferior direito, satiriza com os seguintes dizeres: “Desde a saída do paraíso que nós trabalhamos por elas... Agora já podemos descansar um pouco...”<sup>19</sup>

Sendo assim, nota-se que a atividade da mulher de classe média passa a acontecer e ser incentivada fora do ambiente doméstico, ainda que o conservadorismo continuasse presente em torno das atribuições do feminismo na sociedade mineira.

**Figura 3 – O feminismo avança**



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1927

<sup>19</sup> SEMANA ILLUSTRADA. 10 dez. 1927.

Alguns trabalhos discorrem sobre esse apontamento. Neto, Campos e Silva (2013), por exemplo, elucidam o descontentamento das mulheres em se submeterem apenas ao papel de protetoras da família, o que culminou na reivindicação do gênero em adquirir mais espaço em várias práticas, sem deixar de seguir a postura que lhes impusessem respeito e seriedade, como demonstrado nos trechos a seguir:

Tem razão, entretanto, bella creança!...  
A mulher deve ser uma esperança,  
Uma eterna esperança inacessível...  
Mas é tão bella que parece incrível.<sup>20</sup>

Numa coisa se parecem  
As mulheres e as charadas:  
Deixam de ter interesse  
Quando são adivinhadas.<sup>21</sup>

No que lhe concerne, Goellner (2008, p.17) chama atenção para um aspecto intrínseco alusivo ao incentivo a inclusão feminina no universo das atividades corporais, culturais e esportivas: a ligação com política nacionalista em voga que, imersa em discursos emancipatórios, conservadores, eugênicos e higienistas, reconhecia o corpo feminino como nascedouro de uma nova raça.

Uma mulher não pode ser pedante nem pretenciosa; poderá ser orgulhosa, sendo bela – porque a beleza exige um pedestal para a sua adoração, o orgulho ahi na mulher é uma atitude de arte gloriosa. Poderá ser irritante, sim, sendo rica, porque a mulher rica, no geral, é o produto de complexidades exteriores da ambiência e da educação...<sup>22</sup>

Já o trecho abaixo citado, assim como Rodrigues (2006, p.113), aponta a visibilidade das mulheres nos espaços urbanos a partir das novas práticas de lazer:

Não estamos mais na época das mulheres analphabetas que só sabiam fazer doces e bordados, das virgens alfinis que coravam e que viam no homem um sêr quasi sobrenatural, perigoso e demoníaco, embora os trahissem e levassem ao interno muito mais vezes que hoje. O século, como que, fez uma fácil aproximação—que eu chamo melhor reconciliação entre os dois sexos..<sup>23</sup>

---

<sup>20</sup> DO “flirt” ao “footing” da semana. 17 dez.1927

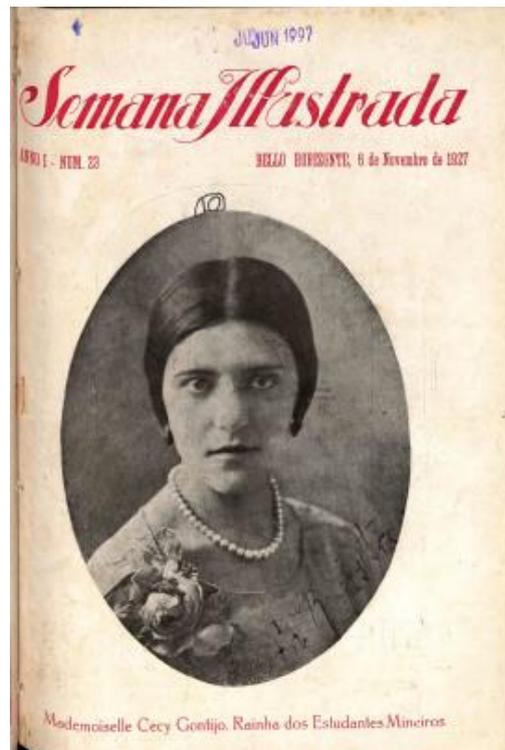
<sup>21</sup> SEMANA ILLUSTRADA, 10 dez. 1927.

<sup>22</sup> DE AVELLAR, Romeu. Da mulher. Semana Illustrada, 02 out. 1927.

<sup>23</sup> DE AVELLAR, Romeu. Da moda. Semana Illustrada. 16 out. 1927.

O “bello sexo”<sup>24</sup> se fez, direta ou indiretamente, presente em mais dez capas. Em sete delas, fotografias das senhorinhas<sup>25</sup> da sociedade mineira foram estampadas. Não há autoria em nenhum dos retratos. Em duas, apenas os nomes das referidas são citados em legenda, impossibilitando precisar quais eram aquelas mulheres. Entretanto, baseando nas demais, presumo que as escolhidas para a capa, de algum modo, eram figuras representativas para a sociedade mineira da época, como as ganhadoras de concursos de beleza (Rainha dos Estudantes Mineiros<sup>26</sup>, Rainha dos Estudantes de Juiz de Fora<sup>27</sup>, Rainha dos Escoteiros de Minas<sup>28</sup>, Rainha dos Empregados do Commercio de Belo Horizonte<sup>29</sup>) e também as que se enquadram nos padrões comportamentais e estéticos ideais que as mulheres deveriam seguir.

**Figura 4** – Senhorinhas nas capas da revista



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1927

<sup>24</sup> Expressão utilizada para referenciar o sexo feminino.

<sup>25</sup> Expressão utilizada pela revista na legenda das fotografias nas capas.

<sup>26</sup> Mademoiselle Cecy Gontijo.

<sup>27</sup> Anna Berenice Pollielo.

<sup>28</sup> Lucilia Guadalupe Ferreira.

<sup>29</sup> America de Carvalho.

Como uma espécie de tutorial, a conjuntura das características físicas femininas, para ser considerada atraente, deveriam seguir fielmente algumas especificações, como denota o texto “A mulher formosa”, na revista em 03 de dezembro de 1927:

#### A mulher formosa

A mulher estheticamente formosa é de mediana estatura, mais alta que baixa, de ademanos delicados e elegantes; a cabeça pequena, com cabelos fartos, sem excesso. A linha do corpo deve ser curva devendo ressaltar os seios e os quadris, dissimulando o ventre. As coxas redondas, os joelhos unidos, um tanto salientes para darem á perna uma talhe elegante; pés pequenos e bem modelados; braços arredondados sem ossos aparentes; pulsos finos e delicados com mãos compridas e nada flácidas; o rosto ovalado com lindos olhos expressivos, o nariz com narinas moveis e rosadas; a boca pequena e purperea, deixando ver ao entreabrir, dentes pequenos bem alinhados e brancos, lábios arredondados e a fronte nem muito alta nem muito baixa.<sup>30</sup>

Em junção aos traços físicos, atributos da personalidade femínea definiam o padrão que as mulheres deveriam ter:

Quereis conhecer bem o que seja umas mulher? Figurae na mente um bonito monstrosinho que delicia os olhos e que inquieta a razão, que agrada e que repele: que é anjo por fora e harpia por dentro; juntae a cabeça de uma arvéloa, a língua de uma serpente, os olhos de um basilico, o caráter de um gato, a habilidade de um macaco, as inclinações nocturnas de um môcho, o brilho do sol e a desigualdade da lua; envolvei tudo isso numa pelle branca, acrescentae-lhe braços, perna,.etc, e tereis uma mulher completa. – “Arlequim defensor do bello sexo”. (Theatro italiano de Gherardi.)<sup>31</sup>

Nesse contexto, além das características padrões necessárias para ser considerada um exemplo estético e comportamental de mulher, um discurso pronunciado no dia da coroação da Rainha dos Estudantes Mineiros, pelo doutorando Odilon Behrens no “Theatro Municipal”, indica também o poder de sentimentos de pertencimento e união que a representação feminina seria capaz de gerar, no caso, nos estudantes:

No colorido variegado da phantasia que cerca os olhos do homem ha sempre, no meio da incerteza das tonalidades, um ponto fixo do qual não se perde a atenção, um instante ao menos. E para a mocidade, como aliás, para o resto do mundo, este invariável que se enfeita com a polycromia das cousas irrealisaveis; que se veste, com longos mantos de esteiras imponderáveis — luz dos sonhos — é a mulher.<sup>32</sup>

<sup>30</sup> A MULHER formosa. Semana Illustrada, 03 dez.1927.

<sup>31</sup> A MULHER. Semana Illustrada, 12 nov. 1927.

<sup>32</sup> BEHRENS, Odilon. A coroação da Rainha dos Estudantes Mineiros. Semana Illustrada, 12 nov. 1927.

Nota-se que a instrução acadêmica é algo evidenciado, com frequente ênfase, nas publicações. O concurso de Rainha dos estudantes, por exemplo, enaltece a importância da classe universitária, e o poder de uma figura feminina em unir e despertar o “espírito de universidade” entre os estudantes mineiros:

Está eleita a Rainha dos Estudantes Mineiros. Foram tres mezes da maior ansiedade, em que vibrou a mocidade dos gymnasios e das Escolas superiores, num entusiasmo certamente ainda não visto em Bello Horizonte. Convencemos assim, a custa de algum esforço, aos incrédulos da existência do espirito de Universidade entre os nossos estudantes. Agora, mais do que d'antes, elles têm um forte traço de união— o sentimento unanime de galanteria que os une em torno da mesma Rainha. Dotada de mocidade e belleza, intelligencia e bondade, Mlle, Cecy Gontijo, a eleita, bem merece a consagração de tão brilhante escrutínio. Aliás, em nosso sentir, todas as demais votadas estão á altura de tal distinção. Somente no proximo numero daremos o retrato da Rainha e noticia minuciosa das homenagens que lhe vão ser prestadas pelos estudantes mineiros.<sup>33</sup>

Além disso, a ansiedade criada e protelada pela revista, através do adiamento da divulgação de seu resultado por diversas vezes, e do mistério para a exibição do retrato da vencedora – três meses após o início do concurso - mostra uma ferramenta de tentativa de vinculação dos leitores, já que, pelos conteúdos perenes, denotam ser em grande parte constituída por estudantes.

Páginas a seguir, uma menção feita por Luthero engradece a mocidade, traçando uma linha sequencial de engrandecimento da juventude, ainda que de forma indireta, mas não despretensiosa, estando “nesses renovos das gerações passadas o segredo e a alma do progresso”<sup>34</sup>, o destino providencial da humanidade.

A política também esboçou algumas capas, como a décima quarta, na qual um personagem vestido como imperador parabeniza o presidente do Estado Antônio Carlos por reconcentrar a esperança do “angustiado povo brasileiro”<sup>35</sup> em apenas um quarto de seu programa. Nesta mesma edição, onze páginas após, a fotografia abaixo inicia uma matéria sobre as congratulações levadas por “gloriosos acadêmicos dessa capital” para o “ilustre presidente” no Palácio da Liberdade, pela projetada criação da Universidade de Minas Gerais<sup>36</sup>:

<sup>33</sup> CONCURSO Rainha dos Estudantes Mineiros. *Semana Illustrada*, 04 set. 1927.

<sup>34</sup> DE Luthero. *Semana Illustrada*, 04 set. 1927.

<sup>35</sup> SEMANA ILLUSTRADA. 04 set. 1927.

<sup>36</sup> UNIVERSIDADE de Minas Geraes. *Semana Illustrada*, 04 set. 1927.

**Figura 5** – O presidente Antônio Carlos e os estudantes no Palácio da Liberdade



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1927

Na página seguinte, Antônio Carlos aparece novamente em uma grande fotografia, cuja legenda, repleta de elogios, exalta-o como figura política, sociológica, culta e esclarecida. “Nome amplamente conhecido e respeitado em todo o Brasil, o primeiro aniversário do governo do esclarecido político não é somente motivo de regosijo para o povo mineiro, senão também para todos os seus compatriotas.”<sup>37</sup>

Tal posicionamento panegírico ao presidente do Estado, assim como para com os estudantes, aparenta uma estratégia midiática um tanto quanto imparcial do periódico, onde o sujeito se torna um espectador da própria sociedade, ou melhor, de uma pequena parte da sociedade da qual ele se enquadra, ou almeja se enquadrar, sofrendo influência em sua formação de opinião sobre os rumos da política, da economia e da cultura.

(...)Para que haja, entretanto, progresso e educação dos instintos de um povo, é necessário que apareça de ora em quando quem o guie, sacrificando o seu próprio bem-estar ao bem-estar colectivo, quem reforme as suas velhas instituições oboletas, quem busque suprimir lento certos dos seus habitos e das suas ideias por ideias e habitos mais adiantados.<sup>38</sup>

<sup>37</sup> PRESIDENTE Antônio Carlos, 04 set. 1927.

<sup>38</sup> BRAZIL, Diniz. Sem Idollos. Semana Illustrada, 02 out. 1927.

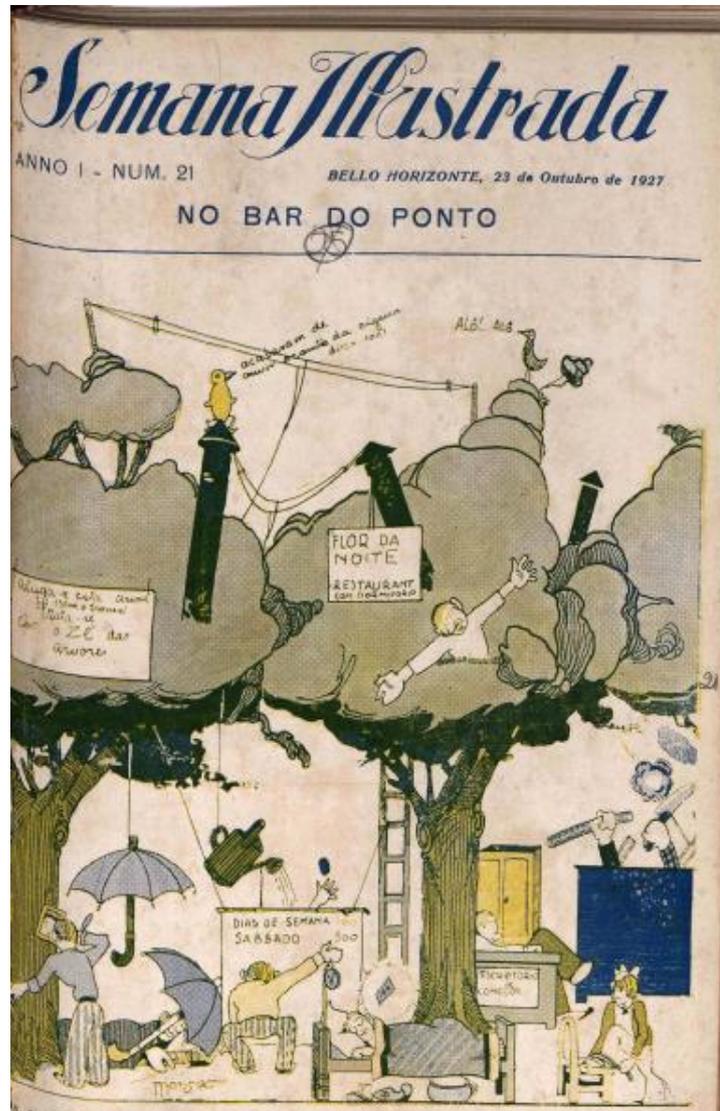
Transmutar a cidade em um centro de referencial cultural aristocrático era pretensão de seus planejadores, e desde suas primícias as elites recorriam aos costumes das grandes metrópoles para ditar a modernidade estimada para a capital mineira. Desse modo, além do belo sexo e a política, os hábitos mais “adiantados” também foram temas centrais das intrigantes capas. A criticidade em respeito à natureza sendo invadida pela urbanização, assim como as novas relações de tempo, trabalho e lucro foram ilustradas nas capas a seguir:

**Figura 6 – A hora oficial**



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1927

**Figura 7 – Relação tempo x dinheiro**



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1927

Partindo desse pressuposto, pode-se perceber na imagem acima a comercialização de elementos da natureza, como árvores e canto dos pássaros são ilustradas. Há também anúncio de um restaurante com dormitório. Um personagem que dorme em uma cama com um relógio pendurado em sua cabeceira e sonha com dinheiro, enquanto dois outros se arrumam com certa pressa no meio da rua. Chama a atenção o anúncio de dias da semana, cujo sábado tem o preço cinco vezes maior (500) que os demais dias (100).

## 2.4 Publicidade

Incluindo a própria revista, que pode ser definida como uma revista comercial, entre as inúmeras novidades da vida belo-horizontina, o crescimento da atividade comercial teve grande relevância, sendo primordial no processo de mudança da paisagem rural para urbana e dos costumes.

A publicidade possuiu um expressivo espaço nas publicações, o que indica a procura de variados ramos. Entre os notáveis anunciantes estavam serviços de seguros, bancários, médicos e de engenharia, bebidas alcoólicas, produtos estéticos, eletrodomésticos, terrenos, charutarias, oficinas de costura e de automóveis e demais comércios locais.

**Figura 8** – Anúncio Brahma



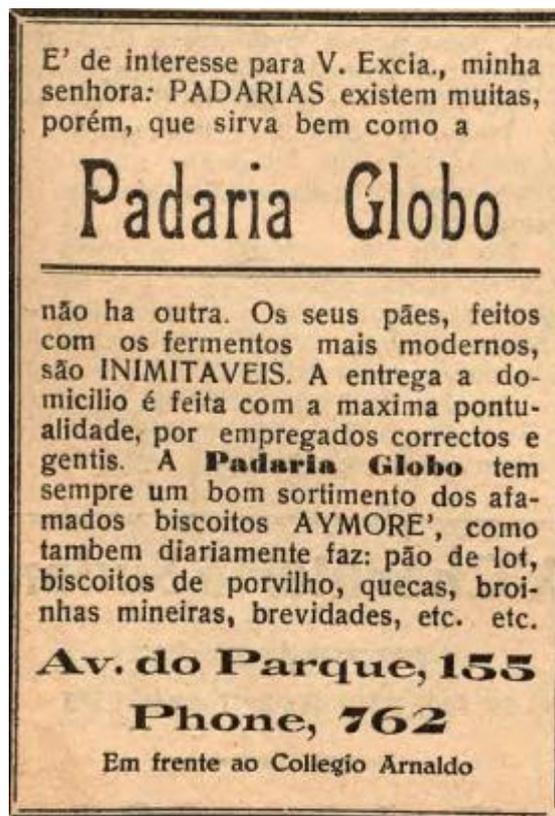
Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1927

A exibição dos mercadores na imprensa não era assegurada apenas pela ocorrência de se revelarem como importantes anunciantes. Afinal, sua legitimidade social não advém apenas dos tratos econômicos estabelecidos com a revista, mas sim da valorização de progresso almejado pelo consumidor, vinculada a ideia que detinham de comércio como avanço para a cidade.

Certamente as expressões vangloriosas - tais como "maior", "melhor", "perfeição", "presteza", "excellente" - que exaltavam tudo aquilo que fazia menção ao incremento da vida urbana - "hygiene", "limpeza", "elite", "elegância", "belleza", "esthéticas",

“finos”, “novidades”, “modicidade” - eram elementos da publicidade, o que não demérita a afeição do público, uma vez que tanto aqueles que consumiam os produtos e frequentavam os locais anunciados, como aqueles que apenas os admiravam, eram complacentes com a concepção de desenvolvimento da capital que o comércio trazia, assim como o orgulho e desejo de civilidade do mineiro.

**Figura 9** – Anúncio Padaria Globo



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1927

Todavia, anúncios variados do comércio local, como o da Padaria Globo acima exemplificado, apareceram de forma bem mais discreta, em menor frequência e quantidade, no ano de 1928. Ainda nas últimas edições circulantes encontradas havia referências a lojas medianas, porém sem imagens e com texto reduzido, se comparadas as do ano anterior.

Por sua vez, as aparições publicitárias em torno de bens de consumo e novidades tecnológicas surgiram de forma contínua. Os avanços que ainda não haviam chegado a capital eram noticiados, e os que já estavam ao alcance de seu consumo também,

como o refrigerador que produzia frio constante, que poderia ser conferido em exposição aberta ao público, como mostra o anúncio que ocupara inteiramente a penúltima página da trigésima sétima edição da “Semana Illustrada”, a seguir:

**Figura 10** - Anúncio do Refrigerador Eletrolux

Finalmente aparece um Refrigerador  
que produz frio constante  
sem necessidade de motor

—Como vê V. Excia., este Refrigerador trabalha sob um principio completamente novo. Não ha mecanismo que se gaste, se desarrange, faça barulho ou vibração.

—Mas, o ELECTROLUX, verdadeiramente fabrica gelo também?

—Naturalmente. E fabrica gelo para a mesa, para refrescos e sorvetes. Está provido de bandejas em que se formam pequenos cubos de gelo crystallino e puro.

—Realmente! Como é limpo e espaçoso!

—Sim. Todos se admiram do grande espaço reservado para conservar os alimentos. E' que, no

ELECTROLUX não ha mecanismos para tomar logar. O seu interior é de porcellana branca, de larga duração.

—E pensar que se pode, com este Refrigerador, ter sempre os alimentos frescos e em bom estado!

—O ELECTROLUX é, alem do mais, muito economico. Não ha despesas, com a manutenção de um motor, mas o simples gasto de corrente electrica, que é infinitamente menor.

—E' verdade! Já estou decidida. Tenho de comprar o ELECTROLUX, pois vejo que sem elle a nossa casa não estará completa.

**As exmas. senhoras são cordialmente convidadas a  
examinar em nossos salões de exposição, o funcionamento deste maravilhoso REFRIGERADOR**

Offerecemos inteira facilidade de pagamento  
Unicos agentes para todo o Estado de Minas

**Teixeira, Rocha & Cia.**  
**AVENIDA DO COMMERCIO, 629**

Visitem a nossa exposição à  
*Av. Aff. Penna (junto á Casa Selecta)*

Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1928

Assim, o discurso midiático da relação entre tempo e dinheiro começa também roubar a cena e o espaço dos anúncios a partir das edições de 1928, fazendo com que as palavras como “economia”, “conforto”, “praticidade” e “velocidade” passassem a ser utilizadas fortemente como vantagens a serem adquiridas para o cotidiano arrojado, dentro e fora das residências, como podemos ver a seguir, em um anúncio da “AEG:

Companhia Sul Americana de Eletricidade”<sup>39</sup> que ocupara inteiramente a penúltima página da quadragésima terceira edição da “Semana Ilustrada”:

**Figura 11** – Anúncio AEG: Companhia Sul Americana de Eletricidade

**Uma casa moderna**  
 aproveita a electricidade,  
 o que significa a economia de dinheiro,  
 menos trabalho e maior proveito.  
**Por isso trate de electrificar a sua cosinha**

NA  
**AEG**

**Companhia Sul Americana de Electricidade**  
 Allgemeine Elektricitäts-Gesellschaft -- Berlin

Os melhores aparelhos para uso domestico.  
 Aspiradores de ar de maior eficiencia.  
 Machinas electricas **AEG** de encerar  
 dão o melhor lustro

**Fogões electricos A E G**  
 significam economia e limpeza

Rua Rio de Janeiro, 445 -- Caixa Postal, 153  
 End. Teleg. EGMARSUD — Telephone, 478  
**BELLO HORIZONTE**

Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1928

Bem como a moda, abordagens sobre saúde do corpo e estética tornaram-se crescentes e constantes, refletindo mudanças nos hábitos de vida e interesses, tanto de mulheres quanto do público masculino, como demonstra o anúncio da “Campanha Gillete Safety Razor do Brasil”, em que a boa aparência e a economia do tempo são argumentos utilizados para atrair consumidores:

<sup>39</sup> SEMANA ILLUSTRADA.31 mar. 1928.

Figura 12 – Campanha Gillette Safety Razor do Brasil



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1928

Em relação a saúde do corpo, o discurso “mens sana corpo sano” vai ganhando forma, principalmente pela ligação entre o aspecto força e o direcionamento do mundo do trabalho e produtividade. O combate a fraqueza e o enaltecimento do corpo forte e atlético como sinônimo de saudável e belo vai sendo criado, à medida que o esporte vai se desenvolvendo e se difundindo (assunto que será abordado mais profundamente no capítulo seguinte), a exemplo do anúncio da “Farinha Ingesta”:

**Figura 13** – Anúncio Farinha Ingesta

**INGESTA**  
SILVA ARAUJO

A FARINHA DA **Ingesta** FORÇA E SAÚDE

<p>A BASE DE PHOSPHATOS- LEITE-ARRUTA E TRIGO encerrando todos os seus princípios EMINENTEMENTE :: NUTRITIVOS ::</p>	<p>O mais reconfortante agra- davel assimilavel dos re- constituíntes da infancia— Alimento completo para doentes, amas de leite e pessoas fracas VENDE-SE EM TODAS AS CASAS DE PRIMEIRA ORDEM</p>	<p>ALIMENTANDO AS CRIANÇAS COM A : INGESTA : VEL-AS-HEIS LIVRES DE RACHITISMO DYSPEPSIA E PERTURBAÇÕES DA DENTIÇÃO</p>
--	--	--

Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1928

Por outro lado, restaurantes, bares e *clubs*, que já denotavam grande parte da publicidade na revista em seu primeiro ano de existência, ao decorrer das edições foram ganhando cada vez mais espaço, passando a ser divulgados, em suma, também em página inteira ou como uma espécie de anúncio/reportagem. O estabelecimento “*Stadt Wien*”, por exemplo, bar e restaurante de “gênero completamente familiar” era anunciado como “espécie de ponto obrigatório”, de todos os “moços e velhos”, de “magnífico aspecto hygienico, de muito asseio e presteza em servir”<sup>40</sup>.

<sup>40</sup> STADT Wien. Semana Illustrada. 30 out. 1927.

Tais anúncios/reportagens eram normalmente ilustrados por fotografias dos flagrantes de sua frequência, o que permite uma maior análise sobre os locais, assim como sobre o público majoritário e as relações entre ele. Nota-se que personagens com algum tipo de destaque social eram evidenciados trivialmente nas legendas das imagens e nos textos que a seguiam.

Presidida assim, por um caráter um tanto quanto eugênico e higienista, podendo ser entendido como pré-condição ao processo de modernização social” (LINHALES, 1996, p.81), “Semana Ilustrada” se institui como tutorial de boa conduta, fomentando o “estímulo à educação eugênica, o cuidado com a higiene mental e o incentivo à luta contra os venenos sociais” (LINHALES, 1996, p..77). Partindo do entendimento de que os princípios higienistas e eugênicos não eram motivados apenas por concepções médicas, compartilhando novamente do pensamento de LINHALES (1996, p.77) ocupando-se “da construção do que deveria ser o povo brasileiro, base para a construção de uma Nação coesa, harmônica e orientada, fundamentalmente, para a causa nacional.”

Partindo desse pressuposto, de uma forma geral nota-se que, em síntese, há um grande indicativo de que o grande público alvo da “Semana Ilustrada” constituiu-se por jovens estudantes e adultos etilizados, sendo os potenciais consumidores dos sofisticados produtos e dos novos hábitos da modernidade publicados no periódico. Afinal, as camadas médias, alfabetizadas e mais afortunadas que ocupavam os espaços na revista, com a justificativa e esforço do periódico em mostrar que somente as mesmas ocupavam os espaços da cidade.

### 3 AS DIVERSÕES

Além de estampadas nas capas e nas propagandas, no interior da “Semana Ilustrada” podem ser vistas notas sociais que abarcam confraternizações religiosas, de aniversários, formaturas, bailes e casórios, como também nos poemas, fotografias e reportagens em geral, a fomentação e prestígio das diversões, como *footing*, o esporte, o teatro e o cinema, em uma capital que se queria constituir como desenvolvida e avançada, assim como nas demais cidades de Minas Gerais:

Bello Horizonte, estes últimos dias, tem vivido sobre uma alegre aímosfera de ruidosos enthustasmos. Ha uma-jovialidade communicativa e feliz na própria physionomia da cidade. Já rimos alto, já saímos, já nos mostramos. Esquecemos um pouco o proximo e repartimos mutuamente as liberdades... Enfeitamos a vida sem exageros... A cidade já está com ar de uma princeza educada. Os cafés, as casas de chá, os «bars» têm vida própria, publico variado. As senhorinhas, sem mais nervos nem acanhamento provincianos, tomaram os volantes e fazem o «chic» das nossas avenidas. Os «footings» têm uma animação desusada, aristocratizando-se dia a dia. O mineiro não quer mais as sombras fortes das arvores nem a solidão das montanhas. Quer luz, quer ar, quer alegria, quer o ruido da civilização, o atordoamento prazeiroso do «jazz», as sensações dó champagne, a claridade espectacular dos «cabareis». As escolas de dansas mataram as casas de biliar, as «brasseries», as partidas de gamão em família. As festas sportivas têm enchido as nossas tardes e concorrido milagrosamente para um enthusiasmo extensivo pelo sport em toda a Minas Geraes. O ultimo torneio académico trouxe-nos a satisfação de sabermos que possuímos as mais avançadas esperanças em as nossas escolas.<sup>41</sup>

Planejada, moderna e civilizada. A nova capital com suas largas avenidas, arquitetura monumental, parques, praças e locais de entretenimento representava o centro de referência para as cidades interioranas de Minas Gerais. Seus novos hábitos, mudanças de condutas e práticas de consumo - fomentados por uma pequena parcela afortunada da sociedade mineira - eram referenciados com ênfase no poder e na sofisticação, enquanto os conflitos, problemas e tensões inerentes a urbanização eram ocultados.

---

<sup>41</sup> LIVRE Chronica. Semana Ilustrada, 19 nov. 1927.

Bello Horizonte, a cidade dos rapazes,  
 Civilisa-se : tem chopps e cartazes  
 Illuminados! Cinemas com sereia...  
 incêndios apagados com areia...  
 Obeliscos, abrigos... o diabo!  
 gente sae á noite, e não dá cabo  
 De tanta coisa variada e linda...<sup>42</sup>

### 3.1 O *footing* e a missa

O *footing*, espécie de caminhada pelas ruas, parques e praças, aparece de forma recorrente nas edições de 1927 (em 80% das edições do ano), como sendo tema da capa da décima sexta edição, além de título tema de duas colunas, denominadas “*Footing*” e “Do ‘*flirt*’, do ‘*footing*’, da semana”, que através de prosas e poemas mostra pistas de como a sociedade belo-horizontina se aderiu a tal prática. Bastante difundido na cidade, apresentando aspectos que se enquadravam na lógica de visibilidade do urbanismo moderno e do viés de civilidade, o *footing* se destaca como importante atividade social da época. A prática além de adeptos tinham admiradores, como o autor Haroldo na décima quarta edição, que versa com entusiasmo o refere como uma festa harmônica, onde muita gente bonita e elegante desfila e se encontra:

Que noite suave e boa!  
 Tenho a impressão,—que encanto! —  
 que estou sonhando...  
 Concentro-me. Depois me espanto  
 e volto à realidade.  
 O que se passa, tudo quanto vejo,  
 não é nada menos do que a cidade  
 vibrando dentro do amável desejo  
 de brincar...  
 Bello Horizonte é uma adolescente,  
 que está na idade de se divertir...  
 E creia nesta historia quem quizer:  
 numa noite assim vibrante e sorridente,  
 eu amo esta cidade  
 como si amasse uma mulher..<sup>43</sup>

Juntamente as colunas, os flagrantes de momentos de *footing* pela capital também eram comumente divulgados nesse periódico através de fotografias, sendo possível

<sup>42</sup> DO “Gloria” ao “Imperio”. Semana Illustrada, 02 out. 1927.

<sup>43</sup> HAROLDO. Semana Illustrada, 04 set. 1927.

pontuar os locais e horários mais frequentados, assim como analisar o público majoritário e as relações entre ele.

Na capital mineira, a Rua da Bahia, Praça da Liberdade, Avenida Affonso Penna e Praça Sete eram os locais mais frequentados, e a movimentação parece ocorrer sempre preferencialmente aos domingos à noite.

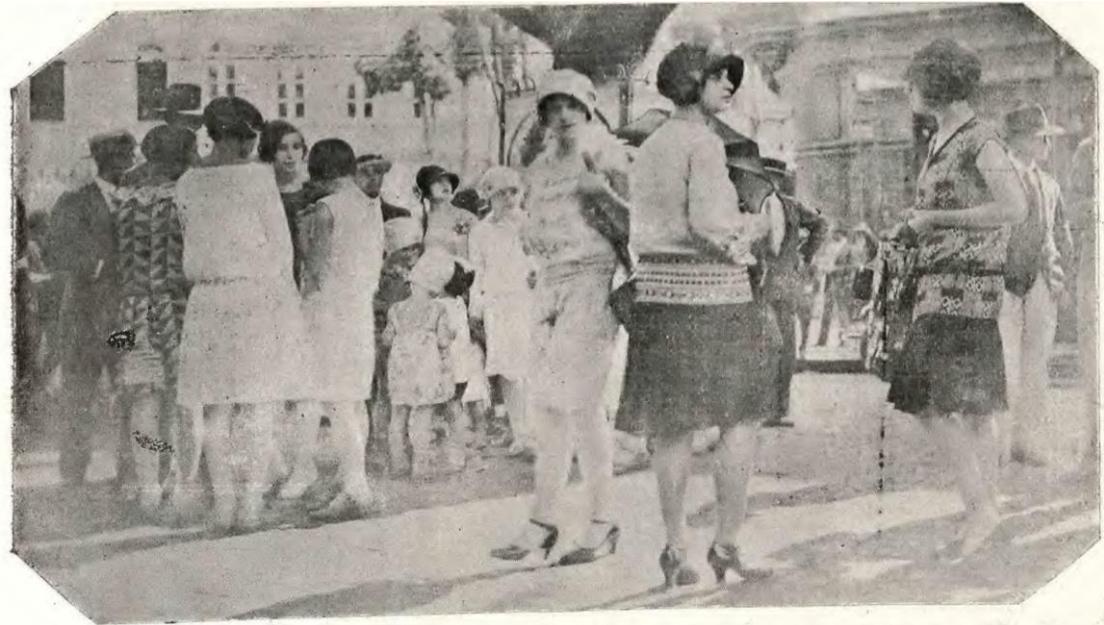
**Figura 14** – Fotografia do *footing* na Praça da Liberdade



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1928

Com intuito de flertar e se distrair, noto que apesar da presença, principalmente de jovens, compartilhada entre rapazes e moças, existia uma certa divisão entre os gêneros e classes sociais, tanto na disposição nos espaços, como na forma de participar das atividades cotidianas, inclusive nessa diversão.

**Figura 15** – Fotografia do *footing* na avenida



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1928

Na décima oitava edição, o *footing* é criticado por não manter a “distinção “de três anos atrás, quando o movimento era menos intensivo em uma capital sem “ricas construções e encantadoras avenidas”. “Por que não aristocratisam o footing que é acfuaímente, no mundo inteiro, um esporte civilizado e de pura elegância, onde se cultivam com apuro todas as criações sugestivas da moda?”. Tal questionamento é justificado em seguida com a afirmação de que “nós, que possuímos tão maravilhosos logradouros públicos e uma população jovial e garrida, precisávamos dar um cunho especial, de bom gosto e distincção aos nossos footings”. Declarações essas que comprovam o enaltecer da segregação que sempre existiu em tal prática, de um desejo de manutenção de um “seleccionismo de um footing elegante”, porém em maior ou menor medida, ao tempo em que a cidade ganhava, de forma crescente, novos habitantes.<sup>44</sup>

O modo adequado de se vestir e de se portar, de homens mas principalmente das mulheres, são mencionados direta ou indiretamente nas páginas da revista, inclusive quando se tratava do *footing* e os relatos dos encontros.

<sup>44</sup> LIVRE Chronica. Semana Illustrada, 02 out. 1927.

“A roupa branca, limpa e bem tratada”<sup>45</sup> e seus “magníficos vestidos”, usados por mulheres de “rostos de concurso, senhoritas elegantes, airosas e bonitas”<sup>46</sup> disputavam a atenção dos rapazes, que “de cartola e monóculo, a rir”<sup>47</sup> eram mal vistos se adeptos aos “bigodinhos”, que “estragam com ridículos focinhos a esthetica do footing encantador”:

Foram-se os bigodinhos, felizmente!  
Muito raro aparece algum demente  
De tufo preto abaixo do nariz...  
As manias são o mal deste paiz !<sup>48</sup>

Outro fato também retratado de forma assídua pela revista, através de fotografias, era o espírito religioso mineiro. Além dos flagrantes dos arredores das missas da capital, barraquinhas e eventos em cidades como Diamantina, Oliveira e Araxá também recebem atenção notória nas páginas da revista.

**Figura 16** – Frequência da Barraquinha da “Boa Viagem”  
posando especialmente para a revista



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1927

<sup>45</sup> DO “flirt” ao “footing” da semana. Semana Illustrada, 24 dez. 1927.

<sup>46</sup> DO “flirt” ao “footing” da semana. Semana Illustrada, 12 nov. 1927.

<sup>47</sup> DO “flirt” ao “footing” da semana. Semana Illustrada, 09 out. 1927.

<sup>48</sup> DO “flirt” ao “footing” da semana. Semana Illustrada, 10 dez. 1927.

Nota-se que a distinção e as elegantes vestimentas ligadas ao *footing* também caracterizam as imagens dos fiéis e entusiastas do catolicismo. Além disso, a divisão de gênero se repete, já que enquanto as mulheres tratavam a ida a missa como um importante evento, os homens a aguardavam do lado de fora das igrejas, “lendo jornal e falando mal da vida alheia” <sup>49</sup>

**FIGURA 17** – Rapazes na porta da igreja aguardando o fim da missa



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1927

Não diferente, assim como o *footing* e a missa, *pic-nic's* ocorriam em espaços públicos. Preferencialmente matutino e vespertino, ao ar livre, jovens se reuniam com suas elegantes vestimentas, ainda que a informalidade pudesse parecer ser característica desse tipo desse encontro.

---

<sup>49</sup> SEMANA ILLUSTRADA, 24 dez.1927.

### 3.2 O carnaval

Com direito a contagem regressiva em sua trigésima sétima edição, o Carnaval na revista, sinônimo de “loucuras irreprimíveis do reinado do deus diabólico do entrudo, guizos, mascaradas e lança-perfumes”, ganha espaço em capa, colunas e páginas de matérias na “Semana Ilustrada”. Assimilado a um período do qual “ninguém fica triste, ninguém pensa e ninguém tem vergonha”<sup>50</sup>.

Carnaval está ahi - a liberdade,  
A loucura, o feitiço, a alacridade  
Do corpo e do espirito... e de mais nada!  
Quem casar neste tempo faz burrada...<sup>51</sup>

Fruindo de bailes a fantasia e blocos que atroavam os “ares pacatos da cidade burguesa”, a festa que parecia popular não deixava de ser aristocrática, como confirma versos da décima quarta edição: “Num carnaval aristocratisado... Não vemos um só vulto aqui parado!”<sup>52</sup>

Entretanto, em toda a análise, essa festividade foi uma das poucas onde os não afortunados são citados desfrutando de uma diversão, afinal “nesses três dias a loucura domina o mundo dos mortaes. Só quem não diverte são os loucos...porque...porque...ninguem sabe porque.”<sup>52</sup>

“Vai ser um buraco para quem ganha pouco. Os agiotas já esfregam as mãos num contentamento perverso... Preparem-se para “esfolar” o pobre do folião que quiser divertir-se com dinheiro...emprestado”<sup>52</sup>. A capa da trigésima nona edição da “Semana Ilustrada”, apresentada em sequência, satiriza em sua ilustração os dizeres anteriormente ditos, fazendo menção as dívidas oriundas dos que, sem posses, aproveitam o carnaval.

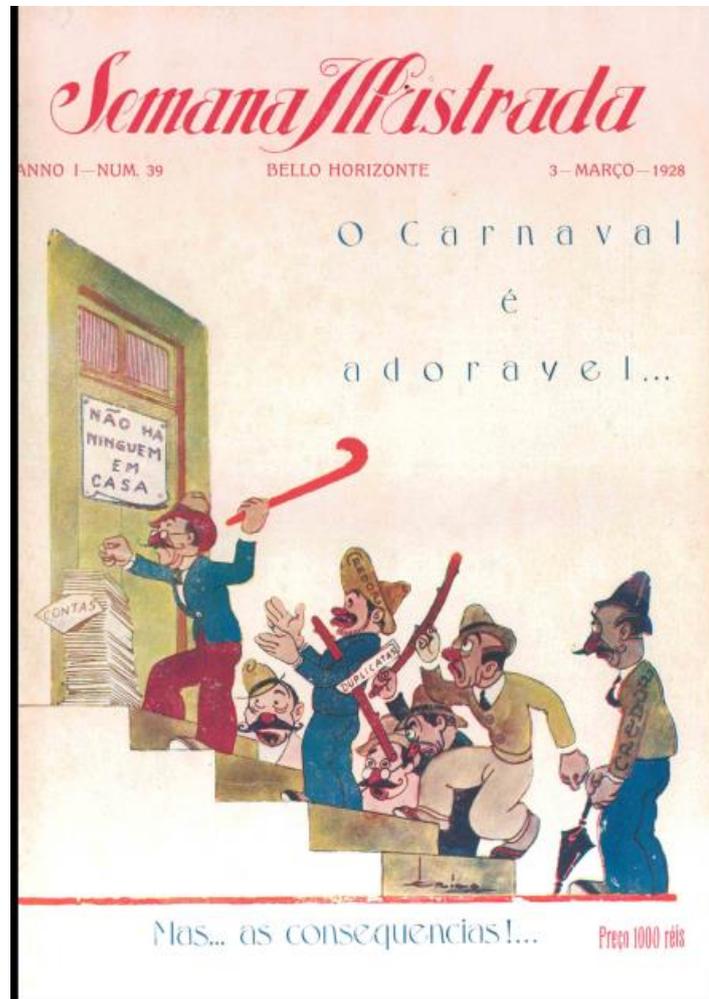
---

<sup>50</sup> ESTÁ na hora. Semana Ilustrada, 11 fev. 1928.

<sup>51</sup> DO “flirt” ao “footing” da semana. Semana Ilustrada, 17 dez. 1927.

<sup>52</sup> DO “flirt” ao “footing” da semana. Semana Ilustrada, 12 nov. 1927.

**Figura 18** – O carnaval é adorável... Mas suas consequências!



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1928

Valendo-se da alacridade que o Carnaval trazia a público leitor, o comércio desfrutava para oferecer produtos ligados a festividade, como o Lança Perfumes “*Flirt*”, com o *slogan* “No carnaval de 1928 usem *Flirt*, o Lança Perfume perfeito”<sup>53</sup>. Outrossim, a própria revista dispôs de matérias diferenciadas acerca da temática carnavalesca, oferecendo um número especial comemorativo do Carnaval, no dia 4 de março de 1928, onde todos os blocos e cordões que desejassem figurar nesse número poderiam comunicar com antecedência na redação, à rua da Bahia, 521.

<sup>53</sup> SEMANA ILLUSTRADA, 11 fev. 1928.

Seria, pois, uma das raras aberturas democráticas em relação as diversões referidas na “Semana Illustrada”, como poderá ser notado no desenrolar dos próximos apontamentos.

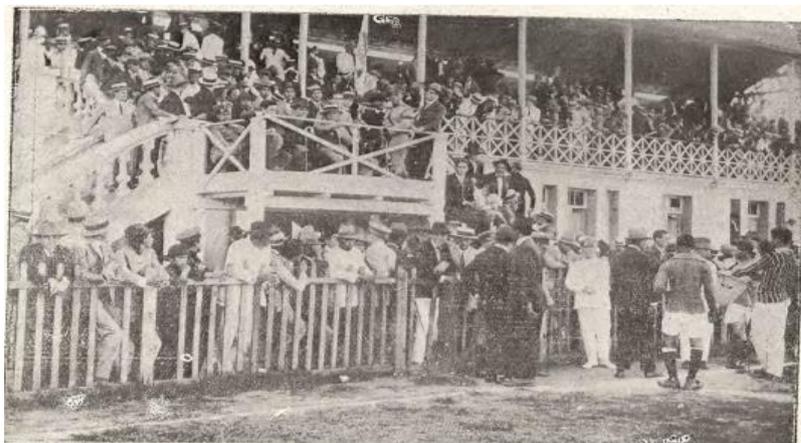
### 3.3 Os *sports*

O esporte – chamado de *sport* no periódico - por sua vez, concebido como provedor de saúde e modelo de modernidade, também se fez fomentado na capital. Como reflexo de uma cidade que se queria constituir como desenvolvida e avançada, as práticas também são tratadas com prestígio na referida revista.

Não diferente do *footing* e da missa, gravatas, bengala, chapéus e saias longas revelam a presença da elite mineira também nas práticas esportivas e em sua assistência. Como analisado por Rodrigues (2006), tais vestimentas elegantes eram uma das formas de expressar o “sentimento de distinção” na sociedade.

Contando com a coluna “*Sports*” em suas edições, o *football*, “um dos primeiros esportes a aparecer na cidade por iniciativa de seus habitantes e a despertar gradativamente interesse na população” (RODRIGUES, 2006, p. 151), em especial o mineiro, é contemplado tendo as partidas do América F. C., Palestra Itália, Itabirense F. C, Juiz de Fora entre outros *teams* sinteticamente narradas, além de fotografadas.

**Figura 19** - Assistência do jogo entre América e Uberaba, com a presença do Presidente do Estado



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1928

Dentre os clubes mineiros, o Sociedade Sportiva Palestra Itália, fundado na capital mineira por um grupo e membros da Colônia Italiana, desenvolveu-se com rapidez e se tornou uma forte associação local. Na décima sexta edição da revista, uma nota sobre o time se refere ao mesmo como sendo “principal escopo da sociedade o desenvolvimento e pratica de *sports* entre nós, proporcionando também a seus assolados diversões variadas”.

**Figura 20** – Expectadores da partida semanal de domingo da S.S. Palestra Itália



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1927

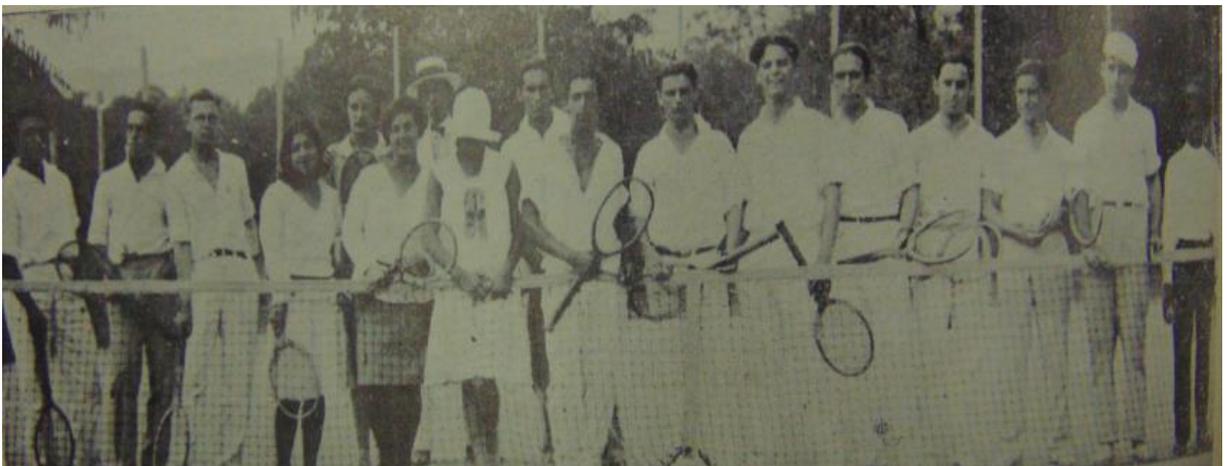
Além do Palestra, *tims* da capital são mencionados com superioridade aos clubes das demais cidades mineiras, ainda que, na prática, os resultados se equivalessem ou sobressaíssem, como na seguinte passagem sobre um jogo entre os selecionados da Capital e de Juiz de Fora: “Contra a expectativa geral o combinado visitante desenvolveu, embora fracamente, um jogo superior ao do nosso”. Na edição seguinte, o baixo desempenho dos jogadores da Capital justificou-se pela partida ter acontecido em Juiz de Fora: “sem attender a experiência de annos anteriores, que já demonstrou o quanto são dispendiosos e improficuos os treinos de selecção realizados fóra daqui”.<sup>54</sup>

<sup>54</sup> SPORTS. Semana Illustrada, 25 set. 1927.

A numerosa assistência que foi se afluindo nos campos chama a atenção, contando inclusive com a presença do “belo sexo”<sup>55</sup>. Além do *football*, outros esportes tinham sua assistência impulsionada, assim como sua prática.

Aconselhado até mesmo “as senhorinhas a sua prática, escudadas na garantia da sciencia physiologica em prol do preceito clássico “mens sana in corpore sana”<sup>56</sup> o jogo de tênis ganhou grande impulso na capital, sendo crescente o número de praticantes. Foi notável o surto desse “aristocrático *sport* bretão”, onde “os adeptos desse proveitoso divertimento” se apropriaram principalmente do Parque Municipal, “para onde converge a nossa elite busca das emoções proporcionadas pelo aristocrático *sport*, que tem nesta Capital inunieros afficionados, attestando o grande progresso alcançado entre nós”.<sup>57</sup>

**Figura 21** - Alguns tenistas no "*court*" do Parque Municipal



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1927

Diariamente, pela manhã e à tarde, o *court* construído pela Prefeitura no Parque Municipal contava com a presença dos que queriam aperfeiçoar e “roubustecer o physico na pratica da mais útil diversão – o *sport* – fortalecendo ao mesmo tempo o espirito”. Referido como o esporte predileto da elite social, com aficionados de ambos os sexos da “melhor sociedade”, sua expansão, segundo a “Semana Illustrada”, não

<sup>55</sup> Expressão utilizada para referenciar o sexo feminino.

<sup>56</sup> SEMANA ILLUSTRADA, 1928, n. 48

<sup>57</sup> SPORTS. Semana Illustrada, 09 out. 1927.

havia atingido o grau devido pela falta de *courts* na capital mineira. Desse modo, o pedido ao prefeito Dr. Christiano Machado, para a construção de mais *courts* era recorrente nas colunas esportivas, o que contribuiria com eficiência, além de tudo, para o “embelezamento” de Belo Horizonte e aumento do turismo.<sup>58</sup>

**Figura 22** – Tenistas de Morro Velho e tenistas de Belo Horizonte, visitando o Parque Municipal



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1927

O esporte além de divertimento passa a ser enquadrado em ferramentas nacionalistas, “envolvido ainda mais com formulações de caráter moral ou encarado como estratégia de formação política, tanto a partir de uma perspectiva progressista, quanto do ponto de vista conservador.” (MELO; VAZ, 2009)

---

<sup>58</sup> SPORTS. Semana Illustrada, 25 set. 1927.

Além do *football* e do tênis, outros esportes tinham sua assistência impulsionada, como o *hans-ball*, revelado no décimo nono número do periódico, como um novo esporte, criado por patinadores da capital, cujo número de aficionados cresceu de forma lenta e gradativa. Tendo seus jogos prioritariamente sendo disputados no *rink* do Parque Municipal, clubs como “America” e “Athletico” eram tidos como representativos da modalidade.<sup>59</sup> Além disso, o *box*, relacionado como sendo uma nobre arte também na coluna *Sports*:

A «nobre arte» já tem entre nós muitos afficionados. A prova desta foi a luta levada a effeito domingo passado, na Academia Mineira de Box. Mediram-se no ring os «batutas» José Baptista e Euclides de Souza. A pugna seria mais interessante se não fosse a grande superioridade de Euclides, que afinal prostrou o adversado K- O. A «turma» compareceu e a torcida foi quente.<sup>60</sup>

O trecho acima indica, assim como observado por Melo e Vaz (2009), tem o boxe como um significativo precursor da sociedade do espetáculo que estava surgindo. Ainda que regulamentado, sua prática e aceitação iam de confronto com a aristocracia vigente, ao mesmo tempo em que se popularizava “exatamente pelas situações e imagens de violência que oferece ao público” (MELO; VAZ, 2009). Embate esse que pode explicar o fato de que, mesmo ocupando expressiva contribuição na construção e difusão da identidade da masculinidade, em nenhuma das edições da “Semana Illustrada” aparecem fotografias do boxe, diferentemente dos outros esportes abordados nas edições da revista.

As terminologias em inglês usadas nos esportes, como em seus nomes e expressões técnicas, indicam mais um aspecto da tentativa de reproduzir no estado o que se fazia nos grandes centros urbanos estrangeiros, assim como a comparação e desejo de equiparação dos espaços esportivos e suas estruturas, como o rumor de um pedido surgido, em meados de outubro de 1927, da “mocidade esportiva: — qual seja a de crear, no Parque Municipal, uma vasta piscina para natação a maneira das inumeras que possuem os Estados Unidos.”<sup>61</sup> sendo a ideia vista como benéfica, já que:

E' um problema de eugenia que é preciso ser solucionado de urgência. Filhos das montanhas, precisamos mais que todos os outros da cultura nautica, que faz a orthopeáia e o rythmo dos musculos, dando um aspecto sadio e triumphador á physionomia e ao corpo.<sup>51</sup>

<sup>59</sup> HANS-BALL. *Sports*. *Semana Illustrada*. 09 out. 1927.

<sup>60</sup> BOX. *Sports*. *Semana Illustrada*, 04 set. 1927.

<sup>61</sup> LIVRE Chronia. *Semana Illustrada*, 16 out. 1927.

Embora alguns espaços onde ocorriam as práticas esportivas apontados pela revista fossem públicos, como o Parque Municipal, a apropriação dos mesmos aparenta ser restrita a fina flor da sociedade mineira. Sujeitos não mencionados em nenhuma das edições ficam ocultos na capital e nos interiores do estado. Sem propiciar participação igualitária a todos os indivíduos, as diversões descritas na “Semana Ilustrada” seguiam a moda higiênica, eugênica e requintada dos centros civilizados.

### 3.4 Os cinemas

Os divertimentos domésticos vão dando lugar para os espaços públicos, assim como para os locais privados de entretenimento, à medida que o consumo assume protagonismo na simbologia que singulariza a constituição das identidades e as formas de sociabilidade em Minas Gerais.

No ano de 1927, a maioria da população de 66.040 habitantes em Belo Horizonte e de 7.000.000 habitantes em Minas Gerais<sup>62</sup> notoriamente não se encontrava incluída de forma sociocultural nas propostas de divertimentos abordados pela revista. Diante desse pressuposto, evidencia-se a função do periódico em criar e vender a imagem inventiva de pluralidade de opções de divertimentos, tanto em locais como em horários de funcionamentos, ainda que não correspondesse a acessibilidade da grande maioria populacional.

Assim como o esporte e a dança, Melo (2005) considera o cinema como manifestação primordial na constituição da sociedade do espetáculo. Fundamentalmente associado ao estimado padrão de modernidade, inteiramente adequado aos novos avanços tecnológicos, o cinema foi surgindo e ganhando espectadores, em larga escala, caindo no gosto até das camadas mais populares, uma vez que caracterizado pelo:

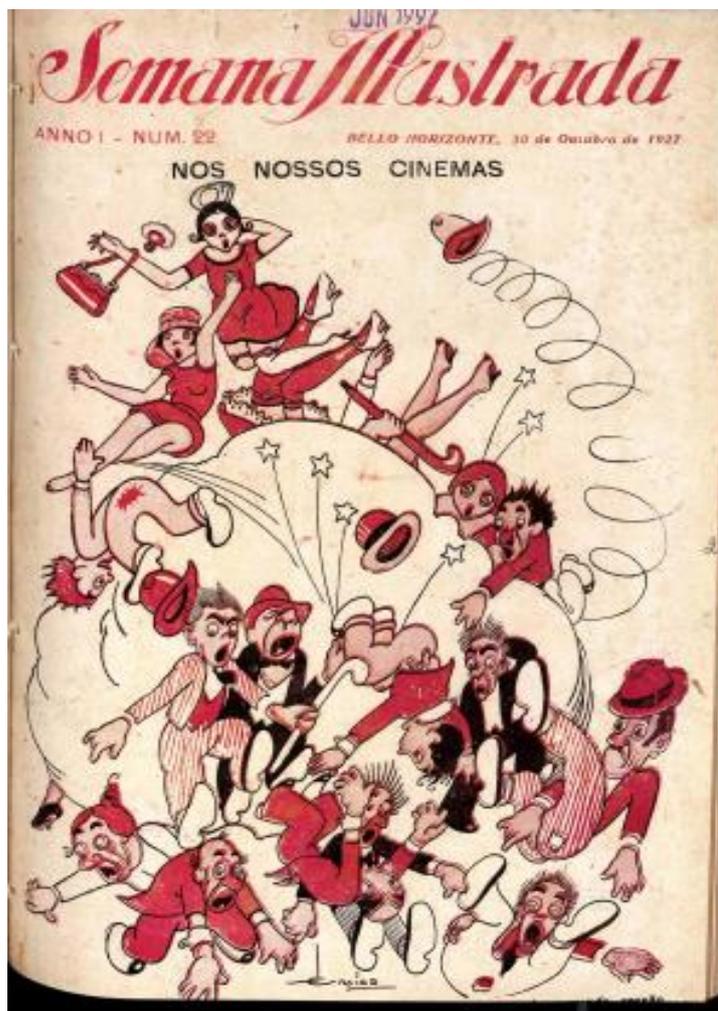
(...) desafio, o movimento, a exposição corporal, a velocidade, a busca do prazer e da excitação, a crença na ciência e no progresso, a ideia de multidão, a formulação de uma cultura construída no hibrismo urbano do gosto das camadas médias e populares. (MELO, 2005, p.143)

---

<sup>62</sup> POPULAÇÃO DO BRASIL: Calculada para o ano de 1997. Disponível em <<http://memoria.bn.br/DocReader/Hotpage/HotpageBN.aspx?bib=313394&pagfis=99579&url=http://memoria.bn.br/docreader#>>. Acesso em: 19 nov. 2017.

Desde o antigo Curral del-Rei, o teatro era uma das alternativas de divertimento da cidade, ainda que para poucos. A presença requintada ao teatro era selecionada, até mesmo pelos valores dos ingressos. Sendo assim, opções mais econômicas, como o cinema, foram ganhando espaço em Belo Horizonte, tendo maior assiduidade do público - desordem satirizada na imagem abaixo:

**Figura 23** - Nos nossos cinemas



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1927

Na décima sexta edição, “Semana Ilustrada” apresenta um breve texto sobre o cinema. O mesmo relata que anos anteriores a 1927 as fitas que apareciam no país eram italianas ou francesas, em preferência: “Era no tempo em que se falava em Francesca Bertini, Italia Manzini, Pina Micheli e outras figuras que se tornaram celebres pelo exagero de gestos interpretando dramalhões horríveis.” Em seguida, com a chegada dos primeiros filmes americanos, “da Vitagraph e da Triangle, com

cavallhadas, tiroteios e soccos de arrancar couro e cabelo”, e com a evolução dos recursos cênicos, “os americanos açambarcam o mercado de tal forma que 90% dos *films* que assistimos são produzidos na terra do Charleston”.<sup>63</sup>

Se o teatro, a música e as festas sociais pareciam ser os grandes espaços de divertimento da elite belo-horizontina no final do século XIX e início do século seguinte, estes iriam sucumbir ao incremento dos cinematographos, ao final da primeira década do século seguinte. (NETO; SILVA, 2009, p.11)

Em Belo Horizonte, desde suas décadas inaugurais, a imprensa emerge como anunciador de grupos sociais, distinguindo seus lugares na cidade, e a “Semana Ilustrada” se inclui nessa lógica. A falta de bons modos é um assunto costumeiro em diversas páginas da revista, como também a premência de se discernir moral e socialmente as atitudes dos habitantes da capital mineira.

Os cinematógrafos além de elanguescer as formas já prestigiadas de diversão, como o teatro, traz à tona novamente uma espécie de “manual de bons costumes” do qual deveria ser seguido pela sociedade que, empolgada pelo sonho hollywoodiano, nem sempre apresentava comportamentos apropriados que condissessem com tal arquétipo de conduta.

Muitas eram as reclamações nas salas de cinema sobre comportamentos indevidos, sendo um desfile de violência e perversão dos costumes. Na coluna “Bilhetes a Coroa” assinado por Rubens na vigésima primeira “Semana Ilustrada”, o repúdio a comportamentos considerados inapropriados foi narrado com detalhes, podendo ser lido a seguir:

O salão do cinema Gloria, na matinée de domingo, estava repleto. Seus freqüentadores, na' maior parte, rapazes e moças da nossa melhor sociedade, se deliciavam com innocentes flirts, ao som de harmoniosa musica Ao lado de Mlle. que tem um coração de lyrio e um corpo de estatueta de Tanagra, sentava-se um cavalheiro elegante, perfumado, que mais tarde soubemos ser o conspicuo alumno da Escola de Agronomia, que accode pelo nome de Orcival.(...)

---

<sup>63</sup> O CINEMA. Semana Ilustrada, 18 set. 1927.

Minha amiga: — Muito de se ver, sim, as guardadeiras de logar do " Cinema Gloria Interessante: pagam uma entrada e, uma vez lá dentro, ocupam dois logares — um para ellas, outro para a bolsa que, depois da luz apagada, se transforma num bigodinho cabuloso e cheio de phrases... Prestigitadoras, com effeito. Transformar bolsa em "papa-vento", não é coisa tão fácil! Ah! minha amiga, o horror que eu tenho a essas taes cadeiras reservadas! São intoleráveis, porque lesam a gente e lesam o fisco. Eu, por exemplo, sou incapaz de assentar-me junto de uma guardadeira — por causa do estrilo, que é na certa. Ellas só querem ali o "zinho" que está lá fóra, muitas vezes trabalhando os nikeis entre os collegas para poder entrar. (O Vianninha foi quem me disse dessa fraqueza moral e financeira dos nossos contemporâneos.) Vês como a coisa é complicada? E a gente a pensar que esses camaradas entravam facilmente como todo o mundo... Feliz no amor, infeliz no jogo. (Isto é do Nava.) Pois agora é que vejo que a razão está com o nosso Las Casas: " Ha sempre um turco de prestações em cada almofadinha de cinema". O aphorismo não é muito profundo mas é leal. Não guardes nunca logar no cinema—nem mesmo para o teu man nhc que demorou um pouco na sala de espera a comprar balas. E' ridículo, é futil, é deselegante— quando não é irritante. E eu adianto que seria mais decente entrarem juntos, Não achas tu? Olha que uma senhorita, nessas diversões publicas, precisa ter muita linha para st: admirada. Tu derias—respeitada. E' verdade; ha um Alcorão a cumprir nesse negocio de sociedade. Em coisa de moral, o exemplo deve vir primeiro do lado feminino—porque nessa questão o homem nunca se decide... Se fosse no Rio, as guardadeiras de logar correriam o risco de ficar sem.. as bolsas. Olha que os amigos do alheio ali não dormem. Mas, aqui, na pacata cidade vergel, é tão differente! Ha mesmo muita confiança em tudo. Até os garotos dos Qymnasios são confiados... O Plinio Lemos me asseverou que já viu no "Cinema Gloria" quatro cadeiras occupadas por uma senhorita e três bolsas ! Assim já é o contrario da Turquia... Por que o gerente do "Gloria", que é um rapaz tão sympathico e viajado, não põe um immenso cabide na sala de projeções, para essas bolsas incommodas e quasi humanas?... Seria uma nota hic e de bom gosto para os "desprotegidos como eu e o Bicalho"... E mesmo uma vingança divertida. Eu, entretanto, faria melhor: cobrava dois mil réis em cada bolsa ! Vamos dar um tiro nas guardadeiras de logar? Vamos.<sup>64</sup>

Um dado intrigante observado em relação as aparições do cinema no periódico é o de que nas 17 edições da "Semana Illustrada" de 1927 analisadas neste estudo, 20 *films* foram anunciados. No ano de 1928, por sua vez, nenhuma menção ao cinema é feita nas 24 edições encontradas. O motivo repentino do desaparecimento da ocorrência acerca da temática do periódico não foi esclarecido. De todo modo, segue abaixo um quadro referente aos *films* divulgados pela revista.

---

<sup>64</sup> BILHETES a Coroa. Semana Illustrada, 23 out. 1927.

**Quadro 1:** *Films* apresentadas em 1927 segundo anúncios da “Semana Ilustrada” (MOTA, 2018)

<b>FILMS</b>	<b>ELENCO PRINCIPAL</b>	<b>GÊNERO</b>	<b>CINEMA</b>
A Dama da Mascara	Ann Nilson, Ruth Roland, Einar Hanson, Holbrook Blin, Charlei Murray	Desconhecido	Glória
A duquesa Yankee	Constance Talmadge e Tulio Carminatti	Comédia	Glória
A mulher que eu amo	Ronald Colman e Blanche Sweet	Romance	Glória
A tia do Carlito	Syd Chaplin	Comédia	Avenida
Arminhos e Orchideas	Collen Moore e Jack Mulhal	Desconhecido	Glória
Beethoven	Maestro Francisco Nunes	Romance/Musical	Avenida
Don Juan	John Barrymore	Desconhecido	Avenida
Don Q: Filho do Zorro	Mary Astor	Aventura	Avenida e Pathé
Hotel Imperial	Marry Car e Belle Bennett	Desconhecido	Cinema Oliveira
Mare Nostrum	Antônio Moreno e Alice Terry	Desconhecido	Glória
Nero	Emil Jannings	Ação	Avenida
O comboio	William Coltier Jr e Lawrence Gray	Drama romântico	Glória
O General	Buster Keaton	Desconhecido	Avenida e Pathé
O intruso	Salli O`Neill e Roy D`Arcy	Comédia	Glória
Peixinho Dourado	Constance Talmadg e e Jack Mulhal	Desconhecido	Glória
Poder da Sedução	Corinne Griffith	Desconhecido	Odeon
Ricardo, Coração de Leão	Wallace Berry e Kathleen Clifford	Aventura	Avenida e Pathé
Segredos	Norma Lalmadge	Romance	Avenida e Pathé
The Big Parede	John Gilbert e Renee Adoree	Desconhecido	Glória
Visões do Palco	Norma Shrerer e Oscar Shaw	Desconhecido	Glória

De acordo com os anúncios encontrados, nota-se que as seções ocorriam praticamente em todos os dias da semana, com exceção de domingo. Os horários de

suas exibições não eram mencionados, sendo informado apenas o dia do mês, atores principais, breve sinopse e local de exibição. Dentre os *films*, os gêneros romance, comédia e aventura são os que aparecem, sendo este último em maior número. Além disso, chama a atenção o destaque dado aos atores, tendo suas fotografias ou caricaturas sempre exibidas em grande tamanho, o que indica a importância dos artistas na sociedade, aspecto que pode ser confirmado na passagem abaixo, cujo domínio sobre o elenco dos filmes era visto como qualidade: “Vejam só: ella é muito insinuante, freqüenta a boa sociedade, dança magistralmente, sabe os nomes dos artistas de cinema mais em evidencia, discute futibol, toca piano, etc., enfim reúne em si todas as qualidades bastantes para ser conhecida e disputada...”<sup>65</sup>

**Figura 24** - Anúncio do *film* “Peixinho Dourado”



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1927

<sup>65</sup> MISE-IN-SCENE. Semana Illustrada, 09 out. 1927.

Desse modo, além de exaltação do elenco dos *films*, a utilização frequente dos cinemas como pontos de referências nos anúncios de comércios variados denota novamente a relevância do cinema no cenário das diversões na capital mineira e demais cidades do estado, como o “Cinema Oliveira”.

### 3.5 Outros pontos de encontro

A “Semana Ilustrada” representa, pois, uma rica fonte de análise histórica da construção das diversões de parte da sociedade belo-horizontina no período de sua circulação. Além das opções de filmes e peças, os bares como “Stadt Wien” e “Grande Hotel” contavam com a fiel freguesia, reunindo a elite belo-horizontina. Restaurantes e cafés eram locais privados que também integravam os pontos de encontros refinados que formavam o cenário urbano ideal. Apresentando variedades de bebidas a guloseimas e aperitivos, passaram a ter horário de funcionamento diferenciado para incentivo da movimentação noturna da cidade:

**Figura 25** - Anuncio Café Americano



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1927

Assim como o “Bar do Império”, que teve sua reinauguração pautada pelo apelo as “nossas melindrosas e nossos almofadinhas” para que não deixassem morrer a importante iniciativa de uma casa elegante de chá “igual a qualquer outra do Rio e S. Paulo ou Recife”. O pedido para que a elite contribuísse para o comparecimento regular do “ponto *chic*” de chá e bebidas finas, luxuosamente instalado na Avenida Afonso Pena, era justificado pela diferenciação de sua abertura no horário vespertino, onde, “como nos grandes centros mundanos”, o “*grand-mond*” pudesse se reunir nesse “ponto de diversões”, preenchendo a lacuna até então existente em Belo Horizonte. Como estratégia comercial, anunciou-se o início de uma crônica de “mundanismo” na semana seguinte, “que diga respeito ao movimento *chic* do bar que promete aos seus habitués todas as quintas feiras, um *five-ó-clock* com magnífica orchestra”.<sup>66</sup>

Por sua vez, o associativismo aos *clubs*, similarmente considerados grandes centros civilizados, contava com a parte distinta e inconfundível da sociedade, onde eram realizados bailes e festas comemorativas, como o “Automóvel Club de Bello Horizonte”, “Sport Club Calafate”, “Ypiranga Club” e “Original Club”.

**Figura 26** - Baile oferecido aos novos bacharéis de 1927, no Automóvel Club de Belo Horizonte



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1927

<sup>66</sup> NO “Imperio”. Semana Illustrada, 11 fev. 1928.

A inauguração do Rotary Club, na capital foi noticiada como um acontecimento “verdadeiramente auspicioso, que merece ser celebrado com o mais vivo júbilo. Sobretudo no momento que passa, carregado de apprehensões e sobresaltos, avulta a significação das associações desse genero, cujo fim primordial é concorrer para a fraternidade humana e pugnar pelo ideal de paz”.<sup>67</sup>

Já o enaltecimento ao Original Club aparece na vigésima edição da “Semana Illustrada”, referido com prestígio como seleta agremiação dançante, de sócios distintos e inconfundíveis:

A ultima soirée que o "Original Club" offereceu aos seus innumerados socios, no dia 15, concorreu sem duvida para maior evidencia e prestigio social desse selecto grêmio dansante. E já era de esperar tal acontecimento, por isso que, constituído da aristocracia dos nossos bairros elegantes, as suas belas festas primam ordinariamente pela distincção, pela harmonia e pelo fino gosto que brilha sempre nos seus salões. Os seus socios, no geral, não poupam esforços para fazer realçar cada vez mais o prestigio admirativo dessa encantadora sociedade, que é a nota do mais interessante ineditismo no meio familiar bellohorizontino. Louvores merecem, por isso os que idearam e levaram adiante o objectivo de tão agradável iniciativa. Bello Horizonte está de parabéns, possuindo, como os grandes centros civilisados, a sua sociedade distinta e inconfundível.<sup>68</sup>

Na vida noturna da capital, o “Cassino Capitólio” se consolida como ponto-chave. Seria o local onde, segunda a revista, todos encontrariam no “aristocrático” espaço, um lugar ideal para comemorações festivas. Afirmação no mínimo contraditória, uma vez que, justamente por seu caráter aristocrático, sua frequência se destinava exclusivamente a um seletto grupo, e não a “todos” como declarado.

Aparentemente as expectativas criadas para a capital não correspondiam totalmente com a realidade cotidiana dos que nela habitavam, o que pode ser observado em algumas ilustrações, crônicas e versos na revista, como nos versos a seguir:

E vem morrer de tédio para cá!  
E' o destino de todo brasileiro  
Que se agarra  
aos costumes do estrangeiro.<sup>69</sup>

---

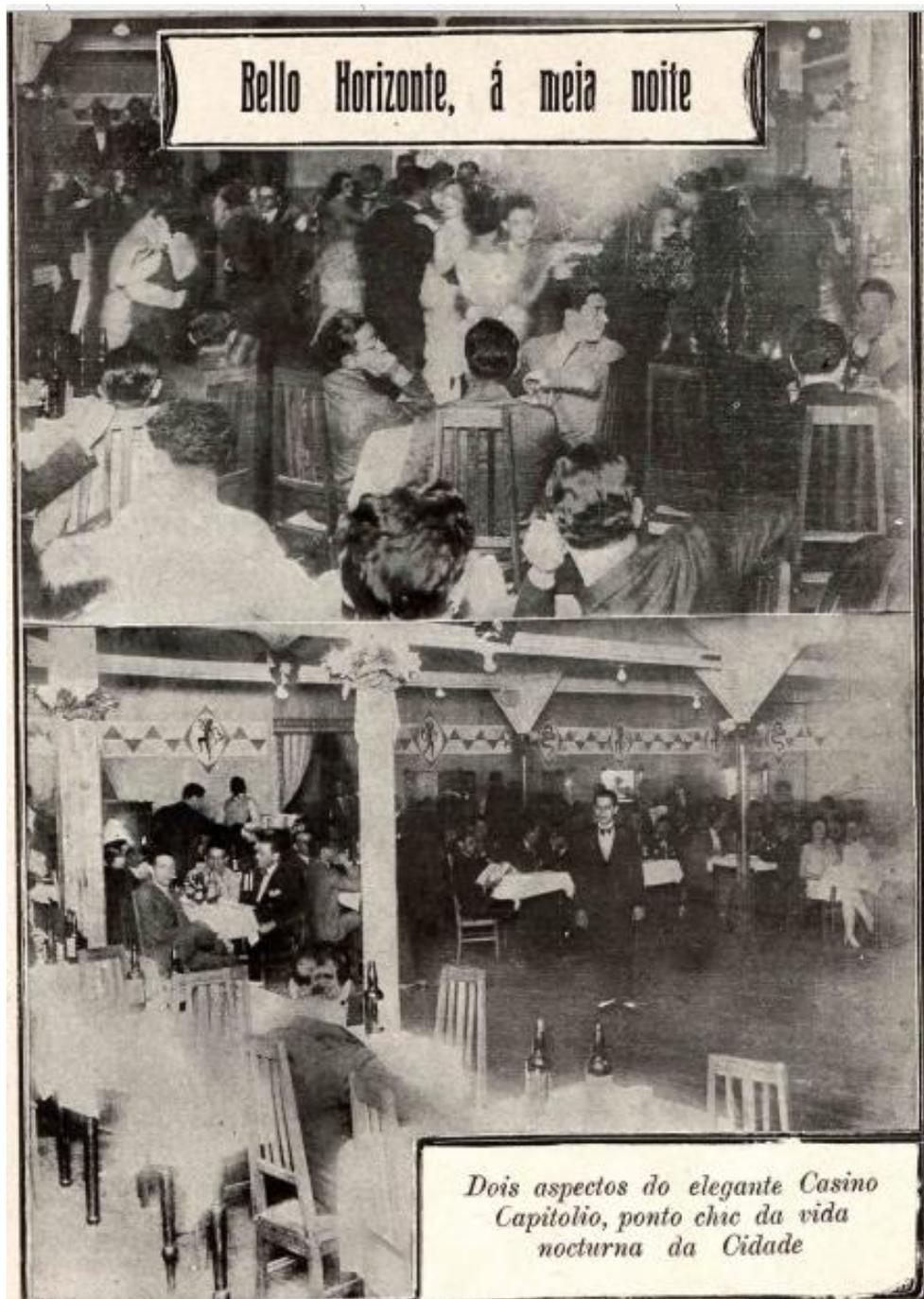
<sup>67</sup> PELO ideal da paz. Semana Illustrada, 18 set. 1927.

<sup>68</sup> LIVRE Chronia. Semana Illustrada, 16 out. 1927.

<sup>69</sup> DO “flirt” ao “footing” da semana. Semana Illustrada, 31 dez. 1927.

Se observada atentamente as fotografias que se seguem, consegue-se perceber que, diferente do ângulo da primeira fotografia onde mulheres elegantes e homens de *smokings* desfrutam da noite belo-horizontina, na segunda imagem os seus salões de jogos e de festas do mesmo ambiente, com decoração luxuosa se encontra com várias mesas vazias, aspecto que confronta a suposta numerosa clientela do espaço.

**Figura 28** - Cassino Capitólio a meia noite



Fonte: SEMANA ILLUSTRADA, 1927

Intriguista narrativa na vigésima edição do periódico, a coluna “Livre Chronica” apresenta a frustração quanto ao descaso dos habitantes e da imprensa para com o a vinda de Alberto de Oliveira, referido como “príncipe dos poetas brasileiros”, juntamente com Jorge Jobim até a capital, uma vez que a mesma havia passado despercebida perante os belo-horizontinos. No palco Municipal, com o intuito de homenagear a cidade, sua apresentação tivera a presença de “meia dúzia de atentos que ocupavam as quatrocentas cadeiras da platéia.” A culpa do pouco prestígio para com o “illustre” visitante se deve ao fato de todo o público da cidade estar nas festas dos colégios e nos cinemas. A queixa maior estaria aí, “em uma cidade tão bella e tão grande como Bello Horizonte só existir um publico. Ainda não sabemos dividir as atenções, divergindo dos gostos alheios... Todos se habituaram a ver de uma só vez.”<sup>70</sup> Essa seja, talvez, também uma possível hipótese para a existência e fim do próprio periódico.

---

<sup>70</sup> LIVRE Chronica. Semana Illustrada, 03 dez. 1927.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em um conflito entre o novo e o antigo, planejada e construída nas pretensões de modernidade e paridade com os desenvolvidos centros urbanos mundiais, a capital mineira foi se estabelecendo como metrópole ao passo que sua identidade cultural e social foi juntamente se formando, incluindo os hábitos, interesses e costumes de seus habitantes.

Surgida no mesmo cenário da perspectiva da modernidade, a revista “Semana Ilustrada”, fonte primária e objeto do presente estudo, adveio da continuação do jornal do “A Caveira”, que existiu entre 04 de junho a 27 de agosto de 1927, contando 13 números publicados. Com rara periodicidade na época, seus achados para essa análise totalizaram 41 edições, das quais 17 referentes a 1927 e 24 ao ano de 1928, apresentando seu primeiro número, o 14º de publicação geral, em 4 de setembro de 1927.

Pode-se considerar Belo Horizonte o foco do periódico, porém outras cidades mineiras foram mencionadas em colunas, principalmente em relação aos esportes, pontos turísticos, festas e eventos tradicionais. Além disso, notícias sobre outros estados e países, mesmo que com menor ênfase e espaço, também eram frequentes em suas páginas.

Com um renomado corpo editorial, suas características inovadoras gráficas e técnicas e sua variedade de conteúdos culminaram em uma notória expectativa e audiência. Nessa perspectiva que as diversões, construídas na/pela revista, aparecem como espelho do esforço da capital em se fazer civilizada, seguindo seu cenário de desenvolvimento que foi sendo modificado durante seu processo, estabelecendo assim uma formação de diferentes níveis sociais.

“Semana Ilustrada” beneficiou-se de sua dinâmica artística, literária, técnica e comercial. A conveniência de estabelecer diálogos com o leitor, para garantir a rentabilidade do periódico, conferiu-lhe um fundamental papel para sua sobrevivência. Uma das estratégias, aparentemente eficaz, era a promoção de concursos e publicações abertas a contribuição autoral do público em algumas colunas.

Uma das principais características da revista, que a distinguia da concorrência na época, era a capacidade de publicar imagens auto-explicativas; isto é, elas não exigiam textos auxiliares para que o conteúdo fosse entendido pelo público, o que pode explicar a recorrência de imagens avulsas com sucintas legendas, desprovidas de textos explicativos.

Indicar as diversões em Minas Gerais, mais precisamente de sua capital, a partir das edições encontradas da revista “Semana Ilustrada” implica em retratar o que apenas uma pequena parcela mais favorecida da sociedade vivenciava, em detrimento da ocultação do que os populares faziam em seu tempo livre. O periódico aparenta ter sido uma espécie de “manual de conduta”, se tornando claramente uma informante e formador da construção de interesses, hábitos e comportamentos.

Além disso, a revista fazia questão de prestigiar as várias aparições de membros da alta sociedade em espaços privativos, criados especificamente para o encontro da elite, como o “Cassino Capitólio” e o “Theatro Municipal”; cinemas como o “Glória”, o “Avenida” e o “Pathé”, sem faltar os bares como o “Stadt Wien”, “Grande Hotel” e “Império”. Por sua vez, a omissão quase que total das camadas mais populares e de conflitos geradas pela urbanização era representada em seu conteúdo perene, apesar do criticismo ser característica de sua definição em seu Expediente e estar presente em algumas capas, crônicas, versos e ilustrações.

Em suma, a exaltação do progresso ligado a eugenia, higienismo e civilidade, presentes no discurso de concepção da capital mineira, assim como no desenvolvimento de cidades interioranas do estado, foi utilizada como carro chefe das publicações da revista “Semana Ilustrada”. Vale ressaltar também seu forte caráter comercial, que lhe conferia uma exacerbada preocupação na formação de um mercado consumidor.

Destarte, pode-se concluir que a revista escolhida como fonte primária e objeto do presente estudo, se faz como um relevante documentação, possibilitadora de investigação e análise da tentativa de transformação de Belo Horizonte em um centro cultural privilegiado, que não seguiu exatamente o desejo de seus idealizadores. Por

fim, de forma geral notou-se que, em síntese, há um certo indicativo de que o grande público alvo da “Semana Ilustrada” era constituído por jovens estudantes e adultos etilizados, sendo os consumidores dos sofisticados produtos e dos novos hábitos da modernidade publicados no periódico, incluindo as diversões. Afinal, as camadas médias, alfabetizadas e mais afortunadas que ocupavam os espaços na revista, com a justificativa e esforço do periódico em mostrar que somente as mesmas ocupavam os espaços da cidade.

Desse modo, o final deste estudo se revela o início de vários outros problemas de pesquisa a serem respondidos, já que algumas lacunas inerentes a qualquer pesquisa impossibilitam uma abrangência total acerca do assunto, ao passo que possibilita e instiga a continuidade de pesquisa seguindo a mesma temática aqui abordada. Porquanto, além da pertinência em estudar outros periódicos para contrapor os achados e até mesmo acrescer o recorte temporal e espacial que foi limitado com a análise específica da revista “Semana Ilustrada”, seria pertinente a investigação da configuração das diversões mediante a apropriação da capital mineira e das cidades interioranas também pelas camadas mais populares, perquirindo os divertimentos não só elitizados, e, sim, como um direito de toda a sociedade.

## REFERÊNCIAS

“A CAVEIRA”. *Semana Ilustrada*, 04 set. 1927.

AMARAL, Sílvia Cristina Franco. Lazer/Recreação: Estudos de memória na cidade de Porto Alegre - Uma proposta em andamento. *Licere*, Belo Horizonte, v. 4, n. 1, p. 109-123, 2001.

ATTI. Pisando em callos. *Semana Ilustrada*, 18 set. 1927.

BILHETES a Coroa. *Semana Ilustrada*, 23 out. 1927.

BOX. Sports. *Semana Ilustrada*, 04 set. 1927.

BRAZIL, Diniz. Sem Idollos. *Semana Ilustrada*, 02 out. 1927.

BURKE, P. Abertura: a nova história, seu passado e seu futuro. In: **A escrita da História: novas perspectivas**. Burke, P. (Org.). São Paulo: UNESP, 1992. p. 7-37.

CARLOS. Pequenos Recados. *Semana Ilustrada*, 02 out. 1927.

COMO nos recebeu a imprensa. *Semana Ilustrada*, 18 set. 1927.

CONCURSO Casa Bistol. *Semana Ilustrada*, 30 out. 1927.

CONCURSO da Semana Ilustrada. *Semana Ilustrada*, 24 dez. 1927.

CONCURSO Rainha dos Estudantes Mineiros. *Semana Ilustrada*, 04 set. 1927.

AVELLAR, Romeu de. Da mulher. *Semana Ilustrada*, 02 out. 1927.

AVELLAR, Romeu de. Da moda. *Semana Ilustrada*, 16 out. 1927.

LUTHERO. *Semana Ilustrada*, 04 set. 1927.

DIAS, Padre Francisco Martins. **Traços históricos e descritivos de Bello Horizonte**. Belo Horizonte: Arquivo Público Mineiro: Xerox do Brasil, 1897. 108 p.

DO "GLORIA" ao "Imperio". **Semana Ilustrada**, 02 out. 1927.

DO *FLIRT* ao *footing* da semana. **Semana Ilustrada**, 09 out. 1927.

DO *FLIRT* ao *footing* da semana. **Semana Ilustrada**, 10 dez. 1927.

DO *FLIRT* ao *footing* da semana. **Semana Ilustrada**, 12 nov. 1927.

DO *FLIRT* ao *footing* da semana. **Semana Ilustrada**, 17 dez. 1927.

DO *FLIRT* ao *footing* da semana. **Semana Ilustrada**, 24 dez. 1927.

DUARTE, Ana Rita Fonteles. Resenha sobre a obra *Revistas em revista - imprensa e práticas culturais em tempos de República*. **Trajetos Revista de História UFC**. Fortaleza, v. 1, n. 2, p. 203-205, 2002. Disponível em: <<http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/17199>>. Acesso em: 16 jan. 2017.

ESCOLA Remington Official. **Semana Ilustrada**, 18 set. 1927.

ESTÁ na hora. **Semana Ilustrada**, 11 fev. 1928.

FIGUEIREDO, Guilherme Elias. Como ler uma revista ilustrada? Uma proposta metodológica para o estudo de periódicos ilustrados publicados no Brasil oitocentista. **Cadernos de História**. Belo Horizonte, v. 16, n. 25, p. 77-107, 2015. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/cadernoshistoria/article/view/11074>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

HAHNER, June Edith. **Emancipação do sexo feminino**: a luta pelos direitos da mulher no Brasil, 1958-1940/ June E. Hahner; tradução de Elaine Lisboa; apresentação de Joana Maria Pedro. Florianópolis: Ed: Mulheres; Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003. 448 p.

HANS-BALL. Sports. **Semana Ilustrada**, 09 out. 1927.

HAROLDO. *Semana Illustrada*, 04 set. 1927.

LINHALES, M. A. **A trajetória política do esporte no Brasil: interesses envolvidos, setores excluídos.** 1996, 242 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 1996.

LINHARES, Joaquim Nabuco. **Itinerários da imprensa de Belo Horizonte: 1895-1954.** Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro/ Centro de Estudos Históricos e Culturais, 1995. 612 p.

LIVRE Chronia. **Semana Illustrada**, 16 out. 1927.

LIVRE Chronia. **Semana Illustrada**, 16 out. 1927.

LIVRE chronica. **Semana Illustrada**, 02 out. 1927.

LIVRE chronica. **Semana Illustrada**, 09 out. 1927.

LIVRE Chronica. **Semana Illustrada**, 19 nov. 1927.

LIVRE Chronica. **Semana Illustrada**, 03 dez. 1927.

LUCA, Tânia Regina de. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: **Fontes históricas.** PINSKY, C. B. (Org.). São Paulo: Ed. Contexto, 2005. p.111-153.

MARTINS, Ana Luiza. **Revistas em Revista: Imprensa e Práticas Culturais em Tempos de República.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Faesp, 2008. 593 p.

MASCARENHAS, André; CANDIDO, Maria Inez. **Monsã: uma vida na ponta do lápis.** Belo Horizonte: C/Arte, 2014. 230 p.

MELO, Victor Andrade de; VAZ, Alexandre Fernandez. Cinema, corpo, boxe: reflexões sobre suas relações e a questão da construção da masculinidade. In: MELO, Victos Andrade de; DRUMOND, Maurício. **Esporte e Cinema: novos olhares.** Rio de Janeiro: Apicuri, 2009, p. 97-143

METRÓPOLE: a trajetória de um espaço cultura. Belo Horizonte: Prefeitura de Belo Horizonte/ Secretaria Municipal de Cultura, 1993. 130 p.

MISE-IN-SCENE. **Semana Ilustrada**, 09 out. 1927.

MORAES, Delorizano. **Semana Ilustrada**, 04 set. 1927.

MOURÃO, Paulo Krüger. **História de Belo Horizonte de 1897 a 1930**. Belo Horizonte: MCMLXX, 1970. 519 p.

NETO, Georgino Jorge de Souza; CAMPOS, Priscila Augusta Ferreira; SILVA, Silvio Ricardo da. Das Senhoras e Senhorinhas nos “Grounds” do Sport Bretão: a história das mulheres nos campos de futebol em Belo Horizonte (1904-1920). **Licere**, Belo Horizonte, v.16, n.3, set. 2013. Disponível em: <[https://www.ufmg.br/prpq/images/revistalicere/licerev16n03\\_a2.pdf](https://www.ufmg.br/prpq/images/revistalicere/licerev16n03_a2.pdf)>. Acesso em: 24 mar. 2018.

NO “IMPERIO”. **Semana Ilustrada**, 11 fev. 1928.

NOVELLI, Daniela. **Vogue Brasil: o periódico de moda como fonte e objeto de pesquisa histórica**. Florianópolis, 2009.

O CINEMA. **Semana Ilustrada**, 18 set. 1927.

O FEMINISMO antes de Christo. **Semana Ilustrada**, 4 set. 1927.

OLIVEIRA. **Semana Ilustrada**, 04 set. 1927.

PADILHA, Marcia. **A cidade como espetáculo: publicidade e vida urbana na São Paulo nos anos 20**. São Paulo: Annablume, 2001. 144 p.

PELO ideal da paz. **Semana Ilustrada**, 18 set. 1927.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História & História Cultural**. 2 ed. 1 reimp. Belo Horizonte: Autêntica, 2005. 132 p. (Coleção História & ... Reflexões, 5).

POPULAÇÃO DO BRASIL: Calculada para o ano de 1997. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/Hotpage/HotpageBN.aspx?bib=313394&pagfis=99579&url=http://memoria.bn.br/docreader#>>. Acesso em: 19 nov. 2017.

PREFEITURA de Belo Horizonte. Revista Semana Ilustrada. Disponível em: <<http://portalpbh.pbh.gov.br/pbh/contents.do?evento=conteudo&idConteudo=92020&chPlc=92020>>. Acesso em: 04 out. 2016.

PRESIDENTE Antônio Carlos, 04 set. 1927.

PUBLICAÇÕES. **Semana Ilustrada**, 23 out. 1927.

RODRIGUES, Marilita Aparecida Arantes. **Constituição e enraizamento do esporte na cidade**: uma prática moderna de lazer na cultura urbana de Belo Horizonte (1894-1920). 338 f. Tese (Doutorado em História) - Faculdade de Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006.

SEMANA ILLUSTRADA, 11 fev. 1928.

SEMANA ILLUSTRADA, 1928, n. 48.

SEMANA ILLUSTRADA, 24 dez.1927.

SEMANA ILLUSTRADA. 03 dez. 1927.

SEMANA ILLUSTRADA. 04 set. 1927.

SEMANA ILLUSTRADA. 10 dez. 1927.

SEMANA ILLUSTRADA.31 mar. 1928.

SPORTS. **Semana Ilustrada**, 09 out. 1927.

SPORTS. **Semana Ilustrada**, 25 set. 1927.

STADT Wien. **Semana Ilustrada**, 30 out. 1927.

UNIVERSIDADE de Minas Geraes. **Semana Ilustrada**, 04 set. 1927.