

**A BELEZA ESTÁ NA MODA: A REVISTA BATACLAN E AS NOVAS POSTURAS NA FORTALEZA DO INÍCIO DO SÉCULO XX**

**Profa Dra Francisca R. N. Mendes (Universidade Federal do Ceará – UFC)**  
**nogueiramendes@hotmail.com**

**Resumo**

Este artigo trata da revista Ba-Ta-Clan, uma das disseminadoras da moda parisiense em Fortaleza na passagem do século XIX para o XX. Analisando seus “concursos de beleza” e anúncios de lojas de tecidos, foi possível perceber que ela contribuiu para a formação de um novo padrão de beleza, difundido a partir dos espaços de lazer freqüentados pela elite local.

**Palavras-chave:** moda, sociabilidade, Fortaleza.

**Abstract**

This paper is about the magazine Ba-Ta-Clan, one of the disseminators of Parisien fashion in Fortaleza, from the late nineteenth to the twentieth century. Analyzing their "beauty contests" and advertisement of fabric stores, it is possible to notice that it contributed to the formation of a new standard of beauty, spread from the leisure spaces frequented by the local elite.

**Key words:** fashion, sociability, Fortaleza

**1. FORTALEZA BELLE ÉPOQUE E SEUS ESPAÇOS DE LAZER**

O século XIX é marcado pela consolidação do capitalismo e pelo processo de urbanização, com a criação de empresas de energia, água e transportes em vários lugares do mundo, como ocorreu em Londres e Paris. Nesses lugares, o crescimento e a proliferação de centros urbanos, em virtude da Revolução Industrial, fizeram com que os governantes europeus se preocupassem com o planejamento, a ordenação e “higienização” do espaço citadino (CHALHOUB, 2000)

No Brasil, o processo de urbanização das grandes cidades ocorreu durante o período republicano, marcado por tensões sociais entre as elites

oligárquicas, que lutavam para se manter no poder, e as classes médias, que passavam a se “aburguesar” pautadas nos padrões da burguesia européia<sup>1</sup>.

No Ceará não foi diferente. No que diz respeito à capital, as intervenções no seu traçado urbano começam ainda no século XIX; primeiramente, em 1818, quando o urbanista Silva Paulet projeta a planta de Fortaleza em formato xadrez, e posteriormente, no ano de 1875, por Adolfo Hebbster, que deu continuidade ao projeto, finalizando a “Planta Topográfica de Fortaleza” que tinha por finalidade disciplinar a expansão urbana e racionalizar os espaços da cidade, eliminando becos e vielas (PONTES, 2005).

Esse traçado urbano regular traduz, assim, os ideais de “civilização e progresso” difundidos pelo poder público, assim como o intuito de disciplinar o comportamento dos habitantes. O tecido social de Fortaleza era formado por pobres e mendigos, um reduzido grupo de comerciantes e industriais, além de profissionais liberais e intelectuais (PONTE, 1993; Silva, 2007)

A elite, composta pelos comerciantes, industriais, profissionais liberais e intelectuais compunha o restrito grupo social privilegiado que procurava se diferenciar dos pobres. Essa segregação cotidiana ficava mais marcante ainda nos espaços de lazer, que desde os anos de 1920, em Fortaleza, podem ser compreendidos como ambiente de diferenciação social. Os locais de diversão eram freqüentados de acordo com o poder aquisitivo, e, mesmo em locais públicos, havia espaços de diferenciação social, como era o caso do Passeio Público, inaugurado em 1880.

De acordo com Silva (2007), Fortaleza teve um crescimento populacional acentuado na virada do século XIX para o século XX, devido, principalmente, ao grande número de imigrantes. As secas prolongadas por sucessivos anos trouxeram uma grande massa de sertanejos do interior, que se tornaram “mendigos, vadios, meninos de rua, prostitutas e, junto aos pobres que a cidade já possuía, aumentavam o número de miseráveis” na capital cearense. Assim, o “tecido social” de Fortaleza nos primeiros anos do século XX “era formado por esses pobres e mendigos, um reduzido grupo de

---

<sup>1</sup> Ver BENCHIMOL, Jaime. Revolta Urbana e Revolta da Vacina na cidade do Rio de Janeiro. In: FERREIRA, Jorge e DELGADO, Lucilia de Almeida Neves (org). *O Brasil Republicano - o tempo do liberalismo excludente - da Proclamação da República à Revolução de 1930 – Livro 1*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

comerciantes e industriais, além de profissionais liberais e intelectuais” (idem, ibidem).

Nesse contexto, a elite, composta pelos últimos, compunha o restrito grupo social privilegiado, que procurava se diferenciar dos pobres. À medida que as classes privilegiadas se auto-legitimavam, pelo *status* social e poder aquisitivo, promoviam uma forte divisão entre os grupos sociais, intervindo e transformando os espaços de convivência da cidade.

Desse modo, o centro passou a concentrar os principais espaços de trabalho, lazer e encontros da elite como as lojas, com os cafés, com o Teatro José de Alencar, com as praças, com os clubes, com o Passeio Público e com as salas de exibição cinematográfica, enquanto que as residências foram deslocadas para outras partes da cidade.

Os locais de diversão eram freqüentados de acordo com o poder aquisitivo, e, mesmo em locais públicos, havia espaços de diferenciação social, era o caso do Passeio Público, inaugurado em 1880 e dos clubes freqüentados especialmente pela elite, que, a partir da década de 1920, tornou-se sobretudo o público das salas de exibição cinematográfica de Fortaleza<sup>2</sup>.

No que concerne aos clubes, passaram a ter uma maior relevância no início do século XX, em especial, na década de 1920, durante a chamada *Belle Époque*, quando os fortalezenses imitavam as modas parisienses na arquitetura, nas roupas, no comportamento, no uso de cosméticos e cortes de cabelo, conforme aponta Silva (2004). Os clubes em Fortaleza, nesse contexto, foram criados por grupos específicos que se afirmavam economicamente e buscavam espaços de lazer exclusivos assim como ocorrera com o Passeio Público. No entanto, ao contrário desse lugar, que era ao ar livre e freqüentado por diversas classes sociais, os clubes eram espaços fechados de sociabilidade exclusiva das elites. Para se ter acesso aos clubes, “[...] era preciso ser sócio e pertencer ao grupo estabelecido. Nesse sentido, os clubes representavam as profissões e ofícios que compunha a elite em ascensão, principalmente os comerciantes” (Silva, 2004)

---

<sup>2</sup> Ver SILVA, Márcio Inácio da. Nas telas da cidade: salas de cinema e vida urbana na Fortaleza dos anos de 1920. Dissertação de Mestrado em História Social. Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2007.

Ainda de acordo com a autora, no início da década de 1920, havia poucos clubes, no entanto, a quantidade era suficiente para atender ao abonado público freqüentador. Ao longo daquela década, os profissionais liberais, os industriais e os comerciantes foram fundando seus próprios locais de diversão, com acesso restrito e definido pelo poderio econômico e pelo pertencimento a um grupo. Foi o caso do Clube Cearense, inaugurado em 1897, a agremiação, era composta por políticos e comerciantes nacionais e estrangeiros, sobretudo os de procedência inglesa, francesa e portuguesa, que eram ligados às atividades de importação e exportação.

O comportamento excludente por parte do Clube Cearense, estimulou, de acordo com Silva (2007), a criação de uma outra agremiação, o Club Iracema, com sede na Praça do Ferreira. Sua fundação ocorreu em 1884, por grupos ligados ao comércio e a Alfândega. Também datam dessa época o Clube dos Diários, em 19 de março de 1913; o Maguari Esporte Clube e no ano de 1924, é fundada mais uma agremiação, o Country Club, que congregava os integrantes da colônia inglesa residentes na capital cearense. No final dos anos 20, foi a vez do Náutico Atlético Cearense fundado por jovens ligados a setores do comércio.

## **2. AS REVISTAS E OS NOVOS PADRÕES**

As décadas iniciais do século XX foram marcadas pela chegada de comerciantes vindos de outros países e municípios, que possibilitaram a formação de uma “nova classe social burguesa”, que tinha poder e dinheiro, mas não era reconhecida pela aristocracia cearense, conforme aponta Silva (2004).

A forma que essa classe encontrou de se afirmar perante a sociedade fortalezense do período foi o forte investimento nos locais de lazer, públicos e privados, que aliado à criação de revistas que enalteciam essa elite emergente, incentivava, principalmente as mulheres, “a aparecer nas ruas exibindo os acessórios de moda” que eram usados em Paris (idem, ibidem).

Cria-se assim, um novo padrão de mulher para o século XX, onde a beleza, a educação e o uso da moda são vistos como modernos, em

detrimento do recato e submissão, valores que antes eram exigidos principalmente pelos preceitos católicos do século XX.

Para servir de porta-voz aos valores dessa sociedade considerada moderna e em construção, são criadas, na década de 1920, as revistas de moda, “arte e elegância”, responsáveis pela divulgação dos novos costumes, considerados “civilizados” e “propagando um ideal de homem e mulher modernos”. As principais revistas que deixaram de circular, no início da década de 1930, são: A Jandaia (1925-27), Ceará Ilustrado (1925-1927) e Ba-Ta-Clan (1926). Meu interesse nesse artigo refere-se apenas a última.

Fundada em 1926 pela Associação dos Comerciantes, a revista Ba-Ta-Clan era voltada para a elite comercial de Fortaleza, que freqüentava tanto os clubes, como o Passeio Público e as salas de cinema da capital<sup>3</sup>. Além de ser o lugar onde eram anunciadas todas as modas parisienses e onde era possível comprar produtos como chapéus, calçados, maquiagens e “fazendas” para as roupas, a revista também destacava, a partir de suas colunas, a importância de chamar a atenção pelo vestuário, nos espaços públicos.

Para destacar a aparência da usuária, eram promovidos “concursos de elegância” pela revista, cujos prêmios eram ofertados pelos anunciantes como sombrinhas, pós, tecidos, maquiagens etc. Para os homens eram entregues bengalas. Geralmente, a premiação era entregue em dos lugares públicos freqüentados pela elite e a vencedora também podia ter o privilégio de ilustrar a capa da próxima edição.

*“Os grandes concursos da Ba-Ta-Clan”*

*“Qual a mais bella senhorinha, presente ao Passeio Público, na manhã de domingo, de 26 de setembro de 1926? Respondam à pergunta acima, os leitores de “Ba-Ta-Clan” e, simultaneamente, os freqüentadores das matinadas domingueiras, Passeio Público, enviando os seus votos até segunda-feira às 16 horas, à Redação de “Ba-Ta-Clan”, à rua Major Facunda nº 167, onde todos poderão assistir, nessa data, à apuração deste original certamen. À vencedora será entregue, no domingo dia 03 de outubro, no Passeio Público, às 10 horas. Uma rica sobrinha. Offerta da conhecida e conceituada casa A MARANHENSE como premio deste primeiro concurso*

---

<sup>3</sup> A revista está disponível para consulta no setor de microfilmagem da Biblioteca Pública Menezes Pimentel, em Fortaleza.

de Ba-Ta-Clan” (Fortaleza, Ba-Ta-Clan, 25 de setembro de 1926 nº 12)

Os concursos representavam ganhos para todos os envolvidos. A divulgação da sua loja era um benefício para o comerciante, porque estimulava o consumo dos itens doados; a disputa entre as moças para sair na revista era acentuada e a sociabilidade de uma forma geral era estimulada, porque as pessoas iam aos lugares para ver quem tinha sido a vencedora.

Aqui é possível perceber uma mudança em relação ao comportamento das mulheres da elite. No século XIX, elas, em sua maior parte, ficavam em casa, saindo somente para ir à missa ou outras obrigações indispensáveis, enquanto apenas as mulheres pobres saíam de casa para trabalhar. De acordo com Silva (2007), a principal forma de distinção entre as duas era justamente a pele pálida por falta de sol. Agora, no século XX, as mulheres ricas passaram a freqüentar a rua para passear e fazer compras, além da missa. O status social nesse momento pede o uso dos lugares de sociabilidade:

*Cidade provinciana, Fortaleza ainda pecca pelos costumes originaes de seu povo. A roda nas calçadas á noitinha constitue um hábito característico dos cearenses, assim como o “sereno” nos clubs, nas festas, e até mesmo em jantares intimos nos restaurantes da terra. Tais costumes, aliás, não prejudicam a ninguém. Gazeta de Notícias, 13 de julho de 1917, p.7.*

Portanto, a elite fortalezense desse período diferenciava-se socialmente de diversas maneiras. Os locais de lazer tinham suas significações, mas era, sobretudo, na apropriação da roupa e dos acessórios que a diferenciação se dava. As vestes representavam o símbolo dessa nova classe que tentava se afirmar perante a adoção de modas e costumes importantes, fato nunca antes presenciado na sociedade cearense, tradicional e católica.

Merece destaque ainda, os anúncios das lojas que além dos tecidos e acessórios, vendiam a modernidade e luxo para quem os pudesse comprar. Entre as lojas mais conhecidas e freqüentadas pela elite estavam A MARANHENSE, especialista em “fazendas”, era uma das mais conceituadas “casa de modas”, como era chamada, que trazia as novidades do Rio de

Janeiro e uma tinha uma “seleta clientela”, conforme aponta a propaganda exibida na Ba-Ta-Clan:



Fonte: Revista Ba-Ta-Clan, Fortaleza, 1926.

Situadas no centro da cidade, tais estabelecimentos tinham a exclusividade da importação de determinados tecidos, bastante disputados, como era caso da seda, num período em que todas as roupas eram feitas por costureiras ou alfaiates. Faziam parte desse seletivo grupo de “disseminadores de moda” a loja A CEARENSE, que se auto-proclamava, através dos anúncios, como o lugar “onde se abastecia a alta elegância do Ceará”, dispondo também dos “perfumes dos mais célebres fabricantes do mundo”:



Fonte: Revista Ba-Ta-Clan, Fortaleza, 1926.

Convém ressaltar que a Ba-Ta-Clan tinha outras lojas de tecidos e acessórios entre os seus anunciantes, como era o caso da A NACIONAL e não propagava apenas itens relacionados à moda. Dentre os produtos

encontrados, havia cigarros, lojas de ferragens, ateliês de costura, cafés, padarias, creme dental, instrumentos musicais, pensões, moinhos de café, restaurantes, automóveis e outros.

Tudo isso distribuído entre colunas que incluíam as últimas novidades vindas de fora no que se referia às roupas, mas também fotos de transeuntes pelo Passeio Público, carta de leitores que eram contra ou a favor dos “novos costumes” e sessões de “fofocas”, ensaios e poesias, além dos concursos citados anteriormente.

### **3. Considerações Finais**

Ao analisar a revista Ba-Ta-Clan e suas colunas, pude perceber, através da sua diversidade de anunciantes, que as lojas voltadas para a moda e seus acessórios tinham um lugar de destaque. Nesse sentido, o apelo para que as senhoras adquirissem “as últimas modas de Paris” ou as “fazendas” importadas revela um contexto de mudança no padrão de comportamento das pessoas da cidade, principalmente no que diz respeito à mulher.

Numa sociedade em que uma elite de comerciantes estava constituindo espaços diferenciados de lazer, com a inauguração de clubes fechados e o Passeio Público, um novo padrão de mulher também estava se formando, ao imitar os moldes e a moda parisienses. Logo, a Ba-Ta-Clan nos pinta um bom retrato da sociabilidade da época e do ar de modernidade que Fortaleza estava buscando ter, concretizado através das roupas.

## BIBLIOGRAFIA

ALENCAR, Edigar de. *Fortaleza de ontem e anteontem*. Fortaleza: Edições UFC / Prefeitura Municipal de Fortaleza, 1980.

AZEVEDO, Otacilio de. *Fortaleza Descalça: reminiscências*. Edições UFC, 1980.

BARBOSA, Marta Emísia Jacinto. *Cidade na contramão. Fortaleza nas primeiras décadas do século XX*. São Paulo: PUC: Dissertação de Mestrado, 1996.

BRESCIANNI, Maria Stella M. "História e Historiografia das Cidades, um Percurso". In FREITAS, Marcos Cezar de (org). *Historiografia brasileira em Perspectiva*. São Paulo: Contexto, 1998.

CHALHOUB, Sidney. *Cidade Febril: cortiços e epidemias na Corte Imperial*. São

Paulo: Companhia das Letras, 1996.

\_\_\_\_\_. *Trabalho, lar e botequim: o cotidiano dos trabalhadores no Rio de Janeiro da belle époque*. 2ª ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2001

ELIAS, Norbert. *O processo civilizador. Uma história dos costumes*. Tradução: Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Jorge Zahar editor, 1990.

GIRÃO Blanchad. *O Liceu e o bonde na paisagem sentimental de Fortaleza - província*. Fortaleza: ABC, 1997.

JOB, Daniel Carneiro. *Praça do Ferreira – O inédito, o sério e o pitoresco*. 2ª ed. Fortaleza: Gráfica Encaixe Ltda, 1992.

JUCÁ, Gisafran Nazareno Mota. *Verso e reverso do perfil urbano de Fortaleza(1945-1960)*. São Paulo: Anablume, 2003.

LEMENHE, Maria Auxiliadora. *As razões de uma cidade: conflitos de hegemonias*. Fortaleza: Stylus Comunicações, 1991

NOBRE, Geraldo. *O processo histórico de industrialização do Ceará*. Fortaleza: SENAI/DR-CE, 1989

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

PEDRO, Joana Maria. *Mulheres honestas e mulheres faladas: uma questão de classe*. Florianópolis: Editora da UFSC, 1994.

PONTE, Sebastião Rogério - **Fortaleza Belle Époque**. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha/ Multigraf Editora LTDA, 1993.

PONTES, Albertina Mirtes de Freitas. **A cidade dos clubes**: modernidade e glamour na Fortaleza de 1950-1970. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2005.

SILVA FILHO, Antonio Luiz Macêdo e. *Fortaleza: imagens da cidade*. Fortaleza: Museu do Ceará / Secretária da Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 2001, p.90.

SILVA, Diocleciana Paula da. *Do recato à moda: moral e transgressão na Fortaleza dos anos 1920*. Fortaleza:UFC, Dissertação de Mestrado, 2004

SILVA, Márcio Inácio da. *Nas telas da cidade: salas de cinema e vida urbana na Fortaleza dos anos de 1920*. Dissertação de Mestrado em História Social. Universidade Federal do Ceará. Fortaleza,2007.

#### **Revistas:**

Ba – ta – clan, 1926 .

- A Jandaia, 1927.

#### **ALMANAQUES:**

Almanaque Estatístico, Administrativo, Mercantil, Industrial e Literário do Estado Ceará, 1920 – 1930.