



## ELEGANTES E ADORNADAS: O CONSUMO DE ROUPAS BRANCAS EM CURITIBA – BRASIL (1900-1920)

*Elegant and adorned: the consumption of undergarment in Curitiba – Brazil (1900-1920)*

Muller, Caroline; Me.; Universidade Federal do Paraná,  
carolinemuller.design@gmail.com<sup>1</sup>  
Corrêa, Ronaldo de Oliveira; PhD; Universidade Federal do Paraná,  
rcorrea@ufpr.br<sup>2</sup>

**Resumo:** O presente artigo tem o objetivo de apresentar considerações sobre o consumo de roupas brancas em Curitiba – Brasil, entre os anos de 1900 – 1920, no sentido de explicitar os tipos de artefatos, as lojas e as publicidades que circulavam na cidade. Como resultado, evidenciamos que as roupas brancas em estudo são uma chave de leitura e uma plataforma de análise situada social e temporalmente.

**Palavras chave:** Cultura material; roupas brancas; consumo.

**Abstract:** This paper aims to present considerations about the consumption of undergarments in Curitiba - Brazil, between 1900-1920, in order to make explicit the types of artifacts, the stores and the publicity that circulated in the city. As a result, we have shown that the undergarments in the study are a key feature and a socially and temporally localized analysis platform.

**Keywords:** Material culture; undergarments; consumption.

---

<sup>1</sup> Mestre em Design pelo PPGDesign – UFPR. Atualmente é doutoranda em Design também pelo PPGDesign – UFPR (2016-2020), sob orientação do prof. Dr. Ronaldo de Oliveira Corrêa. Dedicar-se à pesquisa nas seguintes áreas de interesse: design, cultura material, memória e trabalho, moda e patrimônio.

<sup>2</sup> Doutor em Ciências Humanas pelo PPGICH-UFSC. Mestre em Tecnologia e Sociedade PPGTE – UTFPR. Graduado em Desenho Industrial - UFAM. Professor na UFPR. Interesses de pesquisa: cultura material, museus e coleções, teoria e história do design.



## Introdução

Rendas, bordados, ornamentos florais e geométricos, monogramas sobre o linho. As roupas brancas, também chamadas de roupas íntimas, roupas de baixo ou roupas interiores, eram construídas por esses e outros elementos. Objetos de uso cotidiano e na formação dos enxovais femininos no início do século XX, camisolas, anáguas e espartilhos, por exemplo, ganhavam destaque nos anúncios de jornais, páginas de periódicos e nos armazéns que vendiam tecidos e acessórios para a confecção de roupas nas grandes cidades brasileiras.

Neste texto tivemos o propósito de apresentar considerações sobre o consumo de roupas brancas em Curitiba – Brasil, entre os anos de 1900 -1920, no sentido de explicitar os tipos de artefatos, as lojas e as publicidades que circulavam na cidade. O período histórico em análise compreende no Brasil a chamada Primeira República, também conhecida como República Velha ou *Belle Époque* brasileira. Ana Silvia Scott (2013) pontua alguns valores que eram divulgados e reconhecidos como importantes nesse período, tais como um ideal de família conjugal moderna, o enaltecimento da intimidade e o cuidado com o lar. Esses valores estavam associados a um modo de vida burguês, vivenciados e construídos especialmente pela e para as classes dominantes. Nesse sentido, é importante salientar, como a própria Scott menciona, que esses valores não adquiriram a mesma importância em todas as famílias brasileiras, já que

nem todos quiseram ou puderam adaptar-se aos modos burgueses. Em uma sociedade profundamente diversa e desigual, hierarquizada a partir de elementos socioeconômicos e étnicos (com base, sobretudo, na “cor da pele” – herança do escravismo), não é de espantar que, ao se comparar famílias de áreas mais urbanizadas com as de áreas predominantemente rurais, as compostas por negros, brancos ou mestiços, as imigrantes e as locais, as ricas e as pobres, houvesse grandes diferenças. (SCOTT, 2013, p.17 e 18)

Curitiba contempla as cidades que passaram por transformações com a introdução da modernidade no início do século XX. O cenário da Rua XV de Novembro, por exemplo, passa a ser caracterizado pelo comércio, onde lojas de diversos ramos são instaladas. Clubes, livrarias, cafés, alfaiates, confeitarias, entre outros estabelecimentos reúnem-se para fazer



“daquele local o centro catalisador dos eventos culturais da cidade” (BOLETIM INFORMATIVO DA CASA ROMÁRIO MARTINS, 1996, p. 01). É nesse cenário também que surgem lojas como a Taborda & Irmão, especializada em vender o que era necessário para compor um enxoval nos anos de 1900.

Quanto aos materiais, nos dedicamos a trabalhar com jornais, catálogos e parte da coleção de roupas brancas pertencentes ao acervo do Museu Paranaense, localizado na cidade de Curitiba – PR, Brasil. O museu é uma organização estadual que existe desde 1876 e mantém um acervo dedicado a pesquisas relativas à história do estado do Paraná. Uma vez que o museu armazena e, em certa medida, privilegia artefatos e documentos da elite local, reconhece-se que estamos falando de mulheres burguesas.

O levantamento de objetos, jornais e catálogos na instituição faz parte da coleta realizada nos anos de 2016 e 2017 para a tese de doutorado da autora deste texto, por intermédio de um sistema de catalogação e guarda do arquivo que se encontra disponível para consulta ao público. Entretanto, encontramos algumas lacunas durante o estudo, como a ausência de informações que contextualizassem o uso dos objetos e a organização. A estratégia foi, então, apoiada na investigação de Carvalho (2008) com o Museu Paulista da Universidade de São Paulo, consultar fontes textuais e iconográficas.

Em diálogo com Guacira Lopes Louro (1998) e Marinês Ribeiro dos Santos (2015), os jornais são reconhecidos nesta pesquisa como veículos de representação que regulam e participam da produção de sujeitos femininos e masculinos. Ao entender os periódicos como uma estratégia para acessar e contextualizar os artefatos, os critérios para seleção foram, além do recorte temporal, aqueles que continham anúncios, imagens e textos vinculados à roupa branca.

No que se refere à coleção de indumentária acessada, os artefatos em estudo contemplam a coleção doada ao Museu Paranaense pela família de Maria Luiza de Almeida Scheleder, descendente das famílias Hauer, Meyer e Almeida. Maria Luiza, comumente referenciada como Malu, destaca que sua família é reconhecida por pertencerem ao segmento da elite curitibana desde o final do século XIX. As peças doadas pertenceram a sua avó,



Elizabeth Hauer Meyer (22 de outubro de 1893 – 22 de julho de 1982), com quem tinha uma relação próxima e afetiva.

Ao observar o cenário do Museu Paranaense e as informações contidas nos suportes de informação, tais como fichas técnicas e livros-tombo, reconhecemos que há poucos registros sobre as roupas que ali estão armazenadas, e, conseqüentemente sobre a vida social das mulheres na cidade de Curitiba. Essas constatações corroboram com o que Michelle Perrot afirmou ao dizer que “para escrever a história, são necessárias fontes, documentos, vestígios. E isso é uma dificuldade quando se trata da história das mulheres” (PERROT, 2017, p. 21). De acordo com a autora, a ausência de fontes sobre as mulheres dificulta pensar sobre suas diferentes formas de existência. Logo, foi isso que nos motivou a procurar por sujeitos como Malu e sua irmã Mara Almeida Baptistini, para que pudessem compartilhar suas lembranças sobre esses artefatos e sobre as mulheres que tinham relação com as peças.

No tocante à análise, esta foi realizada por meio do cruzamento das fontes documentais e tridimensionais com a revisão de literatura e entrevistas. Ao buscarmos compreender as relações entre os sujeitos e os artefatos, dialogamos com os estudos de consumo e cultura material produzidos por Daniel Miller (2007; 2013). Ainda, interessa-nos as publicações de Vânia Carneiro de Carvalho (2008), ao abordar as relações entre gênero, artefato e o espaço doméstico. Como resultado, evidenciamos que as roupas brancas em estudo são uma chave de leitura e uma plataforma de análise situada social e temporalmente.

### **Experiências modernas em Curitiba a partir do consumo de roupas brancas**

Nas palavras de Angela Marques da Costa e Lilia Moritz Schwarcz, o início do século XX foi um momento em que “uma certa burguesia industrial, orgulhosa de seu avanço, viu na ciência a possibilidade de expressão de seus mais altos desejos” (COSTA e SCHWARCZ, 2000, p. 10). A busca pela novidade e progresso ultrapassavam o limite do presente, possibilitando imaginar e sonhar com o amanhã. Para as autoras, foi um período em que se acreditou na construção de normas morais e de verdades absolutas, marcada sobretudo por inovações tecnológicas.

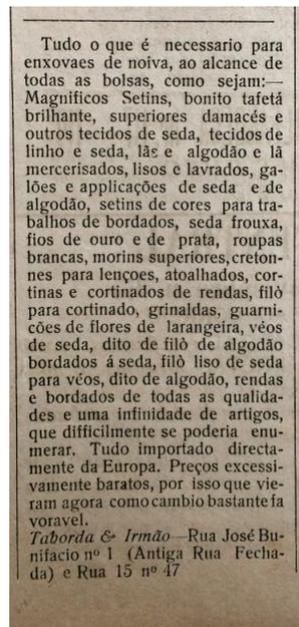


Nesse período, o vestuário é um dos artefatos que ocupa um lugar importante na vida das pessoas, especialmente nas mulheres. A matéria-prima, os aviamentos, os instrumentos de costura e bordado representavam, de acordo com Wanda Maleronka,

manifestações de seus interesses e motivações e traduzia ocupações e modos de vida construídos como expressões de classe e gênero nas relações sociais. Nesse período, a importância e a valorização do vestuário feminino ampliavam toda sorte de inovações ligadas a tecidos, aviamentos e adornos, pelas quais interessavam costureira e modistas. Presente também na vida cotidiana de outras mulheres, o vestuário feminino possibilitava-lhes evadir-se da estreiteza da vida familiar e explorar a buliçosa cidade. (MALERONKA, 2007, p. 170)

O crescimento da produção e o consumo de vestuário contribuíram para a ampliação dos meios de comunicação e divulgação do que havia de mais moderno nas cidades. Em Curitiba, esta estratégia foi utilizada por diversos estabelecimentos comerciais, como por exemplo, pela loja Taborda & Irmão no ano de 1903.

Figura 1: Anúncio da Loja Taborda & Irmão.



Fonte: Diário da Tarde, 16/01/1903. Arquivo do Museu Paranaense.





A partir do anúncio é possível observar as estratégias utilizadas para comprar no estabelecimento: a importância que se dava para a “infinidade de artigos”, bem como o fato de todos eles serem importados da Europa e por um preço acessível. De acordo com o Boletim Informativo da Casa Romário Martins (1996, p. 36), a loja fazia importação de países como Paris, Berlim, Hamburgo, Manchester e Viena.

Outra questão valorizada no anúncio é o enxoval, conjunto de artefatos confeccionados por mulheres que anseiam pelo matrimônio. Grande parte das roupas brancas mantidas no Museu Paranaense pertenceram ao enxoval de Elizabeth Hauer Meyer, datado de 1910. Nesse período, grande parte das roupas eram sob medida e por esse motivo o comércio de fazendas e armarinhos prevalecia. Maleronka nos ajuda a pensar que essa especialização do comércio demonstrava e confirmava uma ideia de ambiente urbano. Em paralelo a isso, havia também grandes magazines em outros lugares do mundo que vendiam seus produtos por correspondência, tornando seus produtos acessíveis a regiões distantes ou até mesmo tornando-se referências e instrutores da moda vigente sobre o vestir.

Os catálogos localizados no acervo do Museu Paranaense são justamente desses grandes magazines. Um dos exemplares registrados foi da francesa *Au Printemps* Verão de 1917, reconhecida internacionalmente por contribuir nas práticas de consumo e varejo.





Figura 2 - Página do Catálogo da *Au Printemps*.



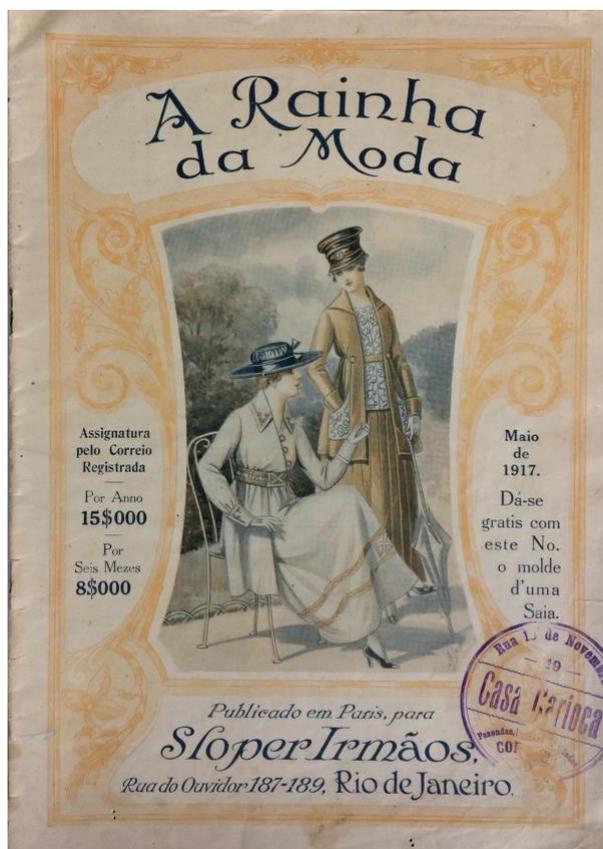
Fonte: Au Printemps, verão 1917. Arquivo do Museu Paranaense.

Nesse sentido, os catálogos mostram-se relevantes ao passo que apresentam pistas sobre suas circulações na cidade. Outro exemplo disso é um volume de maio de 1917 da revista “A Rainha da Moda”, que possui um carimbo da loja Carioca em sua primeira página. (Figura 3).





Figura 3 - Capa da revista "A Rainha da Moda".



Fonte: Revista A Rainha da Moda, maio de 1917. Arquivo do Museu Paranaense.

A Casa Carioca tem sua origem no ano de 1910 e era localizada na Rua XV de Novembro, esquina da Rua Dr. Muricy. Era uma loja “especializada em comércio de artigos finos como casacos de pele, perfumaria francesa, acessórios e roupas masculinas, femininas e infantis” (BOLETIM INFORMATIVO DA CASA ROMÁRIO MARTINS, 1996, p. 49). Já a Sloper Irmãos, localizada na Rua do Ouvidor 187-189 era uma casa comercial que iniciou as atividades em 1899 com a venda de revistas de modas e moldes para costura.

A capa nos apresenta uma série de questões possíveis de serem problematizadas: a relação com Paris, a venda e circulação dos catálogos e revistas de moda no Brasil, as indumentárias vestidas pelas modelos, entre outros. Maria do Carmo Rainho (2002) e Rosane





Feijão (2011) afirmam que os processos de modernização ocorridos no início do século XX no Rio de Janeiro tinham relação com as reformas que estavam ocorrendo na França desde meados do século XIX. Paris era um modelo a ser seguido, e contribuiu não somente para as alterações na configuração do espaço físico do Rio, mas também nas transformações das aparências, costumes e valores da sociedade.

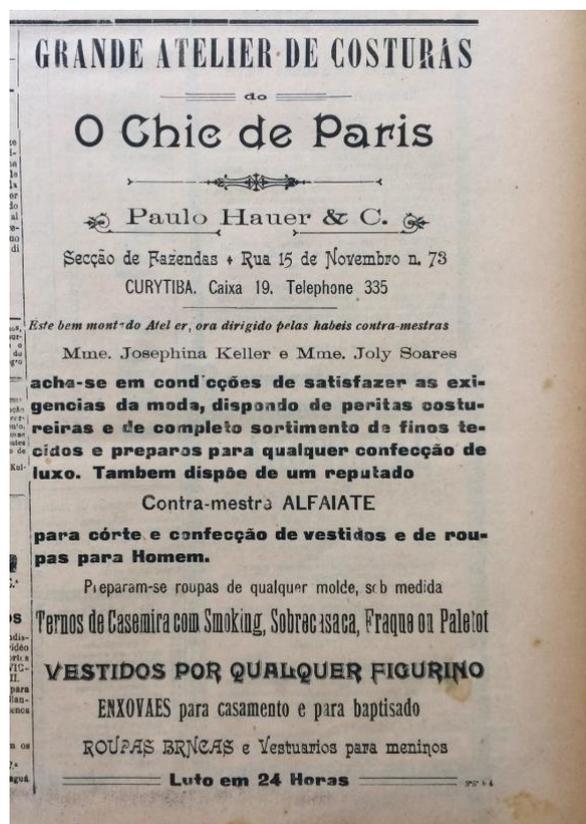
Para Feijão (2011), “artigos de moda, colunas sociais e revistas de variedades davam suporte às mudanças programadas ou desejadas, estabelecendo um discurso disciplinar” (FEIJÃO, 2011, p. 21). Em conformidade com a autora, compreendemos que os periódicos construíam discursos com características pedagógicas e disciplinares que circulavam nas grandes cidades brasileiras, inclusive na cidade de Curitiba, propagando e contribuindo na regulação e constituição de sujeitos masculinos e femininos.

Dando sequência ao levantamento realizado, lojas, como o “Grande Empório de Feres Merhy”, por exemplo, localizado entre as ruas Ébano Pereira e Dr. Muricy, que vendia tecidos finos, roupas feitas e armarinhos, eram espaços em ascensão. Outra loja localizada nos anúncios de jornais locais eram a loja “Ao Figurino”, que foi estabelecida em 1885 na cidade e em 1907 tem seu nome alterado para “O Chic de Paris”. Na imagem a seguir é possível observar que era um estabelecimento que vendia finos tecidos, enxovais e roupas brancas até a confecção de peças por alfaiates e costureiras.





Figura 4 - Anúncio da loja “O Chic de Paris”.



Fonte: A República, 08/12/1910. Arquivo: Museu Paranaense.

Apesar dos anúncios de jornais explicitarem os estabelecimentos dedicados a vender acessórios e aviamentos para o consumo de roupas brancas em Curitiba, com eles não é possível identificar os tipos de peças que eram consumidas na cidade. Sabe-se que o arquivo do Museu Paranaense não representa toda a sociedade curitibana, mas ele nos dá pistas e indícios do que poderia ser consumido. Malu e sua irmã Mara salientam a importância que as anáguas, meias, camisas e especialmente as camisolas tinham na vida da sua avó. Mara comenta que

“Eu lembro da ‘oma’ (avó na língua alemã) dizendo das camisolas, que as camisolas eram bonitas, enfeitadas com rendas, mas no dia que elas estavam menstruadas...as camisolas eram aquelas camisolas bem simples, fechadas e





sem enfeite nenhum. Ninguém precisava dizer nada. A própria camisola já dizia por si. Nesse dia o homem respeitava a mulher.” (M. A. Baptistini, comunicação pessoal, 13 de setembro de 2017)

De acordo com a interlocutora, as características materiais das camisolas eram indicativos das relações sociais existentes. Em outras palavras, os artefatos contidos no acervo, possuem uma história – uma vida social – em sua materialidade. Outra questão apresentada pelas interlocutoras era com relação aos cuidados em manter as roupas íntimas na cor branca, existindo técnicas específicas para a lavagem e o cuidado com as peças<sup>3</sup>.

Desse modo, acessar estes diferentes tipos de fontes auxiliou na compreensão do comportamento cotidiano no espaço doméstico e público por mulheres de elite de Curitiba, especialmente no que se refere à vida e às práticas femininas, fragmentos esses pouco explorados na história da cidade. O uso de roupas brancas como plataforma de análise é uma estratégia que pode contribuir para explicitar ações, sentidos e valores que construíram e as produziram como mulheres.

### **Considerações Finais**

Este artigo foi proposto com o objetivo de expor algumas considerações sobre o consumo de roupas brancas em Curitiba – Brasil, entre os anos de 1900 – 1920. É um texto que foi escrito com a intenção de nos aproximarmos das fontes coletadas no Museu Paranaense. Artefatos, lojas e publicidades foram explicitados para reconstruir fragmentos de um cenário comercial e de uso que havia na cidade. Nosso propósito foi evidenciar quais eram os espaços comerciais e de que modo eram apresentados na publicidade.

Elegantes, adornadas e majoritariamente destinada ao público feminino, compreende-se que o consumo de roupas brancas contribuiu na formação de sujeitos e na constituição de um ideal de vida moderno curitibano, sendo a higiene, a educação do corpo e a intimidade

---

<sup>3</sup> Sobre o assunto, escrevemos um texto no ano de 2018 chamado “Memórias sobre os usos de roupa interior em Curitiba, Paraná – Brasil (1900-1920)”. Disponível em: <[http://ud18.web.ua.pt/wp-content/uploads/2019/05/UD18\\_actas\\_VF.pdf](http://ud18.web.ua.pt/wp-content/uploads/2019/05/UD18_actas_VF.pdf)>. Acesso em: 20 jul. 2019.



marcadores enaltecidos ao falarmos com as interlocutoras, logo são possibilidades de discussão em trabalhos futuros.

## Referências

BOLETIM INFORMATIVO DA CASA ROMÁRIO MARTINS. **Rua XV e o comércio no início do século**. Curitiba, v. 23, n. 113, p. 19, nov. 1996.

CARVALHO, Vânia Carneiro de. **Gênero e artefato**: o sistema doméstico na perspectiva da cultura material – São Paulo, 1870 – 1920. São Paulo: Edusp, 2008.

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

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

LOURO, Guacira Lopes. **O corpo educado**: pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 1998.

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas**: estudos antropológicos sobre cultura material. São Paulo: Zahar, 2013.

\_\_\_\_\_. Consumo como cultura material. **Horiz. antropol.**, Porto Alegre, v. 13, n. 28, p. 33-63, Dec. 2007. Disponível em:

<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-71832007000200003&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832007000200003&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 20 jul. 2019.

PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2017.

RAINHO, Maria do Carmo. **A moda e a cidade**: novas pretensões, novas distinções – Rio de Janeiro, século XIX. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

SANTOS, M. R. dos. **O design pop no Brasil nos anos 1970**: domesticidades e relações de gênero na decoração de interiores. Curitiba: EDUFPR, 2015.

SCOTT, A. S. O caleidoscópio dos arranjos familiares. In: PINSKY, C. B.; PEDRO, J. M. (Orgs.), **Nova História das Mulheres no Brasil** (pp. 15-42). São Paulo: Contexto, 2013.





### **Entrevistas concedidas**

Maria Luiza de Almeida Scheleder. Entrevista concedida. Curitiba, Brasil, abril de 2017.

Mara Almeida Baptistini. Entrevista concedida. Curitiba, Brasil, setembro de 2017.

