



ST14. FONTES IMPRESSAS E HISTÓRIA A HISTÓRIA NARRADA EM LETRAS DE FORMA

974

A BUSCA DO BELO PELA MULHER PARAIBANA: A BELEZA VISTA PELOS OLHARES DOS ANÚNCIOS DE BELEZA DA “REVISTA ERA NOVA” DOS ANOS (1921-1923)

*Iranilson Buriti de Oliveira¹
Stephanie Dianny Pereira de Araújo²*

Resumo: Tendo como enfoque as questões relacionadas às práticas higienistas, tentarei buscar neste artigo os reflexos das políticas modernizantes nos anúncios da “Revista Era Nova” dos anos de 1921 à 1923, concepções que nos ajudem a entender como as práticas de higiene e sanitização, sob a ótica da indústria cosmética, serviam como motores dos ideais de progresso e modernidade. Pois como é sabido, nesse momento, o Brasil estava em plena movimentação de idéias que giravam em torno do “modernizante” e na busca do progresso brasileiro. Porém, como irei trabalhar com a indústria cosmética, é importante ressaltarmos que o presente artigo, irá ter como personagem principal a figura da mulher paraibana dos anos 20, e motivar ao leitor o pensamento de como essas mulheres interagiram nesse movimento de modernidade e progresso durante a instauração republicana.

Palavras-chave: Paraíba. Mulher. Beleza. Cosmética. Modernidade.

INTRODUÇÃO

As linhas que seguem esta narrativa fazem parte do artigo intitulado: “A Busca do Belo Pela Mulher Paraibana: A Beleza vista pelos Olhares dos Anúncios de Beleza da ‘Revista Era Nova’ dos anos (1921-1923)”, que tem por objetivo analisar e discutir sobre as práticas cosméticas da época e sua relação com os ideais de progresso e modernidade, instaurados no Brasil, sendo direcionado ao contexto histórico paraibano dos anos de 1921 à 1923.

1Professor Associado II da Universidade Federal de Campina Grande. Possui dedicação exclusiva da UFCG. Foi coordenador do Curso de Mestrado em História da UFCG. Faz parte do quadro de avaliadores institucionais e de curso do BASIs/INEP/MEC. Autor de livros didáticos na área de História.

2Graduanda do curso de Bacharelado em História pela Universidade Federal de Campina Grande; Integrante do grupo de estudo "História das Práticas e Saberes Médicos". - LATTES/UFCG..

Fruto de uma indagação pessoal da autora, aluna do bacharelado em História pela Universidade Federal de Campina Grande, o seguinte artigo procura observar nos anúncios de beleza da “Revista Era Nova”, dos anos de 1921 á 1923, a formação desse discurso “embelezador” vinculado com as concepções de progresso e modernidade, no ideário da mulher paraibana. Assim, pretendo analisar as representações da “Revista Era Nova”, levando em consideração a noção de feminilidade e progresso, sem esquecer-se de problematizar a revista levando em conta seu meio de articulação, para se tornarem vetores das idéias modernas.

Tendo como enfoque, também, as questões relacionadas às práticas higienistas, tentarei buscar nos anúncios da “Revista Era Nova” concepções que nos ajudem a entender como as práticas de higiene e sanitização, serviam como motores dos ideais de progresso e modernidade. Pois como é sabido, nesse momento, o Brasil estava em plena movimentação de idéias que giravam em torno do “modernizante” e na busca do progresso brasileiro.

Objetivando, primeiramente, situar o leitor sobre o contexto histórico que estava se inserindo no Brasil, para que, posteriormente, possamos a analisar a entrada o contexto histórico paraibano, o seguinte artigo buscará discutir as idéias de modernidade e progresso, relacionando-as com a beleza da sociedade feminina paraibana.

A maior característica do artigo que proponho, gira em torno da subjetivação do corpo feminino, para que possamos problematizar de que forma esse corpo veio a vincular as idéias de modernidade e progresso, ligadas as questões de beleza e bem estar pessoal. Lembrando que pretendo pensar no corpo feminino como meio de transfiguração das questões relacionadas a beleza, e, principalmente, da higiene e sanitização.

As primeiras inspirações sobre o tema me vieram em mente, ainda no sexto período da graduação de Bacharelado em História, quando pude me deparar com as questões colocadas na cadeira de História do Brasil III, em que vi as concepções trazidas da Europa para o Brasil, que giravam em torno a modernidade, progresso para a instituição da Republica Velha. Quando pude perceber que as temáticas trazidas na cadeira de Brasil III poderiam ser relacionadas com o tema que tenho grande estima, que é cosmética e a beleza. Foi daí, então, que ao analisar os anúncios da “Revista Era Nova” captei muitas questões que diziam respeito a beleza da mulher paraibana, e a industria cosmética. O grande interesse de utilizar a Paraíba como cenário do meu projeto segue pelo fato da escassez de trabalhos que tratam a beleza paraibana, e principalmente da beleza feminina paraibana.

É por isso que buscarei nos anúncios da “Revista Era Nova” grandes momentos na vida da mulher paraibana, que pudessem refletir as idéias de modernidade e progresso trazidos pela industria cosmética. Ao analisar a “Revista Era Nova” é perceptível que ela era direcionada para a elite paraibana, ou seja, não podemos dizer que a indústria cosmética teve um caráter homogêneo, ou seja, a modernidade e o progresso não atingiam a todos, ou melhor, á todas.

Sendo assim, os maiores objetivos que procuro explicar nesse meu artigo giram em torno da problematização das relações de beleza da mulher paraibana com a cosmética em contraponto com a questão dos conceitos de modernidade e progresso, investigando

a expansão dessas concepções na documentação da “Revista Era Nova” dos anos de 1921 á 1923.

UMA ANÁLISE DO CONTEXTO HISTÓRICO

Em fins do século XIX para o início do século XX, o Brasil estava passando por um grande processo de mudanças que vieram a afetar a ordem e as hierarquias sociais do país. Sendo assim, as noções de tempo e espaço do cotidiano das pessoas que se inseriam no panorama brasileiro, estavam se transformando conforme a uma nova ordem social e política programada: A Republica.

Com a instauração da Republica, muitos conceitos trazidos da Europa, foram sendo inseridos em território brasileiro. Passa-se a planejar, desde então, a formação de um país que está migrando para a modernidade e progresso, a conceituação de um país ideal aos moldes europeus. A luta pela abolição e a ideia de republica passaram a fazer parte dessa utopia modernizante, muito colocada pelo modelo burguês internacional de civilidade.

Em um momento seguinte a expansão da economia industrial, passou-se a desencadear a chamada Segunda Revolução Industrial, também chamada de Revolução Científico-Tecnológica, ocorrida em meados dos anos de 1870. Há, á partir de então, o avanço nas descobertas científicas possibilitando o desenvolvimento de novos potenciais energéticos. Outra questão de grande influencia que veio com o advento da Segunda Revolução Industrial, foi a consolidação da unidade global do mercado capitalista, possibilitando a expansão europeia de forma acelerada nas sociedades tradicionais, de economia agrícola, como é o caso do Brasil, transformando-as em sociedade de ritmos mais acelerados e dinâmicos.

No Brasil o grande impacto da modernidade foi, justamente a instauração a Republica. Entretanto podia-se ver que esse movimento republicano possuía um outro sentido, além da busca pelo moderno e o progresso. Grandes fazendeiros de café do Sudeste via na Republica a chance da formação de sistema federalista, que pudesse assegurar-lhes o controle o poder econômico, podendo interferir no destino da nova ordem. Uma das medidas que primeiro foi tomava concernia na abertura da economia para os capitais estrangeiros, sobretudo os ingleses e americanos. Com isso, podemos perceber a vinda à industrialização imediata, promovida pelas elites novas locais.

A industrialização trazida pela influencia de grandes metrópoles internacionais, como é o caso da Inglaterra, obteve grande impacto na sociedade e na estrutura da vida dos brasileiros do início do século XX. Como diria Renato Ortiz:

“Fruto do desenvolvimento do capitalismo e da industrialização recente, ele aponta para um tipo de sociedade que outros países conheceram em momentos anteriores”³

³ORTIZ, Renato. “A Moderna Tradição Brasileira. Cultura Brasileira e a Indústria Cultural”. Ed: Brasiliense.

Como o grande foco em questão era a busca de uma sociedade que pudesse ser chamada de moderna e que, em passos largos, caminhava rumo ao progresso, muitas mudanças foram perceptíveis na estrutura da vida brasileira. Pretendia-se tornar os grandes centros populacionais brasileiros, como são os casos de São Paulo e Rio de Janeiro, em centros que aspirassem ar de modernidade e civilização. Essa⁴s ideias de progresso e modernidade eram modelados á partir das concepções trazidas de metrópoles europeias, como é o caso da França e da Inglaterra, que desde muito antes já concebiam em seus interiores concepções tidas como modernas. É o que faz-me lembrar das palavras de Marshall Berman quando ele nos diz que a modernidade é:

“A experiência ambiental da modernidade anula todas as fronteiras geográficas e raciais, de classe e nacionalidade, de religião e de ideologia: nesse sentido, pode-se dizer que a modernidade une a espécie humana.”¹

Porém, tinha-se em mente, na época, que para formar uma sociedade que rumasse ao progresso e que, pudesse se denominar moderna, seria de suma importância a formação de uma consciência nacional; trazer o que podemos chamar de uma nacionalidade genuinamente brasileira. Sendo assim, a grande base da formação dessa nacionalidade foi a atenção voltada a questão constituição do “Homem Brasileiro”, como traz Jerry Dávilla.

“Como será o corpo do homem brasileiro, do futuro homem brasileiro, não do homem vulgar ou inferior, mas do melhor exemplar da raça? Qual a altura? O seu volume? A sua cor? Como será a sua cabeça? A sua fisionomia?”⁵

Daí pode-se perceber que o que entrará em cena, para as respostas dessas perguntas, são questões que estavam intrinsecamente ligadas a representatividade do homem brasileiro, ou seja, qual a melhor “raça” poderia representar a nacionalidade genuinamente brasileira. Representatividade essa que nos faz lembrar as questões apresentadas por Chartier, quando ele nos mostra que:

“No primeiro sentido, a representação é instrumento de um conhecimento mediato que faz ver o objeto ausente através da sua substituição por uma imagem capaz de reconstruir em memória e de figurar tal como ele é.”⁶

⁴ BERMAN, Marshall. “Tudo o que é Solido se Desmancha no ar”. O autor se apropria da questão da modernidade para mostrar que ela traz consigo a intencionalidade de unir os humanos. Trazendo a questão de que, queira que não, a modernidade é um movimento que vai se propagando conforme sua noção.

⁵ DAVILLA, Jerry. “Diploma de Brancura”. Vemos como, naquele momento a formação do homem biologicamente, brasileiro, seria de sua importância para a constituição da nacionalidade. A preocupação com a representação do que seria esse homem, quem o representaria e qual “raça” poderia melhor representá-lo.

⁶ CHARTIER, Roger. “A História Cultural – Entre Prática e Representações” . Essa questão a representação colocada por Chartier nos remete, justamente, a aquilo que se queria formar com a concepção do “Homem Brasileiro”, um objeto que pudesse transfigurar aquilo que está ausente.

como “miscigenação” e “degeneração” foram bastante colocadas para excluir e segregar, “raças” tidas como mal vistas. A própria miscigenação (mulatos, caboclos, cabras, etc.) foi vista como a grande degeneração no povo

Com a vinda das políticas modernizantes e as ideias de formação de um homem genuinamente brasileiro, que, lógico, precisava corresponder a certos padrões tidos como civilizados, moralmente éticos, sem vícios de más condutas, uma nova forma de pensar veio a permear a mente de muitos intelectuais brasileiros. Agora, a designação do pensamento brasileiro, na formação de uma sociedade nacionalizada não só estava nas mãos dos cientistas sociais; médicos e profissionais da área da medicina passaram a serem ativos na consciência dos comportamentos sociais que deviam ser adotados pela sociedade brasileira nesse contexto. As pessoas pobres e trabalhadores foram sendo encaminhadas pra os subúrbios, pois as áreas centrais se destinavam a pessoas de maior poder econômico .

O contexto histórico paraibano, e a busca pela modernidade e pelo progresso que tanto se colocava em cheque. Na Paraíba, em meados da segunda metade do século XX, vemos que a República nos mostra um contexto que envolve coronéis, como a grande liderança exercida de chefe político. O voto de “cabresto” era a melhor forma de “arrebatar” uma grande massa de eleitores. As lutas entre família, também, eram muito recorrentes durante, a concorrência entre as oligarquias oposicionistas e as oligarquias situacionistas:

“Na Paraíba, durante a República Velha, as lutas entre famílias foram uma constante. A corrupção e a violência caracterizaram as disputas entre a oligarquia situacionista e oposicionista nos municípios. Comumente “coronéis” mandavam seus “cabras” emboscar e agredir seus adversários (...).⁷

Semelhante o que acontecia com as outras cidades brasileiras no século XX, o Estado da Parahyba buscava imprimir os signos da modernidade e progresso e uma nova estética, na transformação das práticas cotidianas. A pretensão maior nesse movimento que estava a insurgir, era a percepção de algo novo que estava por vir. Porém é importante lembrar que não podemos falar em avanço na modernidade na Parahyba da mesma forma que estava a acontecer na Europa, ou até mesmo em cidades brasileiras como Rio de Janeiro e São Paulo. Na região Norte, como um todo, a capital que mais se assemelhava com os moldes europeus da época, era a capital Recife, em Pernambuco, sendo ela a maior referência em todo Norte de modernidade urbana e social, em toda a região. Mas mesmo assim não tão freneticamente como ocorria em outros centros metropolitanos⁸.

⁷⁷ GURJÃO, Eliete de Queiroz. A Paraíba Republicana (1889 – 1945). In SILVEIRA, Rosa Maria Godoy Estrutura de Poder na Paraíba. João Pessoa. EDUEPB, 1999

⁸É de grande importância lembrar e reforçar que esse movimento de Modernizar vinha em decorrência da República. Como Recife era a capital que mais possuía interligações com as outras áreas de influência, percebemos que a modernidade chega de forma a rápida.

É bastante interessante lembrarmos que a maior intenção nesse movimento modernizador que estava a se formar na Parahyba nos mostra a grande importância em buscar o melhoramento da “civilização”, e do “progresso”.

A modernidade na Parahyba vinha em passos mais lentos e gradativos, tendo como influência os outros centros metropolitanos. Um dos maiores signos de modernidade urbanização e , á cima de tudo, progresso que vieram a modificar todo o cenário paraibano, foi a vinda do trem de ferro, da luz elétrica e do telegráfico, principalmente na cidade de Campina Grande. Para a população campinense a vinda do trem de ferro possibilitava um avanço tanto em fins estéticos, como também para fins de comunicação.

A MULHER : BELEZA, MODERNIDADE E PROGRESSO

Ser mulher na passagem do século XIX para o século XX, implica em grandes mudanças em suas próprias concepções. A mulher nesse momento deixa de se restringir unicamente ao ambiente privado, para ser conhecida no ambiente social e público. As mulheres passaram a penetrar nas esferas de vida até então, reservadamente masculinas. Como afirma Hobsbawn as mulheres das classes médias e burguesas foram a que iniciaram esse movimento de saída da via privada para a pública:

“Seus membros eram predominantemente das classes médias e sua identificação com a burguesia e em particular com o liberalismo burguês, cuja extensão ao segundo sexo defendiam, dava-lhes a força que possuíam e determinavam suas limitações.”⁹

Sendo assim, a indústria cosmética passa a ver essa ascensão da mulher como forma de ampliação do seu mercado. Um campo que, por muito tempo, foi considerado de necessidade doméstica, agora os luxos pessoais femininos , como é o caso dos artigos de toalete e modas de temporada, passam a ser o foco das mulheres das classes médias:

“Todavia, as damas burguesas sempre haviam sido tratadas com freguesas de valor, ao passo que grande parte das despesas dos relativa ou absolutamente pobres ainda eram feitas para cobrir necessidades ou eram fixadas pelo costume.”¹⁰

Por esse motivo, é de bastante relevância confrontar as palavras de Eric Hobsbawn com a nossa fonte principal, a “Revista Era Nova”. Ao ler as Hobsbawn pude perceber que a mulher desse momento estava sendo vista como grande mercado consumidor, mas principalmente aquela mulher burguesa da elite paraibana. Pela sua ida ao mercado de trabalho, e sua saída do privado para o público, a mulher necessitava

⁹HOBBSAWN, Eric. In: A Era dos Impérios 1875-1917. “ A Nova Mulher”. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

¹⁰ HOBBSAWN, Eric. In: A Era dos Impérios 1875-1917. “ A Nova Mulher”. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

de uma motivação de se sentir ainda mais bela, e mais que isso, moderna, ou seja, o “antigo sonho de ser moderno e civilizado, que há muito persegue as elites desse país (SANT’ANA, 2005, p.122). Sendo assim, a Revista “Era Nova” e seus anúncios, eram direcionadas as elites paraibanas vigentes do momento. A beleza era algo que trazia o moderno e o progresso, porém não á todas as mulheres das diferentes camadas da sociedade paraibana. O maior interesse de seus anúncios era trazer a mulher o bem estar, com ela mesma e com o social.

“Ao mesmo tempo a publicidade toma a liberdade de sussurra as delícias de um sabonete ou de um creme, exprimindo-se através de fórmulas breves. ‘Sinta, ‘experimente’, ‘não perca este prazer’, estão entre as expressões utilizadas, acompanhando as imagens da mulher que se diz ‘moderna’, exemplo de sensualidade e de descontração.”¹¹

O corpo feminino deste momento era tido como meio de subjetivação das ideias de progresso e modernidade. Pensando nisso, Elaine Romero nos mostra que desde muito tempo o corpo é tido com veículo de demais demonstrações das transformações ao longo de um contexto histórico. A maior preocupação com as questões relacionadas ao corpo, nasceram no período renascentista, muito bem colocado nas artes de Michelangelo e Leonardo Da Vinci. A sociedade deste momento, a industrial, passa a ser uma sociedade pautada nos bens de consumo. Começa-se a ter mais acesso aos bens duráveis para satisfazer as necessidades geradas pela comunicação em massa. E á partir daí que podemos pensar novamente do poder dos anúncios da “Revista Era Nova”, em que os discursos colocados eram relacionados com o prazer da beleza do moderno e do progresso, pois estaria estimulando a movimentação do mercado industrial.

“A industrialização e a urbanização- por meio de um trabalho desumanizado e de uma organização monolítica- enfraquecem o interesse dos membros pelo grupo, separando, desse modo, a vida do trabalho e do lazer.”¹²

Porém, ainda nesse cenário podemos ver uma mulher que carregava consigo grandes traços de uma cultura ainda voltada para o patriarcalismo, herdado do passado colonial do nosso Brasil. Sendo assim, as ideias sobre casamento, submissão a figura masculina, ainda perduravam na mente das jovens, ou até mesmo senhoras da sociedade. A mulher precisava de um protetor, constantemente vigiada, não podendo tomar nenhuma atitude antes de passar pela autorização do pai ou do marido, ou de qualquer “autoridade” masculina, a qual estava subordinada.

Contudo, como nos fala Mary Del Priori, “na outra ponta dessa submissão, a mulher era senhora da beleza e sensualidade – aliás, beleza considerada perigosa, pois capaz de perverter os homens, sensualidade mortal”¹³.

¹¹SANT’ANA, Denise Bernuzzi. Políticas do Corpo – Elementos para uma história das práticas corporais. 2 ed.- São Paulo : Estação Liberdade, 2005

¹² ROMERO, Elaine. Corpo, Mulher e Sociedade. Campinas, São Paulo

¹³ PRIORI DEL, Mary.

A “REVISTA ERA NOVA” E SUAS LEITORAS

A Revista “Era Nova” teve seu início nos anos de 1921, com seu caráter “literário noticioso”, passa a tornar-se referência importante na história da imprensa paraibana, no início do século XX. Tendo com “cidade natal” Bananeiras, no Brejo paraibano, a mesma revista nasce pelo projeto de um homem de grandes posses e literata, Severino Lucena, passando a ser editada na Parahyba. Apesar de sua importância na imprensa paraibana a “Revista Era Nova” teve seu tempo de duração, relativamente, curto; dos anos de 1921 aos anos de 1926.

Voltada para o público da classe média à alta, a “Revista Era Nova” tinha por característica ser um ícone do moderno para o público da classe média urbana. Frequentemente, exibindo fotos de jovens mulheres que primavam pelo cuidado com o corpo e estética, podemos dizer que a trazia consigo uma estética aprimorada e de total consumo.

As minhas pesquisas sobre as propagandas da indústria cosmética ainda é bastante insipiente, pois faz parte do meu trabalho de conclusão de curso que está em andamento. Porém, ao venho com bastante empenho a pesquisar os impactos dessas indústrias no cotidiano das mulheres paraibanas desse contexto.

O que mais nos chama atenção é a forma pela qual a indústria cosmética interage com a mulher paraibana, através de seu discurso incentivando o consumo exacerbado desses produtos. A mulher que tinha em mente se inserir nesse meio de modernidade de progresso, precisava utilizar aqueles determinados produtos, caso contrário seria, automaticamente, colocada à margem de uma verdadeira sociedade moderna. Porém, é importante lembrarmos que, a “Revista Era Nova” estava sendo direcionada a um determinado público-alvo, no caso a classe média alta paraibana. Nem todas as mulheres paraibanas tinham acesso a esse tipo de leitura, eram poucas, como dito anteriormente, apenas as senhoras e senhoritas da classe média alta paraibana.

As imagens publicitárias mostravam o semblante de uma mulher realizada, em decorrência do seu uso contínuo dos produtos de beleza. Nas faces dessas mulheres podíamos ver um sentimento de satisfação e pertencimento a modernidade.

O discurso utilizado para persuadir as consumidoras é sempre vinculado com a ideia de beleza e atração, retardando todos os efeitos da velhice futura, e disponibilizando a consumidora um rosto sempre jovem e bem cuidado. Isso é o que nos mostra o creme para o rosto chamado “POLLAH”, que promete a suas usuárias os “milagres da beleza”, a aparência sempre atraente. Documentação essa de é datada do ano de 1923, mostrando os benefícios dos cosméticos na vida e formação da mulher.

Os anúncios de cosméticos só começam a serem maior divulgados a partir dos anos de 1923. No ano inaugural da revista “Era Nova”, em 1921, não vemos muitas propagandas de cosméticos direcionadas ao público de feminino, porém vemos muitos exemplos de casa de móveis, e propagandas de mulheres sendo fotografadas graças as tecnologias das empresas “KODAK”, talvez pelo fato de que a mulher paraibana, neste momento, ainda não estava a se mostrar como mulher “sensual”, dotada de beleza e sofisticação, mas sim uma mulher que ainda estava a ser submissa ao meio privado (da

casa e do lar). Já no ano de 1922 vemos que, a Revista começa a se apropriar de discursos de beleza, como é o caso dos “Dos concursos de beleza”, preocupados em encontrar a mais bela paraibana. Daí já vemos uma preocupação mais forte e central com a questão do “belo” no corpo feminino. Porém, não entraremos nessa questão, pois minha intenção primordial é mostrar como se deu o discurso das propagandas de cosméticos, na formação de um conceito de modernidade e progresso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A mulher, com maior ênfase na paraibana, passou (e ainda está a passar) por um longo processo de transformação do seu corpo. Vemos, através dos discursos das propagandas de cosméticos, como a mulher passa a ser inserida nesse meio público. Ideais de progresso e modernidade estavam, implicitamente, colocados em meio à “pós de arroz”, à “pomadas” ou “loções”, transfigurados através do corpo feminino.

Sendo assim, nos é possível pensar como algo tão simples e comum, como é o caso dos cosméticos, pode vir a nos trazer várias concepções e problematizações de como se deu o processo de modernização de um país. Como a beleza pode nos trazer o reflexo da modernidade e do progresso. E acima de tudo, a forma pela qual essas questões vieram a mudar o cotidiano das mulheres inseridas nesse contexto.

Através de minha pesquisa na “Revista Era Nova” pude verificar a modernidade e seus conceitos insurgentes, em um lugar que, para muitos, não seria possível captarmos a verdadeira mensagem de modernidade e progresso. Devemos pensar na mulher como um dos principais vetores dessas concepções de modernidade e progresso, sendo colocados em seu cotidiano pelo uso de cosméticos, que vieram para mostrar a mulher daquele tempo que tudo seria possível graças ao avanço da modernidade, e a caminhar a passos largos ao progresso.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARANHA, Gervácio Batista. *Seduções do Moderno na Parahyba do Norte; Trem de Ferro, Luz Elétrica e outras Conquistas Materiais e Simbólica (1880-1925)*. In: *A Paraíba do Império e na Republica*. 3º Ed. Campina Grande. EDUFPG.

BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade*. São Paulo. Companhia da Letras, 2008.

DÁVILA, JERRY. *Diploma de Brancura : Política social e racial no Brasil (1917-1945)*/ tradução : Cláudia Sant’Ana Martins. – São Paulo: Editora UNESP, 2006.

GURJÃO, Eliete de Queiroz. *A Paraíba Republicana (1889-1945)*. In: *SILVEIRA, Rosa Maria Godoy. Estrutura de Poder na Paraíba*. João Pessoa. EDUFPA, 1999.

HERSCHMANN, Micael e PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. *“A invenção do Moderno: medicina, educação e engenharia dos anos 20 á 30.*- Rio de Janeiro, 1994.

HOBBSAWN, Eric. In: A Era dos Impérios 1875-1917. “ A Nova Mulher”. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

ROCHA, Heloísa Helena Pimenta. A higienização dos Costumes: Educação escolar e saúde do Projeto do Instituto de Higiene de São Paulo (1918-1925). Companhia das Letras. São Paulo: Fapesp, 2003.

ROMERO, Elaine. Corpo, Mulher e Sociedade. Campinas, São Paulo, 1995.

SCHWARCZ, Moritz Lilia. O Espetáculo das Raças – Cientistas, Instituições e Questões Racial no Brasil (1870-1930). Companhia das Letras. São Paulo, 1993.

SANT’ANA. Denise Bernuzzi. Políticas do Corpo – Elementos para uma história das práticas corporais. 2 ed.- São Paulo : Estação Liberdade, 2005.

SEVCENKO, Nicolau. O Prelúdio Republicano, Astúcias da Ordem e Ilusões do Progresso. In: História da Vida Privada do Brasil- Republica : da Belle Époque á Era do Rádio.3.ed. São Paulo, 1998, Companhia das Letras.

VIGARELLO, George. História da beleza: O corpo e a arte de se embelezar, do Renascimento aos dias de hoje.