

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS

LAURA STOCCO FELICIO

**Modernidade e tradição: a introdução dos eletrodomésticos nas cozinhas da cidade de São
Paulo (1920-1960)**

São Paulo

2023

LAURA STOCCO FELICIO

Modernidade e tradição: a introdução dos eletrodomésticos nas cozinhas da cidade de São Paulo (1920-1960)

Versão Corrigida

Dissertação apresentada à Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para obtenção do título de mestra em História.

Área de concentração: História Social

Orientadora: Profa. Dra. Vânia Carneiro de Carvalho

São Paulo

2023

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catalogação na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

F313m FELICIO, Laura Stocco
Modernidade e tradição: a introdução dos eletrodomésticos nas cozinhas da cidade de São Paulo (1920-1960) / Laura Stocco FELICIO; orientadora Vânia Carneiro de CARVALHO - São Paulo, 2023.
276 f.

Dissertação (Mestrado)- Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Departamento de História. Área de concentração: História Social.

1. Eletrodomésticos. 2. Cozinha Moderna. 3. Consumo. 4. Cultura Material. 5. Cultura Visual. I. CARVALHO, Vânia Carneiro de, orient. II. Título.

ENTREGA DO EXEMPLAR CORRIGIDO DA DISSERTAÇÃO/TESE**Termo de Anuência do (a) orientador (a)****Nome do (a) aluno (a): Laura Stocco Felicio****Data da defesa: 15/06/2023****Nome do Prof. (a) orientador (a): Vânia Carneiro de Carvalho**

Nos termos da legislação vigente, declaro **ESTAR CIENTE** do conteúdo deste **EXEMPLAR CORRIGIDO** elaborado em atenção às sugestões dos membros da comissão Julgadora na sessão de defesa do trabalho, manifestando-me **plenamente favorável** ao seu encaminhamento ao Sistema Janus e publicação no **Portal Digital de Teses da USP**.

São Paulo, 15/08/2023



Profa. Dra. Vânia Carneiro de Carvalho

À minha avó Nesley, que me ensinou a importância do estudo para a autonomia de nós mulheres.

Agradecimentos

Sempre que leio textos acadêmicos, eu vou direto à seção dos agradecimentos. Esse hábito começou quando, ainda na graduação, eu sentia necessidade de me aproximar das histórias de vida das autoras e dos autores para olhar para a minha trajetória e entender que eles, assim como eu, passam por percalços e conquistas. Foi entendendo e aceitando os meus potenciais e as limitações que o cotidiano me impôs que eu pude concretizar essa pesquisa de mestrado. Para os que leem esse texto, espero poder manifestar um pouco sobre quem eu sou ou quem eu fui ao longo dos últimos quatro anos e mencionar todos aqueles que me ajudaram a chegar até aqui.

Agradeço à Vânia Carneiro de Carvalho pela orientação atenciosa e por ter confiado no meu trabalho. É vívido na minha memória o momento que a procurei em 2018 numa sala de aula do Departamento de História depois do encerramento da disciplina Introdução à Cultura Material. Naquele momento, ela começava a organizar o grupo de pesquisa sobre a história das cozinhas em São Paulo. Ao longo desses anos, ela acolheu minhas angústias, discutiu e apresentou novas ideias, me encorajou a lidar com uma grande quantidade de fontes e me incentivou a expandir os horizontes indo aos Estados Unidos. Sempre serei grata às oportunidades que ela me proporcionou.

Agradeço igualmente à Ana Maria de Almeida Camargo, mestre e amiga, que generosamente abriu as portas da sua casa e me deu acesso a uma rica coleção de vestígios do “homem e da mulher comuns”, como ela mesma diz. Sem eles não seria possível realizar essa pesquisa tal como ela se apresenta. O rigor com que ela trabalha e a sua dedicação à profissão me inspiram.

Ao longo desses anos tive a felicidade de conviver quase que diariamente com Maria Eugênia Ferreira Gomes e Viviane Soares Aguiar, minhas parceiras nos projetos do Museu Paulista. A elas sempre serei grata pela amizade e compartilhamento generoso de ideias. Muito deste trabalho é fruto das nossas conversas e eu espero que elas consigam se enxergar nele. Estendo meus agradecimentos aos colegas que trabalham conosco: Beatriz Favilla, Crislene Conceição, Julia Carloni, Leila Claraliz, Luiza Sales, Vitor Santos Cruz, Vinícius El-helou. Aos amigos Giulia Falcone de Lourenço, Guilherme Gonçalves, Laíza Santana Oliveira, Priscila Nina Fernandes, Rafaela Basso e Raissa Santos agradeço pelas discussões e cursos ministrados juntos.

Especialmente à Rafaela, Viviane e Raissa pelos comentários na etapa final de escrita da dissertação.

Durante a minha formação, professores excepcionais me deram ferramentas para atuar como historiadora. Agradeço a Antônio Ive Marinheiro (*in memoriam*), Carlos Alberto de Moura Ribeiro Zeron, Eduardo Natalino dos Santos, Elias Thomé Saliba, Fábio Dias, Gabriela Pellegrino Soares, Heloisa Silveira Barbuy, Íris Kantor, Maria Aparecida de Menezes Borrego, Maria Cristina Cortez Wissenbach, Maria Helena Pereira Toledo Machado, Miguel Soares Palmeira, Márcia Regina Berbel, Maria Lêda Oliveira Alves da Silva, Paulo César Garcez Marins e Solange Ferraz de Lima. Agradeço também às professoras Marinês Ribeiro dos Santos, Joana Melo de Carvalho e Inés Pérez e ao professor João Máximo da Silva pela leitura atenta e orientações feitas na banca de qualificação e defesa.

Agradeço à Silvana Goulart pelas boas “prosas” e por ter flexibilizado a minha dedicação ao trabalho para que eu pudesse conciliá-lo com a rotina de pesquisa na primeira fase do mestrado.

Em tempos de insegurança sobre o futuro da ciência e das instituições de pesquisa e educação no Brasil, agradeço à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (processo 2019/19840-5) que me concedeu financiamento essencial para a realização desta pesquisa. Sem a bolsa FAPESP não seria possível me dedicar integralmente à dissertação e realizar o estágio de pesquisa nos Estados Unidos, que foi essencial para chegar aos resultados aqui apresentados e me proporcionou tantas boas experiências.

Como pesquisadora e profissional atuante em arquivos não posso deixar de agradecer àqueles que me receberam em diferentes instituições e contribuíram para a coleta de fontes: Danieli Giovanini, da Fundação Energia e Saneamento de São Paulo, equipe da Biblioteca Mário de Andrade, Rodrigo Irponi, do Museu Paulista e equipe da David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library. Agradeço especialmente ao Chris Hunter, historiador e arquivista do Museum of Innovation and Science, que compartilhou comigo documentos preciosos da General Electric.

Agradeço o acolhimento da Duke University e, em especial, à professora Jocelyn Olcott, pela supervisão e abertura de portas. Nos Estados Unidos, Erica Neighbors, colega de pesquisa, me mostrou caminhos de pesquisa no exterior, e Gabriella Oliveira, Marcelo Gonçalves, Mateo Villamizar e Paula Sarmiento fizeram com que eu me sentisse em casa.

Às companheiras Isabela Rodrigues de Souza e Marina Duarte Sanchez, eu agradeço a amizade de tantos anos e por partilharem comigo as alegrias e desafios da vida e da nossa profissão.

Aos historiadores que tanto admiro, Jean Gomes, João Carlos Cândido e Thomás Fortunato obrigada por terem tornado mais leve a trajetória acadêmica.

Agradeço aos amigos que sempre estiveram por perto, em especial à Júlia Ribeiro e Guilherme Jaime Castro. À Maria Karina Fernandes do Nascimento, obrigada pela irmandade, parceria e poesia.

Ao meu companheiro Wilson Ferrarezi Salomão, eu agradeço por partilhar sonhos comigo, me apoiar e tornar amável a vida nos anos que virão.

Aos meus pais, Eliana e Carlos, que juntos constituem o meu pilar de sustentação, obrigada pelo amor, paciência e força imensuráveis e incondicionais. À minha irmã Beatriz, agradeço a melhor parceria que eu poderia ter na vida.

Aos meus avôs e avós, Nesley, Luis, Maurílio, Antônio e Benedita agradeço pela base da nossa família. Em especial à Nesley, a quem dedico essa pesquisa, e ao Luis, por me sustentar nos seus ombros quando eu estava “cansada” a caminho da escola.

Aos meus tios, eu agradeço por estarem ao meu lado, sempre me amparando. À tia Cris, a quem me espelhei na dedicação aos estudos. À tia Lígia por ter me incentivado a ser historiadora e me presenteado logo cedo com o livro *Apologia da história*, de Marc Block.

FELICIO, Laura Stocco Felicio. Modernidade e tradição: a introdução dos eletrodomésticos nas cozinhas da cidade de São Paulo (1920-1960). 2023. Dissertação (Mestrado em História Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2023.

Resumo

Esta pesquisa trata do uso de equipamentos elétricos no preparo de alimentos no espaço doméstico paulistano entre os anos 1920 e 1960 com o objetivo de demonstrar seu papel ativo na conformação do conceito de “cozinha moderna”. As práticas higienistas e de racionalização atuantes no processo de expansão urbana e industrialização de São Paulo neste período remodelaram a casa guiadas pela ideia de progresso. Como parte de um projeto de modernização capitalista, este processo foi estimulado e difundido pela expansão do consumo e intensificação do mercado publicitário voltado para o público feminino, este responsável pela circulação, em São Paulo, de modelos de casa, família e trabalho doméstico comuns nos Estados Unidos. Neste quadro histórico, o estudo da utilização dos equipamentos elétricos no processamento dos alimentos, feito mediante o confronto de fontes documentais diversas como anúncios, catálogos, manuais de instrução, manuais de economia doméstica e revistas ilustradas, permitiu tensionar os discursos que normatizaram a rotina doméstica. A convivência das novas tecnologias com antigos hábitos, práticas e padrões corporais no espaço da cozinha revela uma dissonância entre a realidade paulista e aquela difundida pelo ideal estadunidense de modernidade e evidencia que, no Brasil, a introdução dos eletrodomésticos aprofundou desigualdades de gênero, raça e classe social.

Palavras-chave: Eletrodomésticos; Cozinha Moderna; Consumo; Cultura Material; Cultura Visual.

FELICIO, Laura Stocco Felicio. Modernity and tradition: the introduction of electric appliances in São Paulo domestic kitchens (1920-1960). 2023. Dissertation (Master's in Social History) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2023.

Abstract

This research deals with the use of electrical appliances in food preparation in domestic spaces in São Paulo between the 1920s and 1960s, with the objective of demonstrating their active role in shaping the concept of the “modern kitchen”. The hygienic and rationalization practices that were present in the process of urban expansion and industrialization of São Paulo in that period remodeled the home, guided by the idea of progress. As part of a capitalist modernization project, this process was stimulated and disseminated by the expansion of consumption and intensification of advertising aimed at the female audience, which was in large part responsible for the circulation, in São Paulo, of models of home, family and domestic work common in the United States. In this historical context, the study of the use of electrical appliances in food processing, carried out by comparing different sources such as advertisements, catalogs, instruction manuals, home economics manuals and magazines, allowed us to question the discourses that standardized domestic routines. The coexistence of new technologies with old habits, practices, and bodily standards in the kitchen reveals a dissonance between the reality of São Paulo and that disseminated by US ideals of modernity and shows that, in Brazil, the introduction of home appliances deepened gender, race and social class inequalities.

Keywords: Electric Appliances; Modern Kitchen; Consumption; Material Culture; Visual Culture.

Lista de figuras

Figura 1. “Presidente G. Vargas do Brasil falando de Petrópolis, Brasil, por meio de um telefone transoceânico com a Sra. Vargas em Schenectady, N.Y.”. 27.abr.1936. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	52
Figura 2. “Convidados brasileiros com os anfitriões da General Electric Internacional no estúdio da estação de transmissão de ondas curtas W2XAF da GE em Schenectady, N.Y.”. 27.abr.1936. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA)	53
Figura 3. “Eletrodomésticos na vitrine da loja da General Electric S.A., Avenida Rio Branco, n.114, Rio de Janeiro, Brasil”. 14.mai.1935. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).....	54
Figura 4. “Eletrodomésticos em showroom na loja da General Electric S.A., Rio de Janeiro, Brasil”. 14.mai.1935. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	55
Figura 5. Vitrine de ventiladores na loja da General Electric em São Paulo. 3.mar.1932. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).....	56
Figura 6. Eletrodomésticos em exposição na loja da General Electric em São Paulo. 3.mar.1932. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	57
Figura 7. Fotografia publicitária de ventilador elétrico da General Electric, [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).....	61
Figura 8. Fotografia publicitária de lâmpada elétrica da General Electric, [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).....	62
Figura 9. Fotografia publicitária de lâmpada elétrica da General Electric, [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).....	63
Figura 10. Fotografia publicitária de lâmpada elétrica da General Electric, [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).....	64
Figura 11. Fotografia publicitária de torradeira e bule elétrico da General Electric, [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	65
Figura 12. Fotografia publicitária de ferro de passar roupa elétrico da General Electric. [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).....	66
Figura 13. Fotografia publicitária de fogão elétrico da General Electric, [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).....	67
Figura 14. Fotografia publicitária de lâmpada elétrica da General Electric, [1910-1929]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).....	68
Figura 15. Folheto para a venda de ventiladores da General Electric, [1910-1929]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).....	69
Figura 16. “A New Servant in the Home”. 7.mai.1921. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	70

Figura 17. “Una Nueva Sirvienta Para el Hogar”. 01.set.1921. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	71
Figura 18. “A electricidade a serviço da casa”. <i>Revista Light</i> , São Paulo, mai.1934, p. 16. Acervo da Fundação Energia e Saneamento de São Paulo.....	73
Figura 19. “A electricidade a serviço da casa”. <i>Revista Light</i> , São Paulo, mai.1934, p. 17. Acervo da Fundação Energia e Saneamento de São Paulo.....	74
Figura 20. “A electricidade a serviço da casa”. <i>Revista Light</i> , São Paulo, mai.1934, p. 17. Acervo da Fundação Energia e Saneamento de São Paulo.....	75
Figura 21. Manual de instruções de refrigerador da General Electric publicado em São Paulo (Brasil), [1942-1943], p. 14-15. Coleção particular.....	77
Figura 22. Manual de instruções de refrigerador da General Electric publicado nos Estados Unidos, 1937, p. 21. Acervo da David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library (Duke University, Durham, NC, EUA)	77
Figura 23. Manual de instruções de refrigerador General Electric publicado em São Paulo, 1932, capa. Coleção particular.....	78
Figura 24. Manual de instruções de refrigerador General Electric publicado em São Paulo, 1932, p.8-9. Coleção particular.....	78
Figura 25. Manual de instruções de refrigerador General Electric publicado em São Paulo, 1932, p.43. Coleção particular.	79
Figura 26. Manual de instruções de refrigerador General Electric publicado em São Paulo, 1932, p.14. Coleção particular.	79
Figura 27. Manual de instruções de refrigerador General Electric, “The Silent Hostess”, publicado nos Estados Unidos, 1932, capa. Acervo da David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library (Duke University, Durham, NC, EUA).	80
Figura 28. Manual de instruções de refrigerador General Electric, “The Silent Hostess”, publicado nos Estados Unidos, 1932, p.10-11. Acervo da David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library (Duke University, Durham, NC, EUA).	80
Figura 29. Manual de instruções de refrigerador General Electric, “The Silent Hostess”, publicado nos Estados Unidos, 1932, n.p. Acervo da David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library (Duke University, Durham, NC, EUA).	81
Figura 30. Manual de instruções de refrigerador General Electric, “The Silent Hostess”, publicado nos Estados Unidos, 1932, capa. Acervo da David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library (Duke University, Durham, NC, EUA).	81
Figura 31. Manual de instruções de refrigerador da fabricante General Electric publicado em São Paulo, 1936, capa. Coleção particular.....	82
Figura 32. Manual de instruções de refrigerador da fabricante General Electric publicado em São Paulo, 1936, p.2-3. Coleção particular.....	82
Figura 33. Manual de instruções de refrigerador General Electric publicado nos Estado Unidos. s.d.Acervo da David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library (Duke University, Durham, NC, EUA).	83

Figura 34. Manual de instruções de refrigerador General Electric publicado nos Estado Unidos. s.d.Acervo da David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library (Duke University, Durham, NC, EUA).	83
Figura 35. Manual de instruções de refrigerador da fabricante General Electric, São Paulo, [1942-1943], p.10. Coleção particular.	85
Figura 36. “Selling Yourself” no manual de vendas “Electric Cookery Salesmanship”, p. 55. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	88
Figura 37. Manual do Vendedor de Refrigerador General Electric, São Paulo, 1933, p. 17. Acervo da Fundação Energia e Saneamento de São Paulo.	89
Figura 38. “Applying the selling formula” no manual de vendas “Electric Cookery Salesmanship”, p. 46. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	90
Figura 39. “Five factors contributing to your sales success” no manual de vendas “Electric Cookery Salesmanship”, p. 37. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	92
Figura 40. Demonstração na Exposição “Century of Progress” realizada em Chicago (Illinois). 25.jun.1934. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	93
Figura 41. "Nada disso é utopia, minhas amigas". Vida Doméstica, Rio de Janeiro, n.463, out. 1956, p. 104. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	95
Figura 42. "Cozinha moderna" In: BALTAR, Carolina S. Livro de cozinha (manual da dona de casa). Recife: Livraria Colombo, 1956. n.p. Coleção particular.	97
Figura 43 – Porcentagem de menções aos qualificativos atribuídos aos eletrodomésticos por década	103
Figura 44. Anúncio de Refrigerador General Electric. <i>O Estado de S. Paulo</i> , São Paulo, 18.nov.1928. Acervo digital do jornal O Estado de S. Paulo.	110
Figura 45. Anúncio de Refrigerador General Electric. <i>O Estado de S. Paulo</i> , São Paulo, 17.fev.1929. Acervo digital do jornal O Estado de S. Paulo.	111
Figura 46. O anúncio de geladeira importada pela loja Á Illuminadora (Alberto dos Santos & C.). <i>O Estado de S. Paulo</i> , São Paulo, 26.nov.1914, p. 15. Acervo digital do jornal O Estado de S. Paulo.	114
Figura 47. O anúncio de geladeira da Casa Freire. <i>O Estado de S. Paulo</i> , São Paulo, 19.nov.1912, p. 12. Acervo digital do jornal O Estado de S. Paulo.	115
Figura 48. Anúncio de Geladeira Mappin, 07.nov.1926. Acervo do Museu Paulista da Universidade de São Paulo.	119
Figura 49. Catálogo da loja Mappin Stores, 1927, p. 85. Acervo do Museu Paulista da Universidade de São Paulo.	120
Figura 50. Anúncio de Geladeira Mappin. <i>Diário de S. Paulo</i> , São Paulo, 13.set.1931. Acervo do Museu Paulista da Universidade de São Paulo.	122
Figura 51. Anúncio de Refrigerador General Electric. <i>O Cruzeiro</i> , Rio de Janeiro, 24.jan.1931. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	123

Figura 52. Anúncio de Refrigerador General Electric. <i>Vida Doméstica</i> , Rio de Janeiro, n.134, mai.1929, n.p. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	127
Figura 53. Anúncio de refrigerador General Electric. <i>Vida Doméstica</i> , Rio de Janeiro, nov. 1944. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	131
Figura 54. “O refrigerador ‘Mascote’ comporta tudo isso!”. Manual do Vendedor de Refrigerador General Electric”, São Paulo, 1933. Acervo da Fundação Energia e Saneamento do Estado de São Paulo.	133
Figura 55. “Como se deve arrumar os alimentos no Refrigerador”. <i>Manual de instruções de refrigerador da fabricante General Electric</i> , São Paulo, [1942-1943], p. 8. Coleção particular.	135
Figura 56. Descongelamento regular e rápido. Manual de instruções de refrigerador da fabricante General Motors (Frigidaire), São Paulo, [1950-1960], p. 8-9. Coleção particular.	136
Figura 57. Anúncio de liquidificador Perfeição Absoluta da Walita. <i>O Cruzeiro</i> , Rio de Janeiro, out.1960. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	139
Figura 58. “Tabela do teor nutritivo dos alimentos”. Manual de instruções de liquidificador do fabricante Arno, São Paulo, 1954, p. 8-9. Coleção particular.	140
Figura 59. Anúncio de Centrífuga Walita. <i>O Cruzeiro</i> , Rio de Janeiro, n.6, nov.1955 Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	142
Figura 60. Manual de instruções de liquidificador da fabricante Walita, São Paulo, [1955-1956], n.p. Coleção particular.	143
Figura 61. Anúncio de Liquidificador Walita. <i>O Cruzeiro</i> , Rio de Janeiro, n.1, out.1951, p.88. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	145
Figura 62. Anúncio de Liquidificador Walita. <i>O Cruzeiro</i> , Rio de Janeiro, fev.1953, n.20, p.31. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	146
Figura 63. Anúncio de descascador Walita. <i>O Cruzeiro</i> , Rio de Janeiro, n.43, ago.1955, p.34-H. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	147
Figura 64. Anúncio de Super Moedor-Picador Arno. <i>O Estado de S. Paulo</i> , São Paulo, 13.nov.1955. Acervo digital do jornal O Estado de S. Paulo.	148
Figura 65. Batedeira Walita, 1954. Antimônio, baquelite e opalina. Acervo do Museu Paulista da Universidade de São Paulo, São Paulo. Reprodução: Helio Nobre/José Rosael.	150
Figura 66. Processador de alimentos, A & J, Estados Unidos, s.d. Metal. Acervo Museu Paulista-USP, São Paulo. Reprodução: Helio Nobre/José Rosael.	152
Figura 67. Processador de alimentos, Metalúrgica Faulhaber, Brasil, s.d. Metal e Baquelite. Acervo Museu Paulista-USP, São Paulo. Reprodução: Helio Nobre/José Rosael.	152
Figura 68 – Peneiras utilizadas na cozinha de São Paulo entre 1870 e 1970.	153
Figura 69. “Agradável como a sala de estar”. Manual de instruções de refrigerador da General Electric, São Paulo, 1936. Coleção particular.	156

Figura 70. Detalhe da cozinha das irmãs Beecher. In: BEECHER, Catherine; STOWE, Harriet Beecher. <i>The American Woman's Home: or Principles of Domestic Science</i> . New York: J.B. Ford and Company, 1869, p. 34.	158
Figura 71. Planta da cozinha das irmãs Beecher. In: BEECHER, Catherine; STOWE, Harriet Beecher. <i>The American Woman's Home: or Principles of Domestic Science</i> . New York: J.B. Ford and Company, 1869, p. 33.	159
Figura 72. Diagrama mostrando organização ruim e organização adequada da cozinha, segundo Christine Frederick. In: FREDERICK, Christine. <i>The New Housekeeping. Efficiency Studies in Home Management</i> . Garden City; New York: Doubleday, Page & Company, 1913, p. 53.	160
Figura 73. “Cozinha de Erna Meyer na casa projetada por J.J.P. Oud para a exposição Weissenhof Siedlung, em Stuttgart, 1927”. In: SPARKE, Penny. <i>The Modern Interior</i> . London: Reaktion Books, 2008, p. 138.	161
Figura 74. A “Cozinha de Frankfurt” projetada por Margarete Schütte-Lihotzky entre 1926 e 1927. In: SPARKE, Penny. <i>The Modern Interior</i> . London: Reaktion Books, 2008, p. 138.....	162
Figura 75. Cozinha elétrica exibida na Exposição de Chicago em 1893. In: BARRETT, John P. <i>Electricity at the Columbian Exposition</i> . Chicago: Donnelley, 1894, p.403.....	165
Figura 76. “Mostruário itinerante organizado por Salem Electric Lighting Co. (Massachussets) para a celebração do tercentenário da empresa que aconteceu entre 4 e 10 de julho de 1926”. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).....	166
Figura 77. “Cozinha elétrica moderna em 1911”. 21.mai.1937. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	168
Figura 78. “Demonstração de Casa Elétrica, Binghamton, N.Y. Março, 1909”. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).....	169
Figura 79. Cozinha em “Casa Elétrica” promovida pela empresa Elmira Water, Light and Railroad Co., em Elmira, Nova York. s.d. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	170
Figura 80. Ilustração do livro <i>The Home of Hundred of Comforts</i> , p. 7. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	171
Figura 81. Ilustração do livro <i>The Home of Hundred of Comforts</i> , p. 12. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	172
Figura 82. Ilustração do livro <i>The Home of Hundred of Comforts</i> , p. 9. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	172
Figura 83. Imagens da “Cozinha Elétrica” itinerante da General Electric. In: <i>Display Kitchen Rolls Right Up to the Door. The Monogram</i> , out. 1932., p. 14. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	174
Figura 84. Família Bliss. IN: “Home Electric Architectural Competition”, General Electric Company, 1934, n.p. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	177

Figura 85. Página do prospecto “Your Next Kitchen”. Your Next Kitchen by Hotpoint. General Electric Company, 1944. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	180
Figura 86. “Uma cozinha bem montada”. <i>Revista Feminina</i> , São Paulo, n.130, mar. 1925, n.p. Acervo do Arquivo Público do Estado de São Paulo.	184
Figura 87. “Como mobiliar e decorar a casa”. <i>Vida Domestica</i> , Rio de Janeiro, n. 125, ago.1928, n.p. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	186
Figura 88. “Enfetemos o lar. Uma cosinha chic”. <i>Vida Domestica</i> , Rio de Janeiro, n.174, set. 1932. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	188
Figura 89. “Cosinhas Modernas”. <i>O Cruzeiro</i> , Rio de Janeiro, n. 23, 1934, p.40. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	190
Figura 90. “A cozinha é um prazer”. <i>A Cigarra</i> , São Paulo, n. 210, set.1951, p. 140 e 141. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	193
Figura 91. “Cosinha Ideal”. <i>Anuario das Senhoras</i> , Rio de Janeiro, 1948, n. p. Coleção particular.	195
Figura 92. Sala de demonstração de rádios na loja da General Electric em São Paulo, 3.mar.1932. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	198
Figura 93. “A cozinha ideal do futuro”. <i>O Cruzeiro</i> , Rio de Janeiro, n. 2, nov.1938, p.69. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	199
Figura 94. Anúncio de “cozinha elétrica” General Electric. <i>O Cruzeiro</i> , Rio de Janeiro, n. 3, 10.nov.1945, p. 84. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	201
Figura 95. Anúncio de lâmpada da General Electric. <i>A Cigarra</i> , São Paulo, n. 143, maio.1946, p. 125. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	203
Figura 96. “Refrigerador Doméstico GE 1938 em uso a noite”. 26.nov.1937. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	204
Figura 97. Anúncio de refrigerador General Electric. <i>A Cigarra</i> , São Paulo, n. 142, abril.1946, p. 11. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	206
Figura 98. Anúncio de refrigerador General Electric. <i>O Cruzeiro</i> , Rio de Janeiro, n. 22, 15.mar.1958, p. 92. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	208
Figura 99. Anúncio de exaustor Contact. <i>Vida Domestica</i> , Rio de Janeiro, n. 456, mar.1956. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	211
Figura 100. Anúncio de exaustor Contact. <i>Vida Domestica</i> , Rio de Janeiro, n. 438, set.1954. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	211
Figura 101. “Módulo de cozinha da GE. Instalação de canto. Visão da mesa de preparo em uso”. 07.ago.1936. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	214
Figura 102. “Refrigerador elétrico da GE, modelo 8-9, prestes a ser aberto com a trava da porta na ponta dos dedos. Na Divisão Especial de Aparelhos em Nela Park, Cleveland, Ohio”. 10.jan.1939. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	216

Figura 103. “Bandeja de geladeira ‘rápida’ prester a remover de cubos de gelo sem derreter”. 23.nov.1938. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).	217
Figura 104. Anúncio de refrigerador Frigidaire (General Motors). <i>Vida Domestica</i> , Rio de Janeiro, n. 184, dez.1941, p.105. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	219
Figura 105. Anúncio de refrigerador General Electric. <i>O Cruzeiro</i> , Rio de Janeiro, n. 19, 25.fev.1956, p. 72. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.....	221
Figura 106. “Notas de economia doméstica: a electricidade na cozinha”. <i>Revista Feminina</i> , São Paulo, n.120, mai.1924, p.27. Acervo digital do Arquivo Público do Estado de São Paulo.	225
Figura 107. “Sua creada está satisfeita?”. Anúncio do Mappin Stores. 03.jan.1936. Acervo do Museu Paulista da Universidade de São Paulo, São Paulo.....	230
Figura 108. “Converta em prazer as lides caseiras!”. Anúncio do Mappin Stores. 06.set.1936. Acervo do Museu Paulista da Universidade de São Paulo, São Paulo.	230
Figura 109. “Rumo á cozinha!”. <i>Revista Feminina</i> , São Paulo, ago.1920. n.75, n.p. Acervo digital do Arquivo Público do Estado de São Paulo.	233
Figura 110. “Entretenimento para moças”. <i>Revista Feminina</i> , São Paulo, dez.1921, n.91, p.127. Acervo digital do Arquivo Público do Estado de São Paulo.	236
Figura 111. “Pequenos objectos que interessam toda a dona de casa”. <i>Revista Feminina</i> . ago, 1923. n. 111, n.p. Acervo digital do Arquivo Público do Estado de São Paulo.	242
Figura 112. “Pequenos objectos que interessam toda a dona de casa”. <i>Revista Feminina</i> . ago, 1923. n. 111, n.p. Acervo digital do Arquivo Público do Estado de São Paulo.	243
Figura 113. “A execução moderna dos trabalhos caseiros”. <i>Vida Domestica</i> , Rio de Janeiro, mar, 1931. n. 156, n.p. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.	244
Figura 114. “A arte da beleza”. <i>Revista Feminina</i> , São Paulo, n. 74, jul.1920, p. 49-50. Acervo digital do Arquivo Público do Estado de São Paulo.	248
Figura 115. “A arte da beleza”. <i>Revista Feminina</i> , São Paulo, n. 74, jul.1920, p. 49-50. Acervo digital do Arquivo Público do Estado de São Paulo.	249
Figura 116. Manual de instrução do refrigerador (General Motors), São Paulo, [1950-1960]. Coleção particular.	253
Figura 117. Manual de instrução de batedeira Walita, São Paulo, São Paulo, [1965]. Coleção particular.	254
Figura 118. Liquidificador Perfeição Absoluta da Walita, [1959]. Antimônio e vidro. Acervo do Museu Paulista da Universidade de São Paulo, São Paulo. Reprodução: Helio Nobre/José Rosael.	255

Lista de tabelas

Tabela 1 – Presença de iluminação e eletrodomésticos nos domicílios urbanos e rurais do Estado de São Paulo em 1960.....	24
Tabela 2 – Eletrodomésticos mencionados nos anúncios e quantidade por década.	99
Tabela 3 – Qualificativos atribuídos aos eletrodomésticos nos anúncios publicitários (1920-1960)	101

Sumário

Introdução	20
Até onde chegamos com os estudos sobre tecnologia doméstica?.....	25
Fontes	29
Projeto Temático FAPESP e a importância de uma pesquisa integrada ao Museu Paulista.....	33
Capítulo 1. Dos Estados Unidos para o Brasil: a “modernização” do consumidor brasileiro	37
1.1 Os consumidores brasileiros a partir do olhar estrangeiro	38
1.1.1 A mulher brasileira como consumidora.....	45
1.2 A indústria de eletrodomésticos no Brasil: o caso da General Electric.....	49
1.2.1 Difusão de um modelo publicitário	58
1.2.2 Manuais de instrução e receituários.....	76
1.2.3 Vendedores de porta em porta	86
1.2.4 Economia Doméstica	91
1.3 Modernidade traduzida para o português	97
Capítulo 2. A eletricidade a favor da alimentação higiênica e racional.....	105
2.1 Combate às “velhas cozinhas” de São Paulo	106
2.1 A família que está munida de eletrodomésticos garante o futuro do Brasil.....	108
2.2 Entre a geladeira e o refrigerador	113
2.3 O refrigerador é a nova despensa	128
2.4 Com o liquidificador exerce-se a maternidade.....	137
2.5 Passar por peneira ou pelo liquidificador?	144
Capítulo 3. Conforto e racionalização nas cozinhas modernas	155
3.1 Concepção da cozinha moderna e o debate sobre o papel social das mulheres	157
3.2. Cozinha elétrica, um sinônimo de cozinha moderna.....	164
3.3 Em São Paulo, a cozinha moderna é a nova sala de estar	180
3.4 Cozinha elétrica: espaço de trabalho ou de descanso?	196
3.5.1 Visão: iluminação, cores e linhas agradáveis	202
3.5.2 Olfato e audição: espaço livre de odores e barulho	209
3.5.3 Paladar: comida mais gostosa.....	212
3.5.4 Tato: gestos e percepção corporal da temperatura.....	213
3.5 Invisibilidade do trabalho feminino na cozinha	217

Capítulo 4. Objetos, saberes e corpos racializados	223
4.1 Crise dos criados à brasileira.....	226
4.2 Do salão rumo à cozinha	231
4.3 Mãos negras e mãos brancas	240
4.4 Saber-fazer <i>versus</i> prescrição técnica	250
Considerações finais.....	260
Referências.....	263
Fontes	273

Introdução

[...] na América Latina, onde as tradições ainda não se foram e a modernidade não terminou de chegar, não estamos convictos de que modernizar-nos (sic) deva ser o principal objeto, como apregoam políticos, economistas e a publicidade de novas tecnologias (CANCLINI, p.17, 2019 [1989])

Ao estudar a arte e a cultura latino-americanas do século XX, Néstor Garcia Canclini entende que a América Latina tem uma longa história de construção de uma “cultura híbrida”, em que a modernidade é, na verdade, uma mescla entre o que é considerado “tradicional” e aquilo que se entende por “moderno”. A ideia de “hibridização” lançada pelo antropólogo – que buscou atualizar os conceitos de “mestiçagem”, “sincretismo” e “crioulização” – questiona o sentido único e evolutivo atribuído à modernização, aquele que substituiria o antigo pelo novo, o nacional pelo estrangeiro, que “civilizaria o selvagem”. A estratégia de Canclini expõe as contradições inerentes ao processo de modernização e lança luz sobre as resistências a ele. No microcosmo paulistano, a abordagem de Canclini toca no nervo de práticas e noções que estribaram as transformações por que passava o espaço doméstico.

Na cidade de São Paulo, a ideia de “cozinha moderna” começou a circular ainda no final do século XIX e ganhou repercussão a partir dos anos 1920. A difusão de imagens da nova cozinha, junto àquelas dos banheiros, agiu em conjunto com as mudanças materiais e espaciais na infraestrutura desses espaços, que passaram a integrar o corpo da casa e a se conectar aos sistemas urbanos de saneamento e de fornecimento de água encanada, gás canalizado e eletricidade. As novas noções de higiene e funcionalidade eram os principais propulsores ideológicos dessa renovação, que começou nos palacetes e, por meio dos Códigos Sanitários, regulou também as cozinhas de casas populares e cortiços (LE MOS, 1978; HOMEM, 2010; PAULILLO, 2017). Assim, a execução das tarefas domésticas devia se adequar aos princípios racionais e de salubridade, distanciando-se da sujeira gerada pela fuligem do fogão a lenha e da prática de sentar-se de cócoras para aproximar-se das paredes claras e azulejadas e da instrumentação comum aos consultórios médicos (CARVALHO, 2008, p.261).

Ao longo das décadas seguintes, o significado da “modernidade” atribuído à cozinha recebeu influência de um padrão estrangeiro, especialmente vindo dos Estados Unidos por meio

da publicidade, e que se ancorava no fomento ao consumo. A higiene e a racionalidade junto aos padrões estéticos que passaram a ser atribuídos à cozinha fizeram dela um novo ambiente da casa, espaço que se adequava ao corpo e às funções de dona de casa de classe média, idealizada como branca. Nesse novo ambiente, ela exercia as funções de mãe, esposa e gerente do lar. Tal modelo partia do pressuposto de que essa mulher executava o trabalho doméstico sozinha, sem a participação das empregadas domésticas, já que se baseava no quadro estadunidense de carência de mão de obra doméstica entre a metade do século XIX e as primeiras décadas do XX (COWAN, 1989, STRASSER, 1989).

A dissonância entre a realidade do trabalho doméstico no hemisfério norte em relação ao contexto brasileiro tem sido discutida por pesquisas recentes sobre o espaço doméstico paulistano (CARVALHO, 2008, MENESES, 2000, SANTOS, 2015, SILVA, 2008). No Brasil da pós-abolição, as mulheres escravizadas negras permaneceram trabalhando como empregadas domésticas (MATOS, 1994). Livres, elas recebiam e negociavam salários, tinham mais mobilidade para evitar maus tratos e a possibilidade de não morar na casa dos patrões. Em cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, essas mulheres faziam parte da população pobre que vivia em cortiços, pensões e favelas, ambientes execrados pelo padrão higienista de urbanização, em que eram vistas como responsáveis por levar doenças para dentro da casa de seus patrões. As diferenças de hábitos e de recursos financeiros nas práticas de morar tensionaram as relações no espaço doméstico paulistano durante a última década do século XIX e as primeiras do XX. Como a reforma da cozinha atendia às prescrições sanitárias e racionais de moradia, as empregadas domésticas, principalmente as cozinheiras, tiveram seus corpos desafiados e seus saberes tradicionais questionados por um novo padrão de trabalho doméstico que as inferiorizavam (CARVALHO, 2008, p. 256, SILVA, 2008, p.162-193).

Os aparelhos movidos a eletricidade e que passaram a ser utilizados no processamento da alimentação permearam as mudanças nas cozinhas paulistanas e foram agentes na conformação do que se entendeu por “cozinha moderna” durante toda a primeira metade do século XX. Ao estudá-los, veremos que eles participam de um processo de modernização permeado por conflitos, tensões e resistências que, no Brasil, se materializaram em práticas e discursos contra a “tradição”. Aqui a noção de “tradição” consistia na permanência de artefatos, continuidade das bases materiais que sustentavam relações sociais estabelecidas na cozinha desde o período colonial. Reconhecendo-se

que a realidade brasileira difere dos países com ampla classe média, maior distribuição de renda e industrialização, como os Estados Unidos, e que aqui a presença das empregadas se fez relevante, esta pesquisa investiga o modo de incorporação dos eletrodomésticos em um contexto histórico no qual as práticas culinárias oriundas do trabalho escravo foram em parte mantidas. Quais aspectos das cozinhas das casas da cidade de São Paulo do início do século XX facilitaram ou dificultaram a normalização do uso dos eletrodomésticos ao longo do tempo? A sua inserção afetou as estruturas deste ambiente da casa ou as relações sociais ali estabelecidas? Houve permanências? Tais buscas da pesquisa serão capazes de trazer à condição de existência histórica aqueles agentes sociais varridos dos discursos de modernização e mesmo dos estudos desse fenômeno?

Ainda em 1908, a The São Paulo Tramway Light and Power Company, a Light, foi responsável por inserir pequenos aparelhos elétricos no mercado brasileiro, como ferros de passar roupa, ventiladores, aquecedores e torradeiras para uso na sala de jantar e na copa, que eram importados dos Estados Unidos e países da Europa. A partir de 1914 e principalmente nos anos 1920, a empresa intensificou o anúncio desses produtos com o objetivo de estimular a adoção de instalações elétricas nas casas da cidade de São Paulo. Ao mesmo tempo, passaram a ser divulgados nos periódicos os nomes de novas empresas importadoras e indústrias metalmeccânicas brasileiras que vendiam materiais e aparelhos elétricos (SILVA, 2008, p. 134-137; BRITO, REIS, 2001, p. 232-233). Em São Paulo, a casa de Veridiana da Silva Prado foi uma das poucas a equipar-se com exemplares desses produtos já nesta época. O alto custo dos equipamentos importados e a mudança na infraestrutura das casas, necessária para receber a fiação elétrica de lâmpadas e tomadas, restringiram a adoção da tecnologia às classes abastadas (HOMEM, 2010, p. 103).

Os anúncios de eletrodomésticos para o processamento da alimentação não são encontrados em jornais e revistas que circularam em São Paulo até o final da década de 1920. Apesar disso, o recorte temporal dessa pesquisa tem início no ano de 1920, quando começaram a ser publicados artigos em revistas femininas sobre o uso da eletricidade na cozinha. São textos e imagens que apresentam moedores de carne e de café e espremedores de frutas usados em países do hemisfério norte e que prometiam revolucionar o cotidiano das residências brasileiras. É neste período que começou a ser fomentado em São Paulo o desejo pela diminuição do tempo e do esforço dispendido no trabalho doméstico, conquistas propiciadas pelo uso da eletricidade e que se tornariam definidoras da ideia de “cozinha moderna”.

Iniciado em 1920, o marco cronológico final da pesquisa é o ano de 1960. Entendemos que o estudo da presença dos eletrodomésticos em São Paulo deve levar em conta que a incorporação de artefatos ao cotidiano não é imediata, conforme sugere Néstor Canclini ao referir-se aos processos de modernização em países latino-americanos. Os dados a respeito do uso de aparelhos elétricos no Brasil confirmam tal percepção. Segundo análise de Renata Simões em consulta aos dados emitidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), apenas 26,1% dos domicílios brasileiros possuíam refrigerador em 1970. A baixa adesão deve-se ao alto custo do aparelho, mais comum entre as famílias com renda igual ou superior a cinco salários-mínimos (SIMÕES, 2008, p. 85-86). Como mostra a tabela 1, em 1960, dos 2.653.189 domicílios do Estado de São Paulo registrados pelo IBGE, apenas 22,61% tinham refrigerador elétrico, sendo que 94% desses domicílios estavam em áreas urbanas e suburbanas. Sobre os fogões, os dados mostram a permanência da lenha, do carvão, do óleo e do querosene junto ao gás e à eletricidade. Enquanto o gás representava 45,74% do total dos domicílios que tinham acesso aos fogões, 48,19% permaneciam usando a lenha.

O recorte temporal escolhido engloba as duas décadas anteriores ao fim da Segunda Guerra Mundial, que é a referência usualmente utilizada pelos estudos sobre a tecnologia doméstica no Brasil porque marca o começo da importação em larga escala de eletrodomésticos e o fortalecimento do mercado publicitário brasileiro (ARRUDA, 2016). Entende-se que esse recuo é necessário porque muitos dos qualificativos que estavam presentes nos anúncios dos anos 1940 e 1950 já vinham sendo gestados em textos sobre a “cozinha moderna” desde o início do século XX, muitas vezes mencionando conceitos advindos do final do século XIX, como as teorias raciais.

Tabela 1 – Presença de iluminação e eletrodomésticos nos domicílios urbanos e rurais do Estado de São Paulo em 1960.

	Domicílios urbanos e suburbanos	Domicílios rurais	Totais
Iluminação elétrica	1.589.705	271.569	1.861.274
Rádio	1.384.952	284.038	1.668.990
Refrigerador	566.484	33.432	599.916
Televisão	317.048	14.719	331.767
Fogão a lenha	470.667	779.048	1.249.715
Fogão a carvão	66.186	13.451	79.637
Fogão elétrico	26.627	1.158	27.785
Fogão a gás	1.081.210	105.148	1.186.358
Fogão a óleo ou querosene	41.132	8.640	49.772
Sem fogão e sem declaração	39.280	20.032	59.312

Fonte: Censo Demográfico de 1960. São Paulo. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

Efetivamente, o apelo à “cozinha moderna” totalmente eletrificada se intensificou ao longo das décadas de 1930 e 1940, quando cresceu o setor industrial voltado para aparelhos elétricos no país. Neste período, as fábricas de empresas estrangeiras sediadas no Brasil, como a General Electric (GE) e a General Motors (GM), expandiram a produção de eletrodomésticos. Devido às restrições às importações durante a Segunda Guerra Mundial, empresas brasileiras foram criadas, como a Eletro-indústria Walita S.A, e outras especializaram-se no segmento, como a Arno e a Brasmotor. Essa fase de expansão da indústria foi favorecida pela ampliação e pelo aprimoramento da publicidade brasileira com base no modelo publicitário norte-americano. Assim, os anúncios dos eletrodomésticos estiveram cada vez mais presentes nos periódicos de São Paulo e Rio de Janeiro, o que ajudou a popularizá-los.

Associado à expansão da indústria, em 1931, foi criado o Instituto de Organização Racional do Trabalho (IDORT), que nasceu de uma articulação das elites industriais brasileiras para debater o aumento da produtividade fabril por meio da racionalização da fábrica e do disciplinamento do

operariado. O Instituto foi um dos principais difusores no Brasil do modelo de “cozinha moderna”, que vinha sendo gestado na Europa pelo Movimento Moderno. Ele foi divulgado na Revista do IDORT e em eventos como a Jornada Contra o Desperdício de 1938 (CORREIA, 2004, p.67-75, CORREIA; ALMEIDA, 2013, p. 46-47, HOMEM, 2003, p.125-137).

Terminada a Segunda Guerra Mundial, as empresas estrangeiras entraram numa nova fase de expansão do seu capital em escala mundial. No Brasil, o modelo desenvolvimentista adotado a partir dos anos 1950 valorizou a entrada de capital estrangeiro destinado ao setor industrial de bens de consumo duráveis e isso favoreceu a ampliação da produção de eletrodomésticos em solo nacional. Em 1951, saíram da linha de montagem da fábrica de Santo André (SP) da GE os primeiros refrigeradores domésticos, ferros de passar roupa e máquinas de waffles produzidos em território nacional (GEIGER, p. 41). A GM também ampliou a produção da linha Frigidaire e outros modelos concorrentes entraram no mercado, como os da marca Consul e Brastemp.

Especialmente a partir dos anos 1950, o aprimoramento da mídia impressa e a introdução das televisões no mercado nacional contribuíram para a difusão em maior escala da ideia de “cozinha moderna” atrelada ao consumo de eletrodomésticos. Nessa época, percebe-se que os periódicos se dedicaram mais aos assuntos relacionados à cozinha, simultaneamente ao aumento da publicação de livros de receitas promovendo a utilização da eletricidade nas práticas culinárias. Em 1960, esse modelo ganha grande repercussão com o lançamento da Feira de Utilidades Domésticas (UD), realizada no Parque do Ibirapuera, em São Paulo, onde os modelos de cozinha exibidos nas páginas de revistas e nas telas puderam ser visitados e experienciados.

Até onde chegamos com os estudos sobre tecnologia doméstica?

Em pesquisa sobre a cozinha paulista, Maria Cecília Naclério Homem (2003) defende que foi somente com a presença efetiva dos eletrodomésticos que a ideia de cozinha moderna teria se concretizado, ou seja, quando a racionalização do trabalho se somou à sua automação. O entendimento linear e evolutivo que a autora nutre sobre as transformações da cozinha fica evidente na estrutura e nomeação dos capítulos do seu livro *Cozinha e Indústria em São Paulo* (2015): ela começa a biografia da cozinha paulista com a “cozinha tradicional”, característica do período colonial, percorre o período do “pós-guerra e a indústria nacional” para chegar à “cozinha dinâmica e sofisticada” dos anos 2000.

Esta argumentação é comum aos estudos existentes sobre a presença dos eletrodomésticos no Brasil (FARIAS, 2006; LIMA, 2016; OLIVEIRA, 2010). A visão de que a tecnologia teria revolucionado a vida moderna deixa de lado as relações sociais imbricadas neste processo muitas vezes caracterizado pela gradual incorporação dos artefatos ao cotidiano e pela lenta adaptação do usuário aos seus mecanismos. Assim, é na dimensão do consumo efetivo destes objetos que as promessas da publicidade são ressignificadas, mobilizando distinções sociais, raciais e de gênero, como se pretende mostrar nesta pesquisa.

No que diz respeito à tecnologia doméstica, os primeiros estudos que criticaram esse viés determinista foram desenvolvidos no âmbito do debate feminista da década de 1980, sendo um dos principais o de Ruth Cowan, *More Work for Mother* (1983). Cowan demonstrou que, ao contrário do que promete a indústria de eletrodomésticos, a introdução de novos equipamentos, somada ao incremento das práticas de higiene e alimentação, significaram o aumento do tempo gasto pela mulher norte-americana de classe média no cuidado com a casa e a família. No célebre artigo em que a autora lança a noção de “consumption junction” ou “junção do consumo”, ela enfatiza o dever do(a) historiador(a) de estudar os contextos e as temporalidades em que estão inseridos os consumidores para melhor se entender os fatores que levaram alguns artefatos a serem escolhidos em detrimento de outros. Com isso, dá-se atenção não mais isoladamente à inovação tecnológica, mas ao circuito do objeto, à sua difusão (COWAN, 1987).

As premissas estabelecidas por Cowan – que ainda são muito presentes nos debates atuais – foram ampliadas por outras duas abordagens que nos são muito caras: aquelas advindas do movimento Social Construction of Technology (SCOT) e da teoria do ator-rede de Bruno Latour. Parte-se do entendimento de que os artefatos têm um “programa de ação” disposto na sua materialidade e sujeito a ser subvertido a depender das práticas e dos significados que a eles são associados. A partir deste ponto de vista, o desenvolvimento tecnológico e as descobertas científicas não caminham linearmente, mas fazem parte de um processo fluido em que a dimensão da produção também depende do efetivo consumo destes objetos (TRUNINGER, 2013; INGRAM; SHOVE, 2007; WATSON, 2007; LATOUR, 2012).

O reconhecimento da capacidade agenciadora da matéria dialoga com a teoria de Igor Kopytoff (2008) – publicada em 1989 e revisada por Ulpiano Bezerra de Meneses (1998) – que entende a importância de traçar-se uma “biografia” dos artefatos para que seja possível entender

como eles são apropriados e, portanto, singularizados, classificados e reclassificados. Importa compreender todo o circuito de produção, circulação, consumo e descarte. Desta maneira, a mercantilização, como parte da trajetória biográfica do objeto, coloca-o em contextos socioculturais distintos, que podem propiciar diferentes apropriações na prática cotidiana.

Entre os anos 1980, 1990 e 2000, os estudos sobre tecnologia doméstica se consolidaram nos Estados Unidos associados à problemática do gênero. Não foi por acaso que, em 1997, a revista *Technology and Culture*, importante para os estudos acadêmicos sobre tecnologia, publicou um volume destinado à articulação das duas categorias de análise. Revisando os autores que os precederam, Nina Lerman, Arwen Mohum e Ruth Oldenziel (1997) consideram que, assim como a tecnologia, a questão de gênero é um “instrumento versátil” para iluminar aspectos importantes da relação do ser humano com a materialidade, especialmente no que diz respeito à construção das noções de feminilidade e masculinidade. Em 2008, eles reuniram no livro *Gender & Technology: a reader* os estudos representativos do que vinha sendo realizado na área, que junto a *His and Hers: Gender, Consumption and Technology* (1998), são referência até hoje¹.

Para a realidade brasileira, Elizabeth Bortolaia Silva representa um dos poucos nomes alinhados à noção de construção social da tecnologia. Exatamente porque esta concepção amplia as variáveis em jogo na análise do objeto, englobando os significados e os usos proporcionados por diferentes práticas sociais, a socióloga identifica a permanência da empregada doméstica como o fator determinante para a singularidade do nosso espaço doméstico, motivo da incorporação de determinadas tecnologias em detrimento de outras (SILVA, 1998, 2010, 2012).

Preocupações desta mesma natureza estão igualmente presentes nos estudos sobre a introdução do fogão a gás em São Paulo. Ao analisar os impactos do gás e da eletricidade nas casas paulistanas na virada do século XIX para o XX, João Máximo da Silva (2008) mostra a permanência de práticas “tradicionais” de processamento dos alimentos e as resistências das empregadas domésticas em adaptarem-se aos novos mecanismos. Neste processo, textos e imagens publicitárias cumpriram o papel de instruir os consumidores sobre a presença de botões, canos e registros, itens antes ausentes da rotina da cozinha (MENESES, 2000).

¹ Isso acontece mesmo que algumas categorias como o binômio feminilidade *versus* masculinidade e a marginalização da questão racial venham sendo revistas pelos estudos que levam em conta a teoria *queer*, a interseccionalidade e a decolonialidade.

Como o mercado consumidor e o ramo publicitário se retroalimentam, é coerente que os anúncios façam parte do escopo documental dos estudos sobre eletrodomésticos. A tese *Objetos turbulentos, territórios instáveis* de Márcia Arruda (2010) analisa as representações dos equipamentos elétricos entre os anos de 1940 e 1960, quando o *american way of life* representava um momento significativo para a circulação de produtos importados no mercado brasileiro. Conforme apontou Sol Glik (2017), foi neste período, quando o modo de vida norte-americano chegou aos países da América Latina numa “ofensiva publicitária sem precedentes”, que as questões de gênero associadas ao consumo se tornaram políticas de Estado. A revista *The Reader's Digest* e suas traduções em português e espanhol foram instrumentos notórios de veiculação dessa ideologia expansionista do pós-guerra e um dos meios pelos quais as mulheres latino-americanas foram apresentadas aos padrões de conforto da classe média estadunidense.

A real incorporação dos eletrodomésticos a estruturas sociais e culturais latino-americanas, que diferiam do modelo estadunidense de família e consumo, tem sido estudada recentemente, como mostram as pesquisas reunidas na obra *Gênero e Consumo no Espaço Doméstico* (2017). Na Argentina, *El hogar tecnificado* de Inés Pérez (2012) problematiza o modelo de domesticidade centrado no isolamento dos núcleos familiares de classe média, tensionando-o a partir das vivências cotidianas da região de Mar del Plata. As entrevistas com a população local mostraram à autora que as formas de habitar as residências modernas argentinas foram diversas e envolveram a continuidade das redes de relações entre vizinhos.

Entre os colombianos, Durán (2020) identifica dissonâncias muito semelhantes àquelas encontradas no Brasil e que desafiam a ideia de substituição do antigo pelo moderno a que recorre o discurso publicitário. A pesquisadora verifica a predominância da manipulação manual de utensílios na prática culinária, a insistência no uso do carvão para cocção e a permanência da “zona de lavadero” nas moradias. No Chile, French-Fuller (2006) demonstra que a modernidade e o progresso estão associados a noções de limpeza, respeitabilidade e classe. A associação de sentidos de modernidade a noções de higiene é notada por Carvalho (2008) ao analisar as cozinhas paulistanas entre 1870 e 1920.

Como apontou Mello (2019), mesmo que as noções de gênero e classe venham sendo exploradas para entender o consumo na América Latina, é ainda incipiente o tratamento de seus aspectos raciais no cotidiano doméstico moderno. A dissertação de mestrado de Maria Eugênia

Ferreira Gomes (2022) e a tese em andamento de Viviane Soares Aguiar (2021) são os poucos trabalhos recentes sobre as cozinhas paulistanas que focam nas tensões entre empregadas domésticas negras e donas de casa brancas.

Fontes

O conjunto de fontes que contempla as questões levantadas por esta pesquisa é composto por espécies documentais variadas justamente por entendermos que apenas os textos e as imagens publicitárias não respondem às perguntas colocadas; estes, portanto, foram confrontados com outros discursos que normatizaram a vida doméstica. Além disso, parte-se do pressuposto de que o estudo da cultura material contempla diferentes documentos que permitem inserir o artefato nas relações sociais de que faz parte (MENESES, 1980).

Foram selecionados manuais domésticos a partir de uma vasta lista constituída por Simone Andreani dos Santos (2015, p. 311-313) em estudo sobre a distinção entre senhoras e criadas. A autora classifica as obras a partir de quatro categorias temáticas, entre as quais duas dialogam com os objetivos deste trabalho: economia doméstica e prescrições sobre higiene e saúde². Junto destas, outras publicações reunidas em uma coleção particular³ ampliam o recorte temporal de Santos e ajudam a compor o nosso corpo documental. É importante ressaltar que, apesar de estudarmos os anos entre 1920 e 1960, alguns dos manuais escolhidos foram lançados ainda no final do século XIX, como as prestigiadas publicações de Júlia Lopes de Almeida e Vera Cleser. Optamos por mantê-los na seleção por entendermos que estes textos foram reeditados e circularam por um longo período posterior ao seu lançamento.

A utilização de manuais de economia doméstica nos estudos sobre cultura material tem se mostrado frutífera (CARVALHO, 2008; SANTOS, 2015). O cruzamento das fontes textuais com a materialidade dos artefatos permite contextualizá-los em repertórios materiais e espaciais mais amplos, compreender sua utilização na rotina doméstica, os valores atribuídos a eles e os responsáveis pelo seu manejo. Além disso, quando se trata do ambiente da cozinha, os manuais

² As categorias “manual de etiqueta” e “manual de puericultura” não contemplam a temática central deste trabalho, que tem como cerne as normatizações vigentes no espaço da cozinha e o trabalho doméstico nela realizado. Foram excluídos também os manuais publicados em língua estrangeira.

³ A Profa. Dra Ana Maria de Almeida Camargo, docente aposentada do Departamento de História da FFLCH-USP, vem colecionando a longo de sua vida profissional uma documentação rara ligada ao cotidiano doméstico.

insinuam a movimentação necessária para a execução do trabalho, qualificando diferentes noções de tempo e posturas corporais exigidas. Especialmente quando nos referimos àqueles que têm como tema a preservação da saúde da família e a higiene do espaço, a cozinha é destacada por sediar o preparo das refeições e, portanto, ser alvo das ações da medicina sanitária.

Mesmo sendo os manuais domésticos descendentes das obras sobre etiqueta do século XIX e que difundiram os padrões de comportamento praticados nas camadas mais abastadas para os segmentos médios ascendentes em cidades como São Paulo e Rio de Janeiro, nota-se nestas publicações uma invasão da temática culinária, especialmente naquelas que adentram o século XX. Muitos dos títulos ampliam a seção destinada às receitas, sendo chamados, por essa razão, de “livro de cozinha”. Boa parte destes manuais é semelhante a livros de receitas, mas intercalam em seu conteúdo indicações de arranjos do espaço, listas de utensílios, equipamentos e mobiliário que devem compô-lo, por vezes trazendo até mesmo plantas ilustrativas.

Somados aos manuais, os artigos publicados em revistas destinadas ao público feminino formam um corpo documental coerente quando se trata das prescrições dirigidas ao espaço doméstico. Foram selecionados para esta pesquisa periódicos que circularam entre São Paulo e Rio de Janeiro e que, juntos, apresentam um conjunto robusto de matérias e imagens para análise: *Revista Feminina*, *A Cigarra*, *O Cruzeiro*, *Anuário das Senhoras*, *A Vida Moderna* e *Vida Doméstica*. Estas revistas ampliaram o público leitor dos manuais, apresentando em textos reduzidos conteúdos muito semelhantes. Em paralelo com o que acontece no surgimento de “livros de cozinhas” nota-se, entre os exemplares de periódicos consultados, uma crescente menção ao espaço da cozinha e dicas de receitas a partir dos anos 1920, período inicial do nosso recorte temporal. Nesse momento são criadas colunas dedicadas apenas a esse tema como “Menu do meu marido” e “Cozinha Ilustrada” na *Revista Feminina*, “Caldeirão de Ouro” n’*A Cigarra*, “Lar doce lar” em *O Cruzeiro* e “Do salão à cozinha” n’*A Vida Moderna*.

As leitoras dos artigos de revistas femininas são também o público-alvo dos anúncios publicitários que circulavam nestes periódicos. Conforme apontou Martins, a tarefa de “rainha do lar” atribuía à mulher a responsabilidade de gastar eficientemente o dinheiro da família, o que fazia dela uma consumidora em potencial, sobretudo dos produtos importados. Especialmente numa época de ascensão dos setores médios nas grandes cidades do país, como São Paulo, as revistas femininas se consolidaram por meio da veiculação dos anúncios publicitários ao mesmo tempo

que fomentaram o consumo (MARTINS, 2001, p. 378-382). Para esta pesquisa foram reunidos os anúncios divulgados nos periódicos citados e em outros de ampla circulação, como *O Estado de S. Paulo*, que apresenta recorrências mais variadas dos eletrodomésticos procurados. Somam-se a eles os anúncios reunidos pela loja de departamentos Mappin Stores, disponíveis na coleção do Museu Paulista-USP⁴.

Documentos inéditos e de natureza diversa permitiram ampliar as possibilidades de análise, quando se tem em mente o estudo dos eletrodomésticos na perspectiva da cultura material, como é o caso do *Manual do Vendedor de Refrigerador General Electric* e dos manuais de instrução de uso de equipamentos. O *Manual do Vendedor* foi publicado em 1936 como iniciativa do Departamento de Promoção de Vendas da General Electric sediada no Rio de Janeiro. Trata-se da quarta edição desta publicação, sendo a primeira de 1933, ainda no início das vendas de refrigeradores no Brasil. Este documento é um ganho para as pesquisas sobre o tema na medida em que traz novas informações sobre as estratégias da indústria de equipamentos, como a visita de porta em porta. As instruções dadas aos revendedores detalham o passo a passo para a persuasão do consumidor, informações que, muitas vezes, não cabem aos anúncios publicitários ou estão implícitas no conteúdo dos seus textos e na escolha das imagens. O manual, desta forma, evidencia muitos desses mecanismos, servindo de guia para analisar a publicidade.

As prescrições de uso apresentadas no *Manual* podem ser complementadas por manuais de instrução de refrigeradores também produzidos pela General Electric e que abarcam os anos de 1932 a 1946. Com eles foi possível realizar uma análise seriada de outros 10 manuais da Walita, três da Arno, três da Frigidaire (General Motors) e um da Philco, que ampliaram a gama de eletrodomésticos, incluindo também batedeiras, liquidificadores, espremedores de fruta, moedores de carne e congeladores. Esta espécie documental é frutífera para o entendimento de aspectos da materialidade porque apresenta o plano de ação dos objetos estudados e o manejo previsto para cada um deles, ensinando novas posturas e gestos a um usuário que ainda desconhece os seus mecanismos. Além disso, estes prospectos informam sobre a presença dos eletrodomésticos na rotina da casa, especificam a função que cumprem no processamento dos alimentos, o tempo envolvido no seu funcionamento e a periodicidade e extensão da limpeza que exigem.

⁴ Durante a coleta de fontes também reunimos alguns poucos catálogos de produtos da loja Mappin Stores que ajudam a cobrir períodos esparsos. Estes documentos são importantes para datar a circulação dos equipamentos e mostrar a sua convivência com outras ferramentas de cozinha mecânicas e manuais.

Nota-se também um forte apelo publicitário, já evidente no investimento em um material ricamente ilustrado e na qualidade e amplitude do texto que recheia o seu conteúdo. Apesar de serem manuais de instrução e acompanharem o equipamento depois da compra, estes documentos apresentam textos que buscam compreender os eletrodomésticos como parte indispensável de uma cozinha higiênica e racional. Tal cuidado com o usuário indica sua importância para a capilaridade da marca e do produto.

Os artigos divulgados pelo Instituto de Organização Racional do Trabalho (IDORT) contribuíram para o entendimento do debate arquitetônico contraposto àquele difundido pela indústria, bem como os discursos consonantes e as disputas envolvidas na regulamentação da “cozinha moderna” como lugar de trabalho racionalmente organizado. A Revista de Organização Científica foi um dos principais veículos de divulgação do Instituto junto aos programas de rádio e às jornadas temáticas. Tendo circulado entre 1932 e 1960, este periódico traduzia textos oriundos do movimento da arquitetura moderna e de economistas domésticas norte-americanas influenciadas pelas ideias tayloristas. Além dos arquitetos, a revista divulgou textos de engenheiros, gestores públicos e empresários a favor da habitação operária no Brasil e, desta forma, a moradia mínima foi vista pela perspectiva das técnicas construtivas, da disposição urbana e também da gestão do lar.

Dentre os textos coletados para a realização desta pesquisa foi localizado um compêndio dos trabalhos apresentados na Jornada Contra o Desperdício em 1938 e que não havia sido mencionado pelas pesquisas de Correia e Almeida (2013). Nele é possível encontrar falas de mulheres envolvidas no debate sobre o papel da mulher na sociedade paulista como Carlota Uhlendorff, membro da Associação Cívica Feminina. Os títulos “Economia no lar” de Corina Dulley e “Educação da criada no lar” de Mariteresa Ellender nos indicam a articulação entre muitas das ideias presentes nos manuais de economia doméstica e as propostas do IDORT.

Para entender como os modelos de cozinha foram gestados, reproduzidos e adaptados a diferentes realidades, os materiais publicitários que circularam em São Paulo foram comparados àqueles criados para atingir o público estadunidense. Para isso, a Coleção de Propaganda e Venda reunida no acervo da General Electric no Museum of Innovation and Science (Schenectady, Estados Unidos) teve papel significativo por reunir um conjunto documental de fotografias que engloba toda a produção publicitária da empresa e sua atuação em feiras e exposições. Além dessa

coleção, foram identificados exemplares de prospectos distribuídos na atuação da GE nos Estados Unidos e em outros países do mundo. Nesse acervo foi possível a consulta a publicações institucionais da empresa, que reúnem dados sobre a atuação da General Electric na América Latina, como *GE Digest* (1921-1932), *International GE* (1960-1984) e *The Monogram* (1923-1990).

No Hartman Center for Sales, Advertising & Marketing History sediado na David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library da Duke University (Durham, Estados Unidos) consultamos uma ampla e variada coleção de manuais de instrução de eletrodomésticos, que circularam nos Estados Unidos desde o começo do século XX. Nesse mesmo acervo identificamos a existência de pesquisas de público realizadas no Brasil durante a década de 1930 pela agência publicitária J.W.Thompson, fundada nos Estados Unidos em 1864 e estabelecida no Brasil a partir dos anos 1920. A análise dessas pesquisas exigiu a consulta às edições das *newsletters* da agência, a *The J.W.T News* e *J.W. Thompson News Bulletin*, que circularam entre os escritórios internacionais e a sede em Nova Iorque.

Projeto Temático FAPESP e a importância de uma pesquisa integrada ao Museu Paulista

Esta dissertação de Mestrado foi desenvolvida no âmbito do grupo de pesquisa⁵ criado por Vânia Carneiro de Carvalho em 2018⁶ e associado ao Projeto Temático FAPESP “Coletar, Identificar, Difundir. O Ciclo Curatorial e a Produção de Conhecimento” (2017/07366-1)⁷. O projeto tem por objetivo desenvolver o *Repertório Histórico Ilustrado de Equipamentos e Ferramentas de Cozinha*, uma publicação que nasceu da necessidade de contextualizar o acervo de objetos de cozinha do Museu Paulista da Universidade de São Paulo. Notou-se no conjunto

⁵ Durante o projeto, que teve início em 2018 e se encerrará em 2024, participaram da pesquisa: Maria Eugênia Gomes Ferreira (mestra), Viviane Soares Aguiar (doutoranda) e Rafaela Basso (pós-doutoranda). Conta-se com a colaboração das pesquisadoras e pesquisadores de iniciação científica e das estagiárias: Crislene Conceição (2021-2022), Beatriz Lazari (2021-2022), Beatriz Gasques Favilla (2020-2022), Bianca Agostinelli (2019-2020), Júlia Carloni da Silva (2021-2022), Leila Claraliz (2021-2022), Luiza Sales (2021-2023), Maria Cecília Ferreira (2021-2022), Vinícius Ferreira El-helou (2021-2023) e Vitor Cruz Santos (2021-2022). Além disso, participa do projeto a Profa. Dra. Márcia de Almeida Rizzutto.

⁶ Em 2022, ele foi consolidado em torno do Grupo de Pesquisa Espaço Doméstico, Corpo e Materialidades, vinculado ao Museu Paulista-USP. Ver: <https://sites.usp.br/gema/>

⁷ O projeto temático é sediado no Museu de Arte Contemporânea da USP e coordenado por Ana Magalhães. Dele participam os quatro museus da USP além de outras instituições.

destes artefatos a permanência, em larga cronologia, de utensílios ligados ao processamento artesanal dos alimentos e equipamentos de funcionamento mecânico ou elétrico, aspecto que questiona a ideia de evolução linear da tecnologia doméstica e aponta para a complexidade da história das cozinhas paulistanas. Tendo em vista a premissa da convivência tecnológica, foi realizada uma pesquisa exaustiva em fontes documentais que pudessem informar sobre a trajetória biográfica dos principais objetos utilizados nas cozinhas de São Paulo entre os anos de 1860 e 1960, período de expansão urbana da cidade e quando teve início o processo de industrialização. O *Repertório* reunirá verbetes que contam a trajetória biográfica de cerca de 150 destes objetos, mostrando os anos que circularam, de que materiais foram feitos, os mecanismos de funcionamento, os agentes envolvidos na sua produção e venda e os usos no cotidiano.

A grande quantidade de informações levantadas para o *Repertório* exigiu o desenvolvimento de uma metodologia de análise de dados⁸ e a construção de uma base de dados⁹. É fruto da nossa participação o *Manual de Utilização da Base de Dados*, o *Glossário de Termos Controlados* e o *Glossário de Funções*. Construí-los implicou em pesquisar e aprimorar métodos de sistematização de fontes documentais, que também foram usados na construção desta dissertação.

O vínculo com o Museu Paulista proporcionou boas oportunidades de tornar público os resultados dos estudos do grupo. Entre 2019 e 2022, junto a Viviane Soares Aguiar e Maria Eugênia Ferreira Gomes, participamos da pesquisa, seleção de acervo e produção de conteúdos dos audiovisuais da sala “Trabalho e Felicidade”, que integra a exposição “Casas e Coisas” (curadoria de Vânia Carneiro de Carvalho)¹⁰. A exposição foi inaugurada em setembro de 2022, na reabertura do Museu e data de comemoração do bicentenário da Independência do Brasil. A necessidade de flexibilizar a linguagem acadêmica para uma exposição que é visitada por um público diverso foi um desafio necessário aos historiadores que querem (e devem) se comprometer

⁸ CARVALHO, Vânia Carneiro de; AGUIAR, V. S.; FELICIO, L. S.; GOMES, M. E. F.; AGOSTINELLI, Bianca A. Como e por que estudar cozinhas em um museu de história. São Paulo/Brasil, 1860-1960. In: Paula Barata Dias; Wanessa Asfora; Carmen Soares; Allen Grieco. (Org.). *Das Culturas da Alimentação ao Culto dos Alimentos*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2022, v. 2, p. 165-193.

⁹ A base de dados foi desenvolvida em sistema Firefox, o mesmo utilizado pelo Museu Paulista. Para esta etapa contamos com a colaboração do profissional de tecnologia Luciano Beraldo, analista de sistemas do Museu Paulista.

¹⁰ Para divulgar a pesquisa envolvida na curadoria da exposição, participamos do Book Temático da exposição Casas e Coisas. Ver: FELICIO, L. S. O liquidificador entra, a peneira fica. In: Vânia Carneiro de Carvalho. (Org.). *Casas e Coisas*. São Paulo: Edusp; Museu Paulista da Universidade de São Paulo, 2022, v. 1, p. 136-157.

com as ações de divulgação científica. A editatona “Cozinha e suas coisas”, resultado de um convênio do Museu Paulista com o Wiki Movimento Brasil (Wikipédia), é outra ação que evidencia a importância das pesquisas vinculadas aos museus universitários. Nesta ocasião, a palestra sobre a história das cozinhas de São Paulo motivou a criação e edição de centenas de verbetes da Wikipedia, escritos com base em dados científicos.

Por fim, é preciso dizer que a participação neste projeto foi fundamental para o desenvolvimento desta pesquisa de Mestrado. Como será possível observar ao longo dos capítulos, ainda há muito a ser feito pelos estudos sobre as histórias das cozinhas brasileiras, e o *Repertório* mostra que levar em conta a dimensão da materialidade é primordial para escrevê-las. As fontes documentais levantadas para a dissertação fomentaram a base de dados do Repertório ao mesmo tempo que muitas informações dos verbetes estão adiantadas no texto aqui apresentado. É essencial mencionar que as discussões estabelecidas durante cinco anos de pesquisa em grupo e apresentações para o público estão refletidas neste trabalho e isso faz dele fruto de um esforço coletivo, em que todas as (os) colaboradoras (es) podem ser ver representadas (os).

O capítulo que abre esta dissertação apresenta a relação da publicidade de eletrodomésticos com o projeto de modernização econômica e social do Brasil na primeira metade do século XX. A partir da atuação da agência norte-americana J.W.Thompson e da presença da General Electric no Brasil, demonstraremos como a publicidade de eletrodomésticos difundida em São Paulo herdou textos e imagens de materiais publicitários produzidos nos Estados Unidos, em uma realidade bastante diversa. Veremos que essas empresas interpretaram os consumidores brasileiros a partir do olhar estrangeiro e das teorias raciais e que os valores atribuídos aos equipamentos movidos a eletricidade deram novos sentidos ao trabalho doméstico e à cozinha das casas paulistanas.

No segundo capítulo, discutiremos como a higiene da cozinha e a racionalidade da alimentação foram utilizadas como argumentos a favor da introdução dos equipamentos elétricos no cotidiano doméstico da cidade de São Paulo. As biografias do refrigerador e do liquidificador mostram que as justificativas para a substituição da “velha cozinha” pela “nova”, completamente eletrificada, fomentaram o desprezo aos utensílios, materiais e métodos “tradicionais” de

processamento e conservação dos alimentos. As fontes documentais mostraram, no entanto, que, na prática, a inserção dos aparelhos elétricos nas cozinhas paulistanas não foi imediata e que houve convivência das tecnologias consideradas “ultrapassadas” pelas outras tidas como “modernas”.

No terceiro capítulo, veremos que a publicidade de eletrodomésticos conformou e promoveu a circulação em São Paulo de um conceito de “cozinha moderna” baseado, sobretudo, na desmobilização do corpo feminino para o trabalho doméstico. Apesar do que afirma a historiografia, a racionalidade promovida pelo Movimento Moderno, atuante na Europa não circulou nos periódicos lidos pelas donas de casa paulistanas. Elas foram alcançadas, por outro lado, pela veiculação massiva de anúncios e imagens publicitárias produzidos a partir do padrão estadunidense de “cozinha elétrica”. Este modelo concebia a cozinha como um ambiente atrativo esteticamente próximo à sala de estar e, logo, mais permeável ao uso de ornamentos e interessado na promoção do conforto corporal da dona de casa, o que tornou a cozinha um espaço “feminizado”.

No quarto e último capítulo, veremos que o aspecto abstrato da eletricidade aplicada ao trabalho doméstico facilitou a promoção dos eletrodomésticos e a promessa da completa substituição da tarefa manual pela máquina, tendo como consequência a rejeição no campo símbolo da mão de obra das empregadas domésticas. Nas cozinhas, os equipamentos elétricos asseveraram tensões que já estavam estabelecidas entre donas de casas brancas e empregadas negras desde o período colonial no Brasil. Ao vincular-se à ciência e à técnica, eles contribuíram para distinguir e hierarquizar funções, corpos e saberes no cotidiano das cozinhas paulistanas.

Capítulo 1. Dos Estados Unidos para o Brasil: a “modernização” do consumidor brasileiro

A dieta brasileira é carente de vitaminas e minerais, o que o povo bem sabe e que tem resultado na venda pesada de drogas, remédios, tônicos, bebidas e alimentos nutritivos. Apesar da dieta pobre, os brasileiros tradicionalmente deixam a compra de alimentos e o planejamento das refeições para seus empregados.¹¹

Este trecho foi escrito pela equipe de publicitários norte-americanos da J. Walter Thompson, estabelecida em São Paulo e Rio de Janeiro. O artigo foi publicado na revista *Tide* em agosto de 1947 junto a outros quatro relatos sobre a “publicidade mundial”. Um mês mais tarde, alguns excertos do texto foram selecionados para compor a *newsletter* da agência e, assim, divulgar o trabalho que vinha sendo realizado nas filiais fora dos Estados Unidos. Na análise, parece haver certo estranhamento quanto à dinâmica da família brasileira que, a despeito da “dieta pobre em vitaminas e minerais” atribui “tradicionalmente” aos empregados a compra e o preparo da comida.

Análises como esta são breves exemplos das convicções que os publicitários estrangeiros nutriam sobre sociedades diferentes daquelas em que eles se originaram. Especialmente a partir dos anos 1930, quando o mercado publicitário estadunidense expandiu exponencialmente para outros países do globo, a percepção sobre o “outro” tornou ainda mais evidente os valores que os produtos carregavam quando eram anunciados fora dos Estados Unidos. No trecho que abre o capítulo, observa-se que num país onde a mão de obra de empregados domésticos se tornava cada vez mais escassa, parecia estranho constatar a continuidade deste tipo de trabalho em outra sociedade. Este diagnóstico não é isento de julgamento, pois os autores sugerem que o hábito de manter os empregados seria uma das causas da má alimentação dos brasileiros. Ao observar o uso abundante de recursos de todo tipo para suprir as carências alimentares, verifica-se que o Brasil, no final dos anos 1940, era um mercado consumidor ideal para a venda de medicamentos e alimentos industrializados que se diziam promotores da boa saúde. Para reverter o quadro brasileiro, o trecho tacitamente parece sugerir a necessidade de modernização, quando associa parte dos problemas de alimentação aos hábitos tradicionais.

¹¹ “The Brazilian diet is lacking in vitamins and minerals, which the people well realize and which has resulted in a heavy sale of drugs, medicines, tonics, and nutritive drinks and food. Despite the poor diet, the Brazilians traditionally have left food-buying and meal-planning to their servants”. Cf: INTERNATIONAL Department. *The J.W.T News*, v. 2, n. 35, 1.set.1947, n.p. David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library, Duke University.

O objetivo deste capítulo é entender a circulação da publicidade de eletrodomésticos no Brasil tendo em vista a sua relação com o projeto de modernização econômica e social da primeira metade do século XX. Mostraremos como se deu a consolidação do setor publicitário em São Paulo e quais características ele herdou da publicidade norte-americana. Para isso, nos basearemos na atuação da agência J. Walter Thompson e da fabricante de eletrodomésticos General Electric no Brasil. Veremos que a publicidade que circulou em São Paulo importou valores e atribuiu sentidos aos equipamentos elétricos usados nas cozinhas, influenciando na maneira como esses objetos podem ter sido recebidos nas casas paulistanas.

1.1 Os consumidores brasileiros a partir do olhar estrangeiro

O período entre as décadas de 1930 e 1960 foi marcado pela consolidação de um setor publicitário concentrado no eixo entre São Paulo e Rio de Janeiro. Foi em São Paulo que a primeira agência publicitária estrangeira, a J. Walter Thompson, se estabeleceu, no ano de 1929. Ela já era bastante conhecida entre as empresas dos Estados Unidos quando expandiu sua atuação para regiões onde o mercado consumidor parecia promissor, como a África do Sul e o Brasil. Foi esta agência a responsável por organizar a linguagem publicitária brasileira a partir do modelo norte-americano e formar publicitários que, mais tarde, constituiriam uma classe profissional.

A produção de publicidade no Brasil teve início em 1914, quando foi fundada *A Eclética*, que começou a funcionar em associação ao jornal *O Estado de S. Paulo*. Para Thiago Genaro, a fundação desta agência marca a transição da “corretagem de anúncios” para o início de uma produção publicitária criativa¹². Antes dela, matrizes dos anúncios eram importadas de periódicos estadunidenses e europeus e recebidas com o espaço do texto em branco, aguardando a incorporação das palavras traduzidas. No início, a própria *Eclética* tinha uma máquina de costura improvisada com serra para cortar os moldes e substituir os textos de língua estrangeira (GENARO, 2012, p.80, 270, 272; SILVA, 2019, p. 95-106). Depois dela, foram fundadas a *Agência Moderna de Propaganda Ltda.* e a *Agência Pettinati de Publicidade Ltda.*, em 1919, e a *A. D´Almeida*, em 1929 (SANTOS, 2010, p. 46). Algumas lojas de São Paulo também constituíram

¹² A partir de entrevista do filho de Júlio Cosi, um dos fundadores d´A Eclética, Rafael dos Santos (2010, p.46) afirma que a elaboração criativa dos anúncios era baseada nas experiências de Cosi no exterior, em visitas a jornais e agências nos Estados Unidos.

seus departamentos de publicidade ainda nos anos 1920, como a Casa Allemã e o Mappin Stores, que desenvolviam ilustrações próprias, mas também as copiavam de revistas importadas (SANTOS, 2017, p.25-26).

O mercado publicitário das primeiras duas décadas do século XX tinha à disposição uma tecnologia gráfica ainda incipiente, o que limitou a atuação dos profissionais, a qualidade das impressões e o número de tiragens. Mesmo as agências estrangeiras importavam equipamentos para dar seguimento às suas atividades¹³. Aprimoramentos relevantes só foram vistos a partir dos anos 1940 e, sobretudo, na década de 1950, devido ao barateamento da litografia e ao aumento da demanda pelo setor gráfico, requisitado para a impressão de materiais didáticos e revistas ilustradas, estas cada vez mais numerosas num país que via a sua classe média urbana crescer. Foi nessa época que a fundação da Escola de Propaganda do MASP deu início à formação da classe profissional publicitária, permitindo ir-se além da experiência prática e, dessa maneira, disputando espaços no mercado com os artistas de então (GENARO, 2012, p.72, 92-109).

A atuação da J. Walter Thompson no Brasil começou a partir de um movimento do governo estadunidense, que enviou um representante do U.S. Department of Commerce para estudar as condições do mercado publicitário brasileiro no início dos anos 1920. A partir de então, empresas como a General Motors (GM) e a General Electric (GE) foram incentivadas a explorar o consumo no país como parte de um projeto modernizador, que beneficiaria mutuamente o relacionamento entre as duas nações. Assim, a GM criou o South America Sales Division em 1921, e instalou uma fábrica em São Paulo, em 1925, onde havia um departamento de publicidade, que cresceu de cinco funcionários para 34 em dois anos, todos eles formados pelo “modern advertising”, ou seja, o padrão estadunidense de propaganda. Ali, ainda em 1927, trabalhou também a J.W.Thompson antes de abrir o seu escritório próprio. Segundo James P. Woodard (2002, p. 259-263), aquele era um período de franca expansão do investimento dos Estados Unidos no Brasil, que cresceu de 193.606.000 de dólares, em 1929, para 240.109.000 de dólares no final de 1940.

A partir de 1933, com a eleição do presidente Franklin D. Roosevelt, os Estados Unidos intensificaram a relação com a América Latina por meio da Política da Boa Vizinhança, que pretendia fomentar as relações econômicas e culturais entre os países. Mais tarde, a criação do

¹³ Em 1929, um relatório da J.W. Thompson relata a importação de uma máquina de monotipia e uma grande quantidade de “type faces” para o escritório de São Paulo. Cf: SÃO Paulo Office, 1929, p. 109. J. Walter Thompson Company. 35mm Microfilm Proofs, David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library, Duke University.

Office of the Coordinator of Inter American Affairs (OCIAA), vinculado ao Conselho de Segurança, aumentou a influência na América Latina. No ramo publicitário, a tradução da revista *Reader's Digest* para o espanhol e o português a partir de 1942 teve grande significado porque ampliou a circulação de anúncios de produtos estadunidenses e do estilo de vida e consumo “propiciado” por eles. Durante a Segunda Guerra Mundial, uma parceria entre o governo dos Estados Unidos e as empresas e agências diminuiu os impostos e manteve a veiculação dos anúncios quando as fábricas substituíram a produção de bens de consumo pelos equipamentos bélicos. Dessa maneira, o investimento em propaganda foi de 4 milhões de dólares, em 1941, para 20 milhões, em 1945. Uma característica muito comum da publicidade desta época é o elogio ao progresso econômico dos Estados Unidos e a crítica aos países do Eixo, seus adversários (MONTEIRO, 2010; FONSECA, 2018; TOTA, 2000, p.57 apud MONTEIRO, 2010, p.164).

Mas vender produtos desconhecidos não se restringiu apenas à mera tradução de textos e eventuais alterações de imagens. Era preciso conhecer os consumidores que, no que diz respeito aos países da América Latina, tinham formações históricas e culturais díspares. Por isso, a aplicação de pesquisas de mercado fez parte do planejamento da produção e circulação da publicidade quando as agências e empresas chegaram ao Brasil, investigações que já eram colocadas em prática nos Estados Unidos¹⁴. Os poucos vestígios documentais que restam dessas pesquisas mostram que havia interesse em estudar as populações latino-americanas, sobretudo do Brasil e da Argentina, e apontam dados anteriores à criação do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), fundado em 1942¹⁵.

Ainda em 1927, a J.W. Thompson enviou o publicitário William B. Rickets à América Latina para produzir diagnósticos. No Brasil, depois de estabelecido o escritório em São Paulo, a agência realizou pesquisas entre 1931 e 1934, cujos temas iam desde a frequência das viagens internacionais até o uso de cremes faciais. Os clientes contemplados pelas sondagens foram a Lehn & Fink, fabricante do desinfetante Lysol, a Blue Star Line, companhia aérea, a Pondy's Extract Company International, Ltd., marca de cosméticos, e a Royal Baking Powder, produtora de

¹⁴ No acervo da J.W.Thompson foram encontradas pesquisas de mercado encomendadas pela General Electric para entender o consumo de eletrodomésticos nos Estados Unidos e a aceitação ou não desses aparelhos. Cf: PANEL home survey, s.d. J. Walter Thompson Company. 16mm Microfilm Investigations, David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library, Duke University.

¹⁵ Os documentos que constituem o acervo do IBOPE, salvaguardado no Arquivo Edgar Leunroth da Universidade de Campinas, tratam de pesquisas de mercado de publicidade veiculada na rádio e televisão.

fermento em pó. Apesar de não tratarem da venda de eletrodomésticos, estas pesquisas nos informam sobre os perfis das pessoas que adquiriam produtos importados nesta época, consumidores que eram, em sua maioria, parte dos setores abastados e ascendentes da população brasileira. Além disso, as questões colocadas pela agência e a maneira como os resultados foram interpretados expressam a perspectiva pela qual os estadunidenses olharam para o “outro” – estrangeiro e “latino” – e podem indicar que determinados pontos de vista influenciaram a escolha dos métodos de propaganda¹⁶.

No volume sobre “questões estrangeiras” da *newsletter* da J. Walter Thompson, o artigo “Markets Are People, Not Places” traz reflexões sobre a importância da pesquisa na época que a agência descobria novos mercados. Para o autor, Clement Watson, era mais importante estudar os hábitos e condições de vida da população do que entender a situação dos meios de transporte, tarifas e custos que implicariam na exportação de mercadorias. Para isso, seria preciso que o entendimento sobre o consumo não se limitasse a número estatísticos, mas explicasse por que alguns produtos são bem-sucedidos em alguns lugares e fracassam em outros. Na sua opinião, as mercadorias seriam “internacionais” e fatores de “história, raça, política, geografia e economia” dos países determinariam sua “adaptabilidade”. Mesmo assim, ele acreditava que todas as pessoas, “em qualquer estágio de civilização” teriam expectativas “naturais” por “conforto, proteção, prazer e qualidade de vida” e, por isso, “podem ser ensinadas a usar produtos que atendam às suas necessidades ou satisfaçam seus desejos”, pois “é essa adaptabilidade da raça humana a novas ideias e métodos que faz o futuro da exportação americana tão brilhante”¹⁷:

Em nenhum momento o campo de exportação apresentou um quadro mais promissor do que agora. O mundo está mudando com uma rapidez incrível. Está se tornando mais uniforme, mais padronizado. Civilizações consideradas “atrasadas” apenas alguns anos atrás preencheram a lacuna de séculos de desenvolvimento em um tempo incrivelmente curto.¹⁸

¹⁶ Estas pesquisas de mercado e a *newsletter* da J.W.Thompson foram estudadas anteriormente por James P. Woodard (2002) e Rafael José dos Santos (2010). Nesta dissertação, elas serão exploradas na medida em que informam sobre o perfil dos consumidores e consumidoras que adquiriram mercadorias importadas na década de 1930. Além disso, será abordado o viés de interpretação das agências publicitárias estrangeiras, aspecto que pode ter contribuído para a escolha do tipo de publicidade que circularia no Brasil neste período.

¹⁷ WATSON, Clement H. Markets Are People – Not Places. A Few Thoughts on Export. *J.W. Thompson News Bulletin*, Foreign Issue, jul.1928, p. 3-23.

¹⁸ “At no time has the export field ever presented a more promising picture than now. The world is changing with amazing rapidity. It is becoming more uniform, more standardized. Civilizations considered “backward” only a few years ago have bridge the gap of centuries in development within an amazingly short time”. Cf: *Ibidem*, p. 18.

Os conceitos de civilização explorados no argumento de Clement Watson vão ao encontro da tese de James P. Woodard, em que a J.W. Thompson pressupunha igualdade entre os termos “modernização” e “americanização” (WOODARD, p.260). Tais argumentos não estão isolados no texto de Watson, mas também aparecem em outros artigos que compuseram essa publicação, o que mostra que a noção de “progresso” baseada em aspectos raciais era relevante para a maneira como a empresa interpretava outros países, ao menos nas décadas de 1920 e 1930. Um dos editores da *J.W. Thompson News Bulletin* aplica-os, inclusive, em comentários sobre as expectativas quanto ao mercado brasileiro:

Uma das grandes limitações do mercado brasileiro é que a maioria das pessoas é muito pobre, ignorante e preguiçosa. A população é principalmente de ascendência portuguesa, negra e indígena. Apesar do fato de que a escravidão existiu no Brasil até 1888, não parece haver nenhum preconceito marcante contra o negro. Estes têm sido muito misturados e, provavelmente, mais da metade da população total tem algum sangue de cor [sic] ou índio. 80% da população é analfabeta. O clima enervante também exerce forte influência. Em resumo, a população brasileira é composta por uma grande proporção de pessoas muito pobres e ignorantes, um número considerável de pessoas ricas e uma classe média relativamente pequena – exceto no Sul, onde há muitos prósperos e industriais colonos italianos e alemães.¹⁹

Talvez nenhum outro parágrafo resuma melhor a avaliação da J.W.Thompson sobre a formação história do Brasil e como ela informava sobre o passado e poderia condicionar o futuro. Constituída majoritariamente por pessoas “muito pobres, ignorantes e preguiçosas”, a população brasileira estava dividida entre “portugueses”, “negros” e “índios”, além de outra grande parcela de “raças misturadas”. Apesar dos “pobres e ignorantes”, havia alguns “abastados” e uma “pequena classe média” – com destaque para a região sul, onde se verificava que a ascensão social dos imigrantes estava associada à industrialização. Dois outros dados ainda intervêm na análise sobre o grau de “progresso” do país: o baixo nível de alfabetização da população e o clima. Segundo Rafael José dos Santos, citações como esta indicam que a raça e o meio ambiente foram

¹⁹ “One of the great limitations of the Brazilian market is that the majority of the people are very poor, ignorant, and lazy. The population is mainly of Portuguese, Negro and Indian extraction. Despite the fact that slavery existed in Brazil until as late as 1888 there does not seem to be any marked prejudice against the Negro. There has been much intermixing, and probably considerably over half the total population has some colored or Indian blood. 80% of the people are illiterate. The enervating climate also exerts a strong influence. In brief, the Brazilian population is made up of a large proportion of very poor and ignorant people, a considerable number of wealthy people, and a relatively small middle class – excepting in the South where there are many thrifty and industrious Italian and German colonists”. Cf: RICKETTS, William B. What Does South America Offer the American Advertiser. *J.W. Thompson News Bulletin*, Foreign Issue, jul.1928, p. 35.

categorias importantes para a percepção dos publicitários sobre o Brasil, aspectos que poderiam ser superados pela “universalidade do apelo ao consumo” (2010, p.44-45) ou, retomando o argumento de Watson, pela aceitação de mercadorias ditas “internacionais” e, portanto, facilmente adaptáveis às diferentes realidades.

Para James P. Woodard, há evidente inclinação por parte dos publicitários ao mito da democracia racial²⁰ e este fato revela que “eles interpretaram o Brasil não apenas a partir dos seus próprios preconceitos, visão de mundo liberal, e experiência histórica dos Estados Unidos, mas também pelo ponto de vista da burguesia paulista com quem eles se identificavam” (WOODARD, 2002, p.269). Apesar disso, parece haver certo estranhamento a respeito da miscigenação. No tópico sobre a “vida social dos brancos e dos nativos” na investigação feita para a empresa Lehn & Fink afirma-se:

Teoricamente, o Brasil não observa nenhuma segregação racial e na verdade, exceto nas famílias mais abastadas, brancos, negros e mestiços convivem sem qualquer restrição. A teoria brasileira é que a melhor maneira de superar o problema da cor [sic] é literalmente eliminá-lo, incentivando o casamento entre as raças. Esta teoria goza de todo incentivo legal possível.²¹

Esta pesquisa, concluída em 1931, explicita como o argumento racial foi mobilizado para interpretar os dados sobre o mercado brasileiro. Foi composta uma amostra de entrevistados com 78 moradores de São Paulo e Rio de Janeiro, cuja maioria era de mulheres jovens, mas também incluía “19 médicos, 8 farmacêuticos, 7 salões de beleza, 8 perfumistas, 10 farmácias de varejo e balcões de beleza de lojas de departamentos, 2 parteiras e 1 veterinário”. A partir do censo nacional de 1920, o relatório informa que a população brasileira era composta por 30.635.000 pessoas e, então, a divide e quantifica por “classes” de acordo com aspectos raciais, sendo “brancos” 40% da

²⁰ O mito da democracia racial circulou entre as elites brasileiras principalmente na segunda metade do século XIX e primeiras décadas do XX e nega que teria havido no Brasil um processo de escravização violento. Ele nega o racismo intrínseco à formação histórica no nosso país. A obra de maior impacto para a construção desse conceito é *Casa-Grande e Senzala* do historiador e sociólogo Gilberto Freyre, publicada em 1933.

²¹ “Theoretically, Brazil observes no color line and actually, except in the wealthiest families, whites, blacks and mixtures in social life without any restraint. The Brazilian theory is that the best way to surmount the color problem is literally to wash it out by encouraging inter-marriage between the races. This theory enjoy every possible legal encouragement”. Cf: REPORT for Lehn & Fink, mai.1931, p. 4-5. J. Walter Thompson Company. 16mm Microfilm Investigations, David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library, Duke University.

população, “negros” 9%, “mistura entre brancos e negros” 21%, “mistura entre brancos e vermelhos” 11% e “várias outras misturas raciais” 19%²².

O detalhamento de alguns dados em detrimento de outros ainda aponta quais informações eram relevantes para a agência. Os “índios”, por exemplo, apesar de contarem mais de 1.200.000 habitantes na época, não foram destacados no relatório “porque tinham pouco poder de compra”. Por outro lado, os imigrantes, que correspondiam a 5,2% da população em 1930, são descritos como italianos, portugueses, espanhóis, turcos e japoneses. Pareceu ser de interesse relatar também que a maioria dos italianos viviam em fazendas de café em São Paulo, enquanto havia importante colônia alemã no Rio Grande do Sul²³.

A origem dos dados coletados pela agência, apesar de se basear inicialmente no censo, era o resultado de uma seleção de fontes, ela tendia de antemão para um público-alvo em especial, buscava-se quantificar e qualificar os estratos sociais privilegiados. Isso porque constata-se que ao menos 80% da população brasileira não tinha poder aquisitivo suficiente para adquirir nada além dos produtos mais baratos²⁴.

Tal esforço estatístico era resultado da falta de dados coletados pelo poder público, como foi ironizado por J. Maxwell Kennard, que administrava o escritório de São Paulo em 1929:

Estamos ativamente engajados em um estudo de mídia e mercado do Brasil. Este é um grande empreendimento, pois a área do país é maior do que a dos Estados Unidos e Canadá juntos, e não temos estatísticas para nos ajudar, além de um censo populacional realizado em 1920, que abrange apenas os municípios. Os municípios aqui são como a cidade de Los Angeles, muito flexíveis, e abrangem tudo o que é contável, desde cachorros até bagagem recebida!²⁵

Por isso, os publicitários exploraram endereços em registros de automóveis, lista de filiação a clubes, correntistas de bancos, e donos de propriedades, dados que diziam respeito, sobretudo, às famílias abastadas e de setores ascendentes que residiam em São Paulo e Rio de Janeiro

²² *Ibidem*, p. 3.

²³ *Ibidem*.

²⁴ *Ibidem*, p.25.

²⁵ “We are actively engaged in a media and market study of Brazil. This is a large undertaking as the area of the country is greater than of the United States and Canada combined, and we have no statistics to help us, beyond a population census taken in 1920, which embraces municipalities only. Municipalities here are rather like the City of Los Angeles, very elastic, and they embrace everything countable, from dogs to incoming baggage!” Cf: KENNARD, J. Maxwell. See How We’ve Grown in South America! Buenos Aires and Sao Paulo Send Exciting News. *The News Letter*. v. 11, n.43. set., 1929, p. 3.

(WOODARD, 2002, p.269). Na pesquisa de mercado para a Pondys, esses consumidores se posicionavam entre a “classe A”, de renda superior a 24 contos de réis por ano e a “classe B”, cuja renda variava entre 24 e 12 contos de réis²⁶. Entre os membros da “classe A” estavam os donos de grandes indústrias e casas comerciais, proprietários de terras, sobretudo de plantações de café, e profissionais liberais enriquecidos. Na “classe B”, se encaixavam os comerciários, fazendeiros e profissionais liberais mais modestos e alguns funcionários públicos com cargos altos (WOODARD, 2002, p.271). Abaixo desses setores, ficava a “classe C”, que ganhava entre 5 e 12 contos de réis por ano, e, inferiores a ela, as demais categorias que não eram interessantes para serem mencionadas no relatório.

Pesquisar os leitores de periódicos desta região também ajudou a planejar a distribuição de anúncios conforme o perfil desejado de consumidores. Em São Paulo, destacava-se o jornal *O Estado de S. Paulo*, lido por fazendeiros paulistas e de Minas Gerais e Paraná, e o *Diário de São Paulo*, assinado por moradores da capital. No Rio de Janeiro, o *Correio da Manhã* tinha perfil semelhante ao Estadão, *O Jornal* era lido pela elite intelectual e o *Diário de Notícias*, pela colônia portuguesa²⁷. Entre as revistas, eram importantes *A Careta*, *Eu Sei Tudo*, *Fon Fon*, *Revista da Semana*, *O Cruzeiro* e *Para Todos* no Rio, e a *Revista Feminina* em São Paulo²⁸. Informações desse tipo definiam as técnicas utilizadas na impressão da publicidade, que no caso de *O Estado de S. Paulo*, por exemplo, deveria ser em rotogravura “para assegurar uma boa reprodução” e talvez causar boa impressão entre os leitores refinados²⁹.

1.1.1 A mulher brasileira como consumidora

O público feminino ocupa um papel de destaque entre as pesquisas de mercado da J. W. Thompson. Isso acontecia porque muitos produtos eram oferecidos para serem usados por mulheres, como aconteceu com o creme facial, o fermento em pó e os produtos de limpeza, ou, ainda, porque elas influenciavam na decisão dos seus maridos em caso de compras mais caras, a

²⁶ INVESTIGATION for the face cream market in Brazil. Pond’s Extract Company International, Ltd., jul. 1934, n.p. J. Walter Thompson Company. 16mm Microfilm Investigations, David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library, Duke University.

²⁶ *Ibidem*, p. 3.

²⁷ INVESTIGATION made for Blue Star Line, 1931, p. 9-11. J. Walter Thompson Company. 16mm Microfilm Investigations, David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library, Duke University.

²⁸ REPORT for Lehn & Fink, *op. cit.*, p. 29.

²⁹ INVESTIGATION made for Blue Star Line, *op. cit.*, p. 9.

exemplo das viagens para a Europa. Os relatórios indicam que as consumidoras ideais para as mercadorias importadas eram aquelas que ocupavam o que a J.W.Thompson classificava como a “classe A”: mulheres educadas em francês, que tinham por hábito viajar à Europa duas vezes ao ano e desfrutavam de uma vida social movimentada, frequentando cinemas, teatros, hotéis, clubes, praias e igrejas. Também era objetivo da propaganda atingir as integrantes da chamada “classe B”, que se dedicavam às tarefas domésticas. Segundo Woodard, havia diferenças na abordagem feita a essas consumidoras: para a “classe A” fomentava-se o consumo por meio do incentivo ao lazer, já para a “classe B”, pelo exercício dos papéis de mãe e esposa (WOODARD, 2002, p.270, 275).

Importa, ainda, destacar que as características dos corpos das mulheres brasileiras também foram alvo de interesse das agências publicitárias, bem como os hábitos de cuidado corporal e com a casa. Apesar de não se tratar aqui de um trabalho sobre o mercado de cosméticos e produtos para a higiene do lar, tais relatórios detalham o perfil das consumidoras de “classe A” e “classe B” – se seguirmos a classificação da J.W.Thompson – que tinham condições financeiras suficientes para comprar equipamentos elétricos para a cozinha entre as décadas de 1920 e 1930, informações que se tornam relevantes na análise desenvolvida nos capítulos seguintes.

De maneira geral, os dados produzidos para a Lehn & Fink informam que os cuidados com a pele faziam parte da rotina da população feminina entre as classes nomeadas como “A”, “B” e “C”. Segundo a pesquisa, encontravam-se no Brasil mulheres de cor da pele variada, mas predominantemente “dark-skinned”, ou seja, escura, afirmação que parece contraditória já que o mesmo documento informa que 40% da população brasileira era branca nesta época. A pele “inclinadamente oleosa” ainda é uma característica atribuída à descendência “majoritária” do sul da Europa, o que leva a pensar que a atribuição da cor “escura” pudesse se dar pela exposição ao sol ou miscigenação³⁰. De toda forma, interessa destacar que as mulheres remediadas não eram, na sua maioria, brancas, já que o uso de pó facial da cor “dark”, além do “light”, é relatado pela pesquisa³¹.

Na “classe A”, composta por aquelas de vida social agitada e que não estavam envolvidas na prática do trabalho doméstico, os hábitos de hidratar o rosto e maquiarse ocupavam de dois a três momentos do dia, a depender se houvesse compromisso fora de casa. Elas usavam cremes para

³⁰ REPORT for Lehn & Fink, *op. cit.*, p. 11.

³¹ *Ibidem*, p. 12.

diferentes propósitos, com preferência pelas marcas francesas. Podiam comprar hidratantes, loções de limpeza, adstringentes e produtos para encobrir as rugas. Como maquiagem, usavam pó facial, “rouge” e batom. As unhas e as mãos também eram bem cuidadas. Os cremes, neste caso, eram utilizados depois de lavar as mãos, dirigir automóveis ou para tratar o ressecamento da pele e queimaduras por vento ou sol. Esta classe era a única a desfrutar de tratamentos em salões de beleza, procedimentos que podiam custar de 20 a 100 réis.

O que diferenciava as mulheres da “classe B” das mais abastadas era o tempo dedicado ao cuidado do corpo e a qualidade dos produtos utilizados. A “classe B” hidratava o rosto com apenas um ou dois tipos de creme e também usava maquiagem. No entanto, a atenção dada às mãos é o que se distingue, pois as mulheres de setores médios não são descritas como motoristas de automóveis, mas usavam hidratante após realizar serviços de escritório, lavagem de louças e roupas e atividades de jardinagem. Diferente destas, a “classe C” não foi considerada de interesse para a venda de cosméticos importados. O relatório informava que as mulheres menos remediadas se restringiam à lavagem do rosto com água e sabão, não tratavam das unhas e, quando usavam produtos de higiene, preferiam marcas nacionais ou de fabricação caseira. Relata-se, ainda, que apenas algumas delas realizavam higiene íntima³².

Apesar de os hábitos e a situação financeira das parcelas “A” e “B” da população pesquisada aparentemente propiciarem boas condições para a expansão do mercado de cosméticos e medicamentos entre o público feminino, os publicitários não deixam de diferenciar a mulher estadunidense da brasileira, cujo conservadorismo talvez freasse a adoção de novos valores e ideias:

As mulheres brasileiras não têm ou parecem se importar com a mesma liberdade na vida social que as mulheres dos Estados Unidos, embora as gerações mais jovens estejam conquistando gradualmente mais independência. Em nenhuma verdadeira família brasileira é permitido que uma jovem apareça em público com seu noivo sem acompanhantes.³³

A iniciativa de sondar o que poderia ser adaptado a outras culturas fica evidente em algumas perguntas, como “Existe algo como 'Limpeza de Primavera'? Quando? Com que

³² *Ibidem*, p. 20.

³³ “Brazilian women do not have or seem to care for the same freedom in social life as women in the United States, although the younger generations are gradually achieving more independence. In no true Brazilian family is a girl permitted to appear in public with her fiancé without a chaperons”. Cf: *Ibidem*, p. 5.

frequência?”³⁴ que faz referência ao hábito de limpar a casa após o inverno rigoroso dos países do hemisfério norte. A resposta nega que haja uma “estação” específica para cumprir essa tarefa no Brasil e esclarece que, na verdade, ela acontecia durante todo o ano, uma ou duas vezes por semana. Outros exemplos são questões sobre o que era ou não aceito “na mente das pessoas”: “A ideia de cuidar das unhas é geralmente aceita na mente das pessoas?”³⁵ e “A ideia de usar um creme líquido para as mãos é geralmente aceita? Preferem um creme sólido ou líquido para as mãos? É necessário muito trabalho educacional para transmitir a ideia de um creme líquido?”³⁶. Especialmente nesta última pergunta, parece haver a intenção de decidir qual tipo de divulgação se fazia necessária para introduzir um novo produto ou prática entre as brasileiras.

Tal “esforço educativo” não se limitou à circulação de anúncios instrutivos nas revistas e jornais. Diagnosticou-se que havia certa sensibilidade do público feminino quanto à instrução vinda de profissionais relacionados à saúde e eles podiam contribuir para a difusão de produtos como o desinfetante Lysol. Assim, uma estratégia era enviar materiais publicitários por correio e distribuir amostras para médicos, hospitais e parteiras:

Quanto trabalho educacional seria necessário para divulgar a ideia?

Seria necessário um trabalho educativo considerável para levar a ideia da higiene feminina a todas as classes. A maneira natural seria direcionar esforços desse tipo para médicos, parteiras e enfermeiras.³⁷

Com que recomendação as pessoas usaram o desinfetante que estão usando agora (hospitais, médico etc.)?

Por recomendação de farmacêuticos, médicos, enfermeiros e amigos. As recomendações de médicos e farmacêuticos são mais influentes.³⁸

O mesmo plano podia ser aplicado para os potenciais clientes de produtos alimentícios industrializados fabricados pela Royal Baking and Powder. Na investigação preliminar feita para

³⁴“Is there such a word as ‘Spring Cleaning’? When? How often”. Cf: *Ibidem*, p. 19.

³⁵“Is the idea of caring for the nails generally accepted in the minds of the people?”. *Ibidem*, p. 16.

³⁶“Is the idea of using a liquid cream for the hands generally accepted? Or they prefer a solid or a liquid cream for the hands? Is much educational work necessary to put the idea of a liquid cream across?”. *Ibidem*, p. 15.

³⁷“How much educational work would be necessary to put the idea across? It would be necessary to do considerable educational work in order to put the idea of feminine hygiene across with all classes. The natural way to go about it would be to direct efforts of this sort to doctors, midwives and nurses”. Cf: *Ibidem*, p. 21.

³⁸“On what recommendation did the people use the disinfectant they are now using (hospitals, doctor, etc.)? At the recommendation of druggists, physicians, nurses and friends. The recommendations of doctors and druggists are most influential”. Cf: *Ibidem*, p. 21.

esta empresa, a distribuição de poster e livros de receita da marca se mostrou estratégica. Neste caso, as professoras de cursos culinários deveriam receber atenção especial dos publicitários:

Atenção especial é dada aos Colégios e Escolas onde são ministrados cursos de culinária. As respectivas “Professoras” recebem um livro de receitas para cada aluno e uma carta pessoal da culinária da Companhia, de Nova York. 40% das receitas foram feitas neste país e o livro de receitas como um todo parece atraente, bem impresso e útil. 120.000 foram distribuídos nos últimos meses.³⁹

Como veremos a seguir, é possível observar a continuidade do diagnóstico da J. Walter Thompson nas decisões tomadas pela General Electric em sua atuação no Brasil, quando o uso de refrigeradores elétricos ainda não era comum nas cozinhas paulistanas. Mostraremos também que a exploração de um “discurso profissional”, muitas vezes respaldado pelo aval da medicina, não se limitou à venda de produtos para o corpo e limpeza da casa, estendendo-se à difusão dos eletrodomésticos.

1.2 A indústria de eletrodomésticos no Brasil: o caso da General Electric

A presença da General Electric no Brasil se confunde com a história da industrialização e da eletrificação do país. Ainda no final do século XIX, a empresa exportava maquinários para as estradas de ferro que começavam a ser construídas na região sudeste, mas como não havia plantas de geração de eletricidade e o mercado para produtos elétricos era escasso, as vendas foram intermediadas por um representante. Logo que a expansão da linha ferroviária aumentou as trocas comerciais, foi criada a Companhia General Electric do Brasil, Inc., com sede em Nova Iorque e subsidiária no Rio de Janeiro. Cinco anos mais tarde, em 1919, ela passou a responder à General Electric International Company, que coordenava as ações fora dos Estados Unidos.

Os anos 1920 foram importantes para o estabelecimento da General Electric na economia brasileira e isso aconteceu principalmente após a assinatura do contrato de eletrificação da São Paulo Railway. As atenções voltavam-se para os grandes centros urbanos do Sudeste, onde ficava a Usina Hidrelétrica de Cubatão, inaugurada em 1926, e a Usina de Rio das Pedras, cuja capacidade

³⁹ “Special attention is paid to College and Schools where courses in cooking are given. The respective “Professoras” receive a cook-book for each alumnus and a personal letter from the Company’s culinary expert in New York. 40% of the recipes have been made in this country and the cook-book as a whole looks attractive, is well printed and useful. 120,000 were distributed during the last months”. Cf: PRELIMINARY Report on Royal Baking Powder, s.d., p.2. J. Walter Thompson Company. 16mm Microfilm Investigations, David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library, Duke University.

estava sendo ampliada na época. Ainda assim, a empresa mostrava interesse em todo o território nacional, tendo em vista as potencialidades da extração mineral e da rede fluvial, como demonstra um relatório sobre o Brasil produzido em 1928⁴⁰ e fotografias de algumas hidrelétricas brasileiras⁴¹, documentos que seriam posteriormente enviados à matriz nos Estados Unidos. Por isso, depois de aberto o escritório em São Paulo, em 1917, foram instalados outros no Recife, em 1922, em Belo Horizonte, Porto Alegre e Bahia, em 1926, e no Pará, em 1928⁴².

A inauguração da Fábrica Mazda, em 1921, no Rio de Janeiro, foi certamente o evento mais importante para a presença da General Electric na América do Sul. Nela, começaram a ser produzidas lâmpadas incandescentes em larga escala para abastecimento dos países da região. A intenção era tornar as lâmpadas GE competitivas no mercado, driblando os preços baixos dos concorrentes europeus e as tarifas cobradas para a importação da lâmpada dos Estados Unidos. Logo no início, pretendia-se ampliar a linha de produção incluindo a fabricação de equipamentos elétricos de uso doméstico, tendo em vista a acelerada urbanização de cidades como Rio de Janeiro e São Paulo e a existência ali de setores sociais abastados⁴³. No entanto, esse plano esbarrava no pequeno mercado consumidor, já que boa parte da população brasileira não tinha acesso à luz elétrica. Desta maneira, os aparelhos eram trazidos do hemisfério norte e vendidos nos escritórios locais. Em 1918, já estavam à disposição luminárias em São Paulo e Rio de Janeiro⁴⁴, enquanto o refrigerador GE foi anunciado pela primeira vez nos periódicos 10 anos depois⁴⁵.

Verifica-se a ampliação das atividades da General Electric a partir da década de 1930, o que acompanha o projeto de industrialização e diversificação econômica promovido pelo governo de Getúlio Vargas. O crescimento industrial observado nessa época foi uma das respostas à redução de importações em decorrência da crise de 1929 e estava associado à organização corporativista dos industriários, ao fomento a setores como a siderurgia e a energia elétrica, além

⁴⁰ O relatório “Brazil” foi produzido pela General Electric do Rio de Janeiro e impresso em Nova Iorque. Trata-se de uma publicação encadernada e ilustrada, que fornece um panorama sobre a história e economia do Brasil, dando destaque para o desenvolvimento do setor elétrico. Acompanha o relatório um mapa das hidrelétricas e redes de transmissão de eletricidade da região Sudeste. Cf: GENERAL ELECTRIC. Brazilian Electrical Industry with Special Reference to General Electric, S.A. New York: James F. Newcomb & Co. Inc., 1928, p.37.

⁴¹ Encontra-se no arquivo da General Electric, no Museum of Innovation and Science, 25 fotografias que retratam a construção da Usina Hidrelétrica Edgar de Souza, em Santana do Parnaíba (SP), a Usina Hidrelétrica de Cubatão (SP) e de Rio das Pedras (MG) e a iluminação urbana de ruas da cidade de São Paulo.

⁴² *Ibidem*, p.36-57.

⁴³ *Ibidem*, p.36-57.

⁴⁴ Anúncio da Companhia General Electric do Brasil, Inc. *A Cigarra*, n. 94, 1918, n.p.

⁴⁵ Anúncio de refrigerador General Electric. *Vida Doméstica*, n. 124, jul.1928, n.p.

de uma série de outras políticas governamentais de redução de tarifas e medidas cambiais, que favoreceram a indústria local (LEOPOLDI, 2019). Assim, a Mazda iniciou a produção de transformadores de energia em 1930 e, em 1936, de receptores de rádio. Também foi instalado nessa época o primeiro laboratório de pesquisa de produtos no Brasil, em continuidade às atividades de investigação que historicamente vinham sendo praticadas nos Estados Unidos⁴⁶.

Não é por acaso que, em 28 de abril de 1936, o presidente Getúlio Vargas foi fotografado no Rio de Janeiro conversando por telefone com sua esposa enquanto ela visitava a fábrica da General Electric em Schenectady (Nova Iorque) (figura 1). Na ocasião, Darcy Vargas estava acompanhada da filha, Alzira, e do embaixador brasileiro nos Estados Unidos, Oswaldo Aranha e sua família (figura 2). A transmissão da ligação foi realizada por rádio a partir da “House of Magic”, um espaço onde a GE promovia apresentações de seus produtos, muitas vezes relacionando o uso da eletricidade à magia. De Petrópolis, Vargas ouviu sua esposa através do modelo de rádio da GE K-80 que ficava no seu escritório. Essa cena foi publicada posteriormente com o título “Are you there, Brazil?” na revista corporativa *The Monogram*⁴⁷, para tratar das relações internacionais que a empresa vinha estabelecendo naquele ano.

⁴⁶ GEIGER, Theodore. *The General Electric Company in Brazil*. S.l.: National Planning Association, 1961, p.40. Disponível em: < <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015031344685&view=1up&seq=4>>.

⁴⁷ ARE YOU THERE, BRAZIL?. *The Monogram*. jun.1936, p.7.



Figura 1. “Presidente G. Vargas do Brasil falando de Petrópolis, Brasil, por meio de um telefone transoceânico com a Sra. Vargas em Schenectady, N.Y.”. 27.abr.1936. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).



Figura 2. “Convidados brasileiros com os anfitriões da General Electric Internacional no estúdio da estação de transmissão de ondas curtas W2XAF da GE em Schenectady, N.Y.”. 27.abr.1936. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA)

A escolha da transmissão radiofônica nessa visita é simbólica porque foi durante a presidência de Vargas que o rádio, um dos principais carros-chefes da GE, ganhou popularidade no Brasil⁴⁸. Junto com o rádio, a empresa vinha importando, desde 1928, refrigeradores, fogões, aspiradores de pó, enceradeiras, máquinas de lavar roupa, máquinas de lavar louça, e outros eletrodomésticos portáteis, como ventiladores, fogareiros, torradeiras e cafeteiras, como pode ser

⁴⁸ O rádio foi apresentado ao Brasil na Exposição do Centenário da Independência em 1922, quando foi transmitido o discurso do presidente Epitácio Pessoa e a ópera O Guarani, de Carlos Gomes. Nos anos 1930, regulamentam-se o funcionamento de emissoras de rádio e de mensagens comerciais, que passaram a ser a sua principal fonte dos recursos. Em 1933 e 1935, respectivamente, chegam ao Brasil as agências de publicidade Standart e McCann-Erickson, que usaram o rádio como principal meio de divulgação publicitária (OLIVEIRA, 2019, p. 342; DE FARIAS, 2006, p. 46).

observado nas fotografias do interior das lojas da avenida Rio Branco (Rio de Janeiro) (figuras 3 e 4) e da rua Líbero Badaró (São Paulo) (figura 5 e 6). Esse fluxo de mercadorias foi reduzido a partir de 1933, quando o governo brasileiro adotou uma política de controle da balança comercial, que durou até a eleição do General Eurico Gaspar Dutra, em 1945 (LEOPOLDI, 2019, p. 240).



Figura 3. “Eletrodomésticos na vitrine da loja da General Electric S.A., Avenida Rio Branco, n.114, Rio de Janeiro, Brasil”. 14.mai.1935. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).



Figura 4. “Eletrodomésticos em showroom na loja da General Electric S.A., Rio de Janeiro, Brasil”. 14.mai.1935. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).



Figura 5. Vitrine de ventiladores na loja da General Electric em São Paulo. 3.mar.1932. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).



Figura 6. Eletrodomésticos em exposição na loja da General Electric em São Paulo. 3.mar.1932. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Mais tarde, a redução das importações estimulou o estabelecimento de outros nomes no ramo dos eletrodomésticos. Assim como a General Electric e a General Motors, a Phillips, que havia chegado ao Brasil em 1924 vendendo lâmpadas elétricas, montou sua primeira fábrica nos anos 1940, onde produzia aparelhos de rádios. No ramo de equipamentos para cozinha, foi fundada a Eletro-indústria Walita S.A. e a Arno, que começaram a atuar vendendo liquidificadores e, depois, desenvolvendo outros aparelhos portáteis, a Indústrias Pereira Lopes Ltda., fabricante do refrigerador Climax, e a Indústria Brasileira de Embalagens (IBESA), do Gelomatic (BRITO, REIS, 2001, p. 45-111; BRITO, 2003, p.329-336;).

Após o fim da Segunda Guerra Mundial e o término das limitações à produção de equipamentos de guerra nas fábricas dos EUA, a General Electric e a General Motors embarcaram

em uma etapa de crescimento global do seu capital. No contexto brasileiro, a abordagem desenvolvimentista adotada nos anos 1950 incentivou o investimento estrangeiro no setor industrial de bens duráveis. Esse movimento beneficiou o crescimento da produção de eletrodomésticos no país. Em 1951, a fábrica de Santo André (SP) lançou os primeiros refrigeradores, ferros elétricos e máquinas de waffles da GE⁴⁹ produzidos nacionalmente. Depois da guerra, a GM expandiu também a linha Frigidaire. Além disso, novos competidores como Consul e Brastemp surgiram no mercado de refrigeradores.

1.2.1 Difusão de um modelo publicitário

Desde a invenção da lâmpada elétrica por Thomas Edison, a pesquisa científica e a utilização de novas tecnologias faziam parte da maneira como a General Electric operava e com a publicidade não foi diferente. Em 1892, a empresa instalou na fábrica em Schenectady (Nova Iorque, EUA) um estúdio fotográfico, que transformou a maneira de representar os produtos industriais e domésticos. A fotografia era vista pela GE como mais realista e, quando impressa nos catálogos, publicações e anúncios, poderia ajudar a familiarizar o consumidor com o produto. Assim que foi desenvolvida a técnica capaz de reproduzir imagens junto a textos, a General Electric foi uma das primeiras empresas estadunidenses a explorar o recurso⁵⁰.

No início, eram produzidos cerca de 30 negativos de vidro por mês, impressos por meio da luz solar. Depois dos anos 1900, a frequência chegou a 10.000 itens anuais. Apesar de não se precisar quantas imagens eram reproduzidas a partir de cada matriz, sabe-se que, ao menos em 1923, 13.000 negativos originaram cerca de 1,3 milhão de impressões. Esse número cresceu com a incorporação de novas tecnologias. Em 1920, por exemplo, foi adquirida uma impressora de papéis *blueprint*, que imprimia imagens de baixa qualidade em papéis mais baratos e com pouca durabilidade, usados normalmente na fabricação de catálogos. Fazendo uso dela, apenas um funcionário chegava a gerar 660.000 impressões por ano (NYE, 1985, p. 34-37).

Em 1897, o estúdio fotográfico foi incorporado a um setor que depois viria a se consolidar como departamento de publicidade da empresa. Ali, eram fabricados diversos materiais, como

⁴⁹ GEIGER, Theodore. *Ibidem*, p. 41.

⁵⁰ Segundo David Nye, a técnica *halftone* (conhecida como *retícula* no Brasil) foi utilizada pela Ford Motor Company, U.S. Steel, International Harvester e Goodyear Rubber Company apenas em 1915 (NYE, 1985, p. 33).

posters, calendários, cartões, filmes, brochuras, panfletos e slides. Desde a sua fundação, era prática da General Electric a publicação de periódicos destinados à circulação interna: *GE News* para os técnicos, *Works News* para os operários, *The Monogram* para os administradores, e *Digest* para escritórios internacionais. Cada uma dessas revistas exigia um repertório fotográfico específico. Por isso, se no começo da história da empresa era mais comum que o foco fosse a fotografia dos produtos em fundo branco, a partir do século XX, passaram a ser fotografados também ambientes internos das fábricas, trabalhadores e escritórios ao redor do mundo.

Por volta da década de 1920, a expansão da rede elétrica nos Estados Unidos tornou especialmente vantajosa a publicidade de eletrodomésticos e lâmpadas. Diferente das estáticas máquinas industriais, as fotografias desses aparelhos domésticos exploraram cenas e poses artísticas envolvendo muito mais mulheres que homens. Mulheres brancas, jovens e magras, vestidas com roupas da moda, usavam os objetos em cenários arranjados para se parecerem com ambientes da casa. Como o leque de utensílios movidos à eletricidade ainda era limitado nessa época, as imagens retratavam apenas ventiladores, ferros de passar roupa e alguns equipamentos para a sala de jantar, como cafeteiras e torradeiras. No contraste entre o preto e o branco característico da técnica, usava-se o efeito da claridade produzida pela luz elétrica para destacar os produtos.

A partir da análise de uma série de fotografias, o historiador David Nye observa que o conforto era o principal apelo da General Electric na produção desse tipo de material publicitário. Nelas, mulheres são retratadas desfrutando de momentos de descanso, como acontece com a jovem da figura 7, sentada na poltrona enquanto aproveita a brisa do ventilador. Nas figuras 8, 9, 10 e 11, elas executam alguma ação facilitada pela eletricidade, como a escrita de uma carta, a leitura de um livro a recepção de uma amiga para o chá ou a maquiagem em frente à penteadeira. Mesmo quando a modelo realiza alguma tarefa doméstica, não há nenhum sinal de cansaço (figuras 12 e 13).

Tais imagens forneciam atraentes paisagens de mudança, espaços interiores desejáveis não apenas pela novidade, mas pelo seu conforto. Para apelar desta forma, tornou-se desnecessário reproduzir um ambiente inteiro; um canto sugerindo um certo estilo de vida era suficiente. O aparente realismo na verdade abstraía um ou dois elementos e permitia que representassem um todo maior na imaginação do espectador. A atraente jovem em seu elegante avental pode estar trabalhando, mas ela mostra um relaxamento sereno. Ela pode ser a empregada de

uma casa de classe alta ou uma dona de casa de classe média. Ela pode ser a filha ou a jovem noiva. Dadas as limitações do cenário, o espectador é livre para fazer uma conexão adequada às circunstâncias pessoais (NYE, 1985, p.123).⁵¹

Observa-se no texto acima como tais mulheres se faziam representar como modelos universais, ainda que tais cenas mobilizassem itens decorativos, vestimentas e posturas que identificavam o estrato social a que pertenciam. A presença do livro e do ato da escrita também funcionavam como marcadores sociais. É curioso observar que em cenas como a da figura 7, o livro está presente mesmo quando não é utilizado. Em outras séries fotográficas, a recepção de convidados em cômodos requintados mostra hábitos característicos dos setores abastados e médios dos Estados Unidos, mas que podiam estar também em palacetes paulistas. Nas figuras 14 e 15 vemos como se dava a transposição da fotografia de estúdio para materiais de divulgação impressos. Nesse caso, o encontro entre o homem e a mulher ilustrou um panfleto de ventiladores, mas que podia servir perfeitamente para a promoção de lâmpadas e torradeiras elétricas. Isso acontece porque o que está em evidência não é apenas a brisa refrescante produzidas pelas hastes do aparelho, mas a sensação de conforto que a imagem tenta transmitir.

⁵¹ “Such images provided appealing landscapes of change, interior spaces desirable not only for the novelty but for their comfort. To appeal in this way it proved unnecessary to reproduce an entire environment; a corner suggesting a certain style of living was sufficient. The apparent realism actually abstracted one or two elements and allowed them to stand for a larger whole in the viewer’s imagination. The fetching young woman in her neat apron may be working, but the projects serene relaxation. She could be the maid in a n upper-class home or a middle-class housewife. She may be the daughter or the young bride. Given the limitations of the setting, the viewer is free to make an appropriate connection suited to personal circumstances”.



Figura 7. Fotografia publicitária de ventilador elétrico da General Electric, [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).



Figura 8. Fotografia publicitária de lâmpada elétrica da General Electric, [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).



Figura 9. Fotografia publicitária de lâmpada elétrica da General Electric, [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).



Figura 10. Fotografia publicitária de lâmpada elétrica da General Electric, [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).



Figura 11. Fotografia publicitária de torradeira e bule elétrico da General Electric, [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).



Figura 12. Fotografia publicitária de ferro de passar roupa elétrico da General Electric. [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).



Figura 13. Fotografia publicitária de fogão elétrico da General Electric, [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).



Figura 14. Fotografia publicitária de lâmpada elétrica da General Electric, [1910-1929]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

**ALTERNATING AND DIRECT CURRENT
32-INCH CEILING TYPE**

Cat. No.	Cycles	Volts	R.P.M. Fast Speed	Watts Fast Speed
ALTERNATING CURRENT				
146230	25	110	300	85
146231	40	120	350	85
146236	60	110	350	85
146237	60	220	350	85
DIRECT CURRENT				
146210	..	110	400	75
146211	..	220	400	75

A.C. fans are arranged for two speeds with suitable control switch.
D.C. fans are arranged for single speed and are furnished without control switch.

**ALTERNATING AND DIRECT CURRENT
CEILING TYPE**

ALTERNATING CURRENT

Cat. No. Three-Speed	Cycles	Volts	R.P.M. Fast Speed	Watts Fast Speed
62364	25	110	200	145
62365	40	120	225	145
44986	60	110	225	145
44987	60	220	225	145

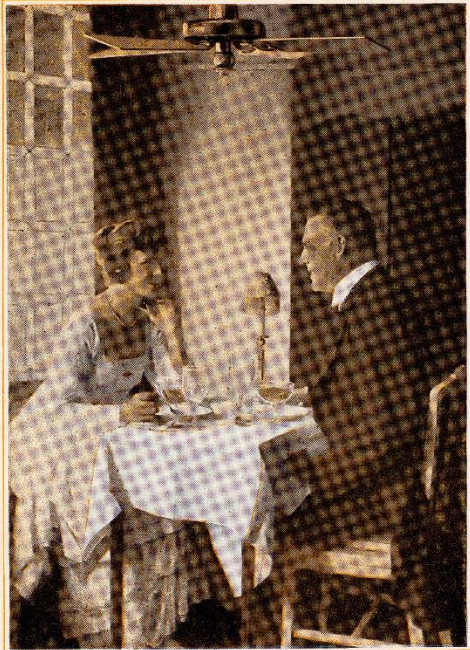
25-, 40- and 60-cycle fans have 52-inch blades. All 50-cycle fans have 56-inch blades.
SPEEDS—These motors are furnished with four-point regulating switch which provides three running speeds.

56-INCH DIRECT CURRENT

Cat. No.		Volts	R.P.M. Fast Speed	Watts Fast Speed
177660	Single-Speed	110	200	
177661	Single-Speed	220	200	

These motors are furnished for one speed only but are equipped with starting and stopping switch.
Half-inch plain japanned iron pipe for 32-inch fans and three-quarter-inch plain japanned iron pipe for the larger sizes will be supplied to order at an extra price.
ORNAMENTAL TYPE ceiling fans will no longer be carried as standard.
NOTE.—Ceiling fans are not furnished for frequencies exceeding 60.

Made by the
General Electric Company



GE Ceiling Fans

14547-1X.

B-3418

Figura 15. Folheto para a venda de ventiladores da General Electric, [1910-1929]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Quando a General Electric International Company foi criada, em 1919, ela levou para outros partes do mundo esse mesmo material publicitário com a finalidade de difundir o uso da eletricidade no espaço doméstico. Imagens como a da figura 14 estavam estampadas em panfletos e cartazes dispostos nas lojas da GE no Brasil e de outros países, como África do Sul, Japão, Índia, Filipinas, Colômbia, Argentina, Venezuela, Porto Rico, México, Cuba, Bolívia e Chile. Por isso, encontram-se no acervo do departamento de publicidade exemplares de panfletos em inglês e seus equivalentes traduzidos para o espanhol. As figuras 16 e 17 são da campanha “Home Light and

Power Unit”, que pretendia conquistar o mercado estrangeiro para as lâmpadas da GE e, indiretamente, fomentar a instalação de outras maquinarias elétricas nas casas⁵².

Electrical service in the home is of a
fold nature. It takes over the heavy
performing it more quickly and perfectly
human hands could do, and it also is
of distinction and of comfortable liv

**INTERNATIONAL
GENERAL ELECTRIC COMPANY**
INCORPORATED
SCHENECTADY, N. Y., U. S. A.

*The G-E Home Light and Power Unit
is a portable machine for generating
electric current wherever the service of a
Lighting and Power Company is not
available. It consists of a gas engine
which uses kerosene (paraffin) as fuel, an
electric generator, and a storage battery.
It will supply, at small cost, ample cur-
rent for lighting house and farm build-
ings, for the operation of heating and
labor-saving appliances in the home,
dairy and stables, and for driving frac-
tional horse-power motors in connection
with farm machinery and other industrial
purposes*

A New Servant in the Home

3-7-21 IGE-B-3604

Figura 16. “A New Servant in the Home”. 7.mai.1921. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

⁵² PUBLICITY for G-E home light and power plants. *GE Digest*. v.1, n.2. May-June 1921, p. 29.

El equipo eléctrico en el hogar no sólo ejecuta las labores, sino que las realiza con más rapidez y perfección que la mano del hombre sino también presta distinción y revela un vivir cómodo.

EL EQUIPO ELECTRICO G-E PARA INSTALACIONES DOMESTICAS DE LUZ Y FUERZA es fácilmente transportable y especial para producir corriente eléctrica dondequiera que no se pueda disponer de un servicio público de electricidad. Consta de un motor de combustión interna que funciona con kerosén, un generador eléctrico directamente acoplado y una batería de acumuladores. Mediante un costo relativamente pequeño puede suministrar corriente suficiente para alumbrar la casa de habitación y los edificios anexos de una hacienda o una dehesa; para el funcionamiento de enseres domésticos caloríferos o de los que ahorran labor en el hogar y los establos, y para mover motores pequeños de maquinaria agrícola u otros fines industriales.

Una Nueva Sirvienta Para el Hogar

9-1-21 IGE-SB-3604

Figura 17. “Una Nueva Sirvienta Para el Hogar”. 01.set.1921. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Nos anos 1920, as diretrizes para propagandas como estas partiam da matriz nos Estados Unidos. As dicas eram publicadas na *GE Digest*, que funcionava como uma *newsletter* internacional da empresa, onde circulavam textos e imagens informando sobre os novos produtos da marca e indicando a melhor maneira de vendê-los ao público estrangeiro, como dispor as vitrines e prateleiras e abordar os potenciais consumidores. A revista deixou de ser publicada em 1932, talvez o motivo tenha sido a presença de grandes agências estadunidenses em outros países, como a J.W.Thompson ou a criação de departamentos de publicidade nas sedes internacionais da

GE, como aconteceu no Brasil em 1930, o que teria tornado menos eficiente a produção de material publicitário na sede da corporação.

Apesar disso, o modelo norte-americano não deixou de estar presente nas campanhas no Brasil porque, como vimos anteriormente, os Estados Unidos atuaram na formação do seu mercado publicitário. A história do jornalista Assis Chateaubriand é um exemplo. Alinhado às propostas imperialistas estadunidenses, ele ajudou a formar o departamento de publicidade da GE no Brasil depois de ter sido diretor da agência Service Bureau Incorporated (MAUAD, 2001, p.139). Outro caso é a constituição da empresa brasileira Armando D´Almeida, que foi fundada em 1929 por ex-publicitários da GE. Mais tarde, ela viria a prestar serviços para o Office of the Coordinator of Inter American Affairs (OCIAA), órgão vinculado ao Conselho de Segurança dos Estados Unidos e que foi decisivo para a afirmação da presença norte-americana na América Latina depois da Segunda Guerra Mundial (WOODARD, 2002, p. 287).

Essa continuidade é observada nas imagens produzidas pelas campanhas locais, como as que ilustram o artigo “A electricidade a serviço da casa”, publicado na revista *Light* em maio de 1934 (figuras 18, 19 e 20). Nele, são exibidas fotografias muito semelhantes àquelas produzidas pelo estúdio fotográfico da General Electric do início do século. Não é por acaso que o autor do texto é integrante da “Secção Technica” da GE no Brasil. As imagens apresentam uma mulher jovem, demonstrando a utilização de aparelhos elétricos para a casa e o cuidado com o corpo. O olhar atento à câmera e as poses indicam certa artificialidade para uma cena que deveria parecer cotidiana. Diferente das modelos do cenário vitoriano de Schenectady, a brasileira usa cabelos curtos e roupas despojadas, o roupão e as pantufas se diferem do avental vestido em momentos de trabalho e fazem parecer que ela usa os aparelhos enquanto desfruta de um momento íntimo e de descanso. Vestimenta mais formal é usada apenas quando ela utiliza o telefone ou expõe o refrigerador aberto, como se o mostrasse a alguma visita. Estes elementos atualizam as cenas dos anos 1910, mas não deixam de conduzir o observador a associar o uso de eletrodomésticos à noção de conforto, como se intencionava nas décadas anteriores.

Figura 18. “A electricidade a serviço da casa”. *Revista Light*, São Paulo, mai.1934, p. 16. Acervo da Fundação Energia e Saneamento de São Paulo.

Maio — 1934

16

A ELECTRICIDADE A SERVIÇO DA CASA

ADHEMAR JOBIM
da Secção Technica da General Electric

O ALTAR ONDE SE IMMOLA A BELLEZA

A MULHER, COMO DONA DE CASA, NUMA PAGINA DE GERHARD D'AMYNTOR

Gerhard d'Amyntor, escriptor allemão, fixou, num livro a que chamou "Notas a juntar ao livro da vida", uma observação profunda e immensamente verdadeira sobre a condição da mulher. Diz elle:

"E' nos trabalhos diarios que a mãe de familia perde o seu frescor e a sua força e se consome até a medula dos ossos. A eterna resposta á pergunta: "Que vamos comer hoje?", a incessante necessidade de dirigir os trabalhos domesticos, de ver a roupa passada, são a gota d'agua cuja queda constante acaba por destruir, lenta mas inevitavelmente, o espirito e o corpo. E' diante do fogão da cosinha que, por um trabalho vulgar de magia, a pequenina criatura branca e rosada, de riso cristalino, se transforma em uma mumia escura e triste. Sobre o altar fumacento onde ferve a panella são sacrificadas, a um só tempo, mocidade, liberdade, belleza e alegria."

Essa é a pagina sentida e verdadeira de Gerhard d'Amyntor. E ninguem pode deixar, ao ler o que vae nisso de real, de pensar que elle não diz, falando embora com a sinceridade com que fala, metade do martyrio constante a que sempre esteve sujeita a mulher, como dona de casa, presa ao fogão, gastando os olhos, à noite, á claridade da luz pobre...

Mas Gerhard d'Amyntor, que viveu nos ultimos dias do seculo passado, talvez não escrevesse a sua pagina lapidar se vivesse na quadrã presente. Porque, hoje, o lar pode deixar de ser um lugar de sacrificio para a dona de casa. Com os recursos que a electricidade facilita, com o conforto que tambem proporciona um fogão a gaz, o interior domestico, na nossa época, bem pode chegar a ser um paraíso.

A despeito disso, porém, ainda muitos homens existem que precisariam ler as palavras de d'Amyntor...

HOJE em dia, nas casas modernas, uma insignificante pressão de um dedo apenas faz jorrar a luz, inundando um quarto com intensidade uniforme e bem distribuida, graças ao emprego de apparatus apropriados para uma illuminação perfeita.

A manobra de um simples interruptor movimenta uma machina accionada por motor electrico, realisando as mais penosas tarefas, taes como: lavar e engommar a roupa, cozer, lavar os pratos, varrer e encerar os assoalhos, emfim, auxiliando a dona de casa em todos os multiplas mistéres de suas atribuladas funções.

Gradativamente, modernizou-se o lar todo por inteiro, e até mesmo a cozinha soffreu influencias magicas da **Electricidade**.

Desde o Refrigerador Electrico, que conserva os alimentos, defendendo a saúde, o Radio, que educa divertindo, o Fogão que cozinha electricamente com perfeição, limpeza e rapidez, o Ventilador,

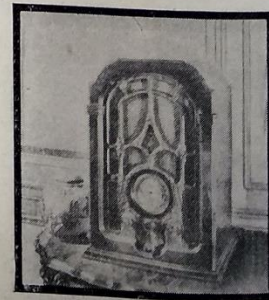
que circula e renova o ar ambiente para o conforto dos que trabalham, o Relogio Electrico, que marca com precisão absoluta os minutos e segundos, até uma variedade grande de pequenos Apparelhos de Uso Domestico, todo esse conjunto de elementos indispensaveis á vida actual — é nada mais nada menos do que a "Electricidade a Serviço da Casa".

Como dispensar o valioso concurso da **Electricidade**, esse gigante intangivel, capaz de um trabalho ininterrupto e constante, e, no entanto, tão docil e obediente á nossa vontade, sujeito ao comando de um simples interruptor?

Não é o Refrigerador Electrico, automatico, absolutamente silencioso, um exemplo maravilhoso do auxilio inestimavel da **Electricidade** no lar? O seu cyclo de operação é muito simples, e o cliché junto apresenta um typo moderno de uma machina bastante conhecida, composta de 4 partes principaes, a saber: o compressor, a valvula de boia, o condensador e o evaporisador. Quando é feita a ligação e o motor parte, a bomba do compressor começa a aspirar o gaz do evaporisador, atra-



Um moderno refrigerador electrico



O aparelho de radio que nos põe em contacto com o mundo inteiro.

Figura 19. "A electricidade a serviço da casa". *Revista Light*, São Paulo, mai.1934, p. 17. Acervo da Fundação Energia e Saneamento de São Paulo.

Maio — 1934

17

Light



A machi-
na de
costura
electrica
e
portatil



A electri-
cidade
torna
suave o
penoso
trabalho
de
encerrar
a casa

vés a linha de sucção. Isso reduz a pressão sobre o agente frigorífico, em estado liquido, e o faz evaporar. Mudando-se o estado de liquido para gazoso, dá-se, immediatamente, a absorção do calor existente no Refrigerador, e a função restante do maquinismo é tornar a liquefazer esse vapor, enviando-o novamente ao evaporizador. A bomba, aspirando o vapor do evaporizador, comprime-o dentro da caixa de aço que o envolve, e, daí, o refrigerante uma vez comprimido, é conduzido à serpentina do condensador, resfriando-se e liquefazendo-se. O liquido é, então, drenado na câmara do fluctuador

ou da boia, e quando se accumula uma quantidade sufficiente opéra a boia e a valvula se abre, permitindo que uma porção desse liquido desça, entrando no evaporizador, completando assim, o cyclo de operação.

Nada mais simples e eficiente, portanto, do que o funcionamento de um Refrigerador Electrico, como esse, cujas partes são lubrificadas, automaticamente, e que não requer a minima attenção e cuidado da dona de casa.

—:—

Não é, igualmente, o Radio, outra maravilhosa applicação dos

principios da **Electricidade** em beneficio do lar?

Temos, em outro clichê, um typo moderno de Apparelho de Radio, um dos muitos lançados ultimamente no mercado, e que por sua selectividade, alcance e facilidade de manejo adquiriu uma enorme popularidade.

Com o advento das ondas curtas, o Radio approxima distancias e conseguimos todas as grandes

Captaes ao nosso alcance, graças a um simples movimento no control do aparelho. E' incontesteavelmente, o Radio, o maior agente educacional do seculo presente, e, principalmente, num Paiz vasto como o Brasil. Só por seu intermedio, poderemos conseguir um conhecimento immediato de todas as noticias mundiaes, nos pontos mais afastados das grandes Cidades.



... e em dois tempos as torradas ficam promptas...



... as delicias de um ventilador...

Figura 20. "A electricidade a serviço da casa". *Revista Light*, São Paulo, mai.1934, p. 17. Acervo da Fundação Energia e Saneamento de São Paulo.

Light 18 Maio — 1934

... E AINDA SERÁ PRECISO FAZER O ELOGIO DO TELEPHONE COM AS EXTENSÕES PARA AS PEÇAS DE UMA CASA?

... E COMO É FACIL FRISAR OS CABELLOS.

com facilidade permitirá ao leitor verificar o consumo annual dos utensilios mais comuns e cujo valor é indiscutivel para o conforto do lar moderno.

Será apenas sufficiente multiplicar a taxa do kilowatt-hora actual pelo valor do consumo annual do aparelho para se comprehender que a **Electricidade** é ainda o agente mais economico e perfeito na realisação da uma série de operações necessarias e indispensaveis na vida actual.

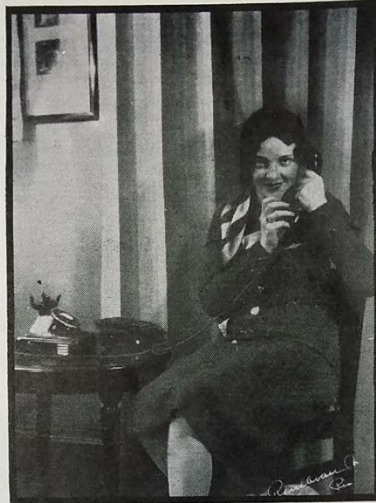
UMA TABELLA INTERESSANTE E UTIL

APPARELHOS	Consumo médio em watts	Numero de horas de uso annual	Consumo annual em K. W. H.
Lamparinas electricas "ALL-NITE-LITES"	3	3650	10,95
Frizadores de cabelo	20	24	0,48
Motor para Victrola	50	20	1
Tungar (appar. carregar acumuladores)	50	288	14,4
Seccadores de cabelo	50	24	1,2
Vibradores para massagem	50	20	1
Ventiladores	50	1000	50
Almofadas de aquecimento	50	15	0,75
Motors para machina de costura	60	340	20,4
Aspiradores de pó	160	130	20,8
Machinas para lavar roupa	270	150	40,5
Bombas Dayton para agua	300	100	30
Refrigeradores	300	2190	657
Machina para lavar pratos	350	360	126
Cafeteiras	450	100	45
Aquecedores de imersão	450	50	22,5
Torradores de pão	500	70	35
Ferrós de engommar	500	280	140
Grelhas	600	60	36
Rádios	200	720	142
Ferro para "Waffles"	600	50	30
Fornos	600	50	30
Machinas para lustrar assoalhos	630	150	94,5
Fogareiros	1000	100	100

Não são o Ventilador e o Relógio Electrico objectos de adorno e utilidade pratica, que tornam o ambiente do lar, confortavel e atrahente?

Poderiamos, successivamente, nos estendermos sobre os diversos Apparehos Domesticos que contribuem, efficientemente, para a realisação de todos os serviços domesticos, sem o minimo esforço pessoal de trabalho; no entanto, limitar-nos-emos a demonstrar que não é tão elevado como geralmente se julga — o consumo de energia dos apparehos Electricos, a serviço da casa.

Vejamos, abaixo, uma tabella interessante, que



A machina de lavar pratos

O modelo disseminado a partir dos Estados Unidos não se limitou à circulação de imagens, mas envolveu também uma diversidade de estratégias publicitárias colocada em prática em São Paulo. Algumas delas serão exploradas a seguir.

1.2.2 Manuais de instrução e receituários

Ao adquirir um refrigerador nos anos 1930, a consumidora brasileira recebia um prospecto, onde encontrava sugestões de receitas para serem feitas usando o seu novo eletrodoméstico. Além disso, apresentavam-se ali instruções sobre como utilizar o equipamento e preservá-lo por mais tempo. Apesar de assumir aparentemente um caráter funcional, estes livretos tinham forte apelo publicitário, pois se notava a presença de textos que tentavam convencer a leitora sobre as qualidades do produto recém-adquirido e da marca à qual ele pertencia. Para isso, os argumentos justificavam a compra, associando o objeto à economia de tempo, esforço e dinheiro; materiais e mecanismos recebiam adjetivos que enalteciam as qualidades das mercadorias. Como nesta época a eletricidade era pouco difundida e o refrigerador talvez fosse um dos primeiros aparelhos elétricos da casa, o prospecto trazia referências a outros eletrodomésticos, funcionando como um catálogo que promovia produtos do mesmo fabricante.

A impressão em papel de gramatura alta, a técnica de encadernação, a utilização de duas ou mais cores e a ampla exploração das ilustrações indicam um investimento financeiro considerável na produção de um material esteticamente atrativo e de grande durabilidade, aspectos que reafirmam a hipótese de que os prospectos tinham fins propagandísticos e não apenas utilitários. Apesar de terem sido publicados em São Paulo e Rio de Janeiro, eles foram concebidos nos Estados Unidos no que diz respeito à forma, conteúdo e técnica de impressão, como é possível constatar ao compararmos alguns exemplares que circularam nos dois países. Observa-se nas figuras 21 a 34 que a equivalência entre textos, imagens, características físicas e composição visual demonstram a circulação de ideias e tecnologias estadunidenses no meio publicitário brasileiro da época, e a General Electric teve um papel fundamental nessa disseminação.

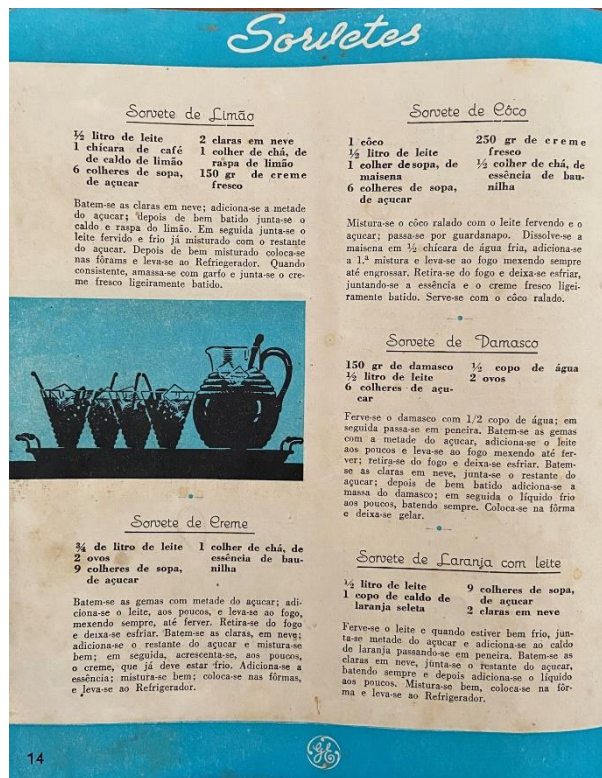


Figura 21. Manual de instruções de refrigerador da General Electric publicado em São Paulo (Brasil), [1942-1943], p. 14-15. Coleção particular.

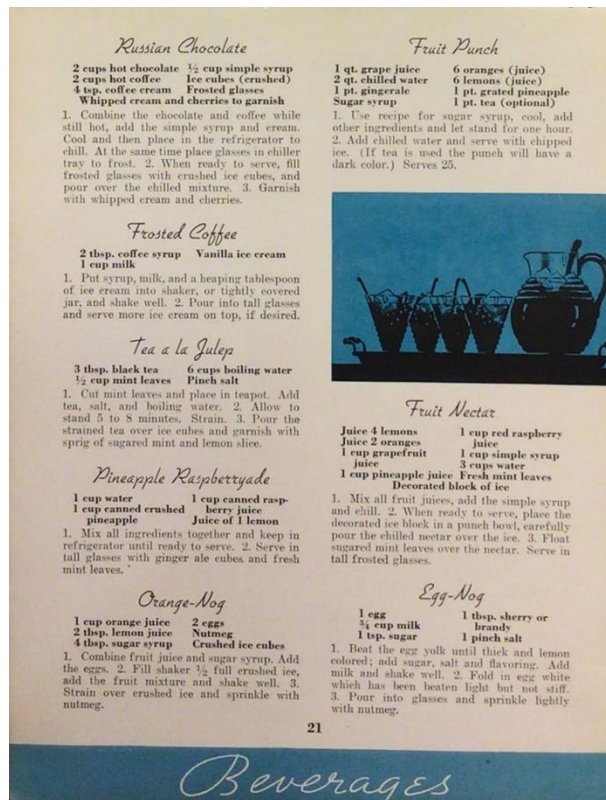


Figura 22. Manual de instruções de refrigerador da General Electric publicado nos Estados Unidos, 1937, p. 21. Acervo da David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library (Duke University, Durham, NC, EUA)

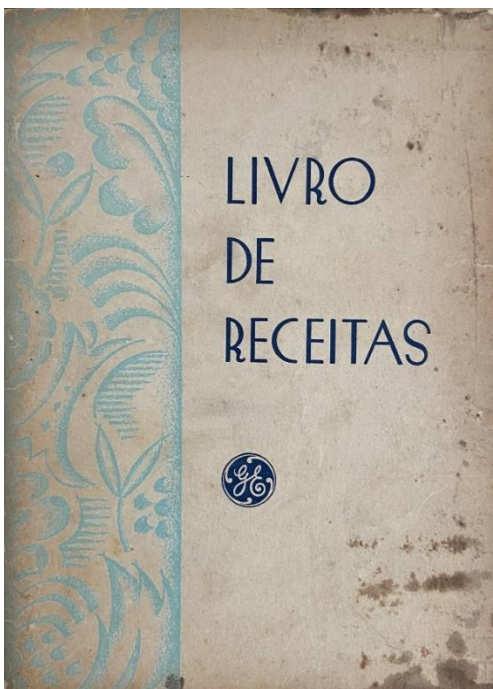


Figura 23. Manual de instruções de refrigerador General Electric publicado em São Paulo, 1932, capa. Coleção particular.

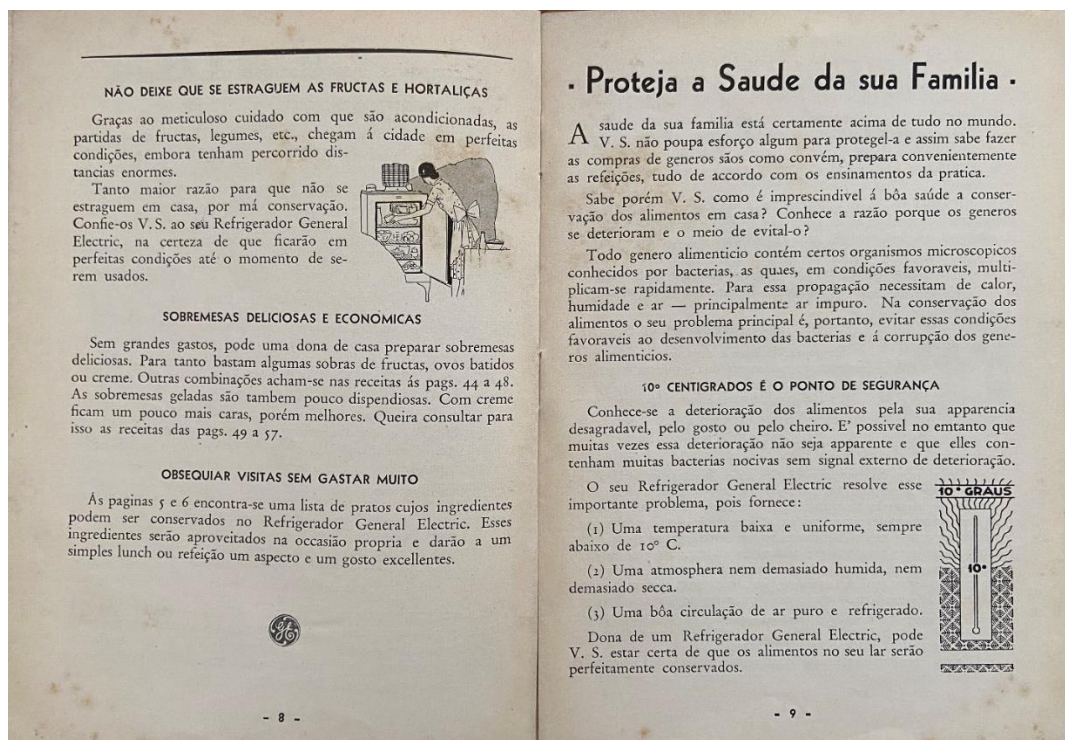


Figura 24. Manual de instruções de refrigerador General Electric publicado em São Paulo, 1932, p.8-9. Coleção particular.



Figura 25. Manual de instruções de refrigerador General Electric publicado em São Paulo, 1932, p.43. Coleção particular.

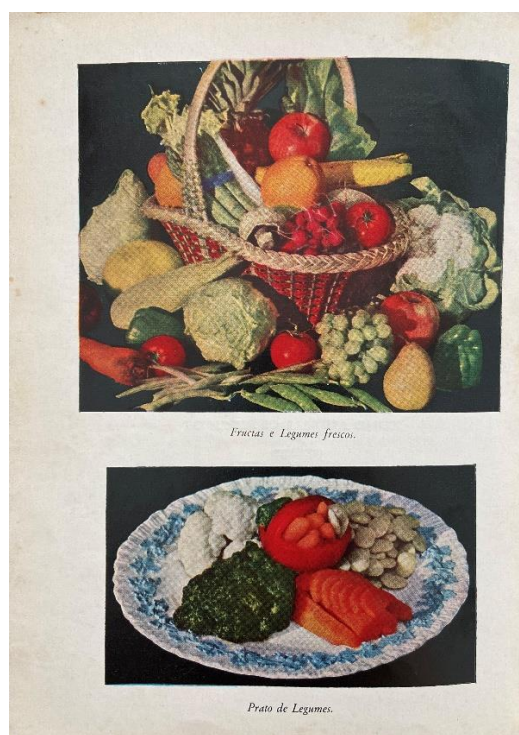


Figura 26. Manual de instruções de refrigerador General Electric publicado em São Paulo, 1932, p.14. Coleção particular.

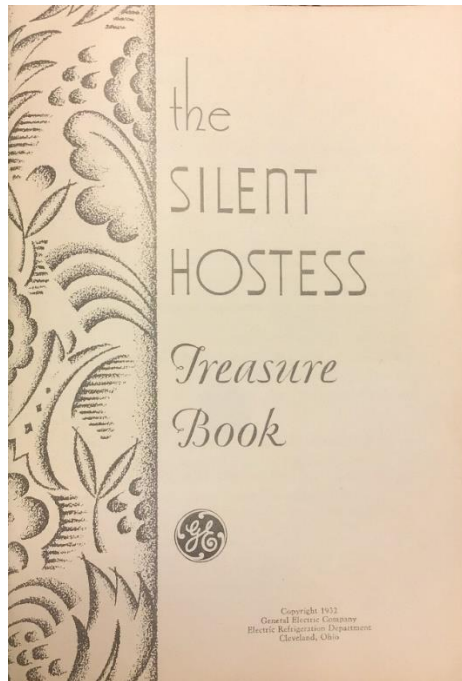


Figura 27. Manual de instruções de refrigerador General Electric, “The Silent Hostess”, publicado nos Estados Unidos, 1932, capa. Acervo da David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library (Duke University, Durham, NC, EUA).

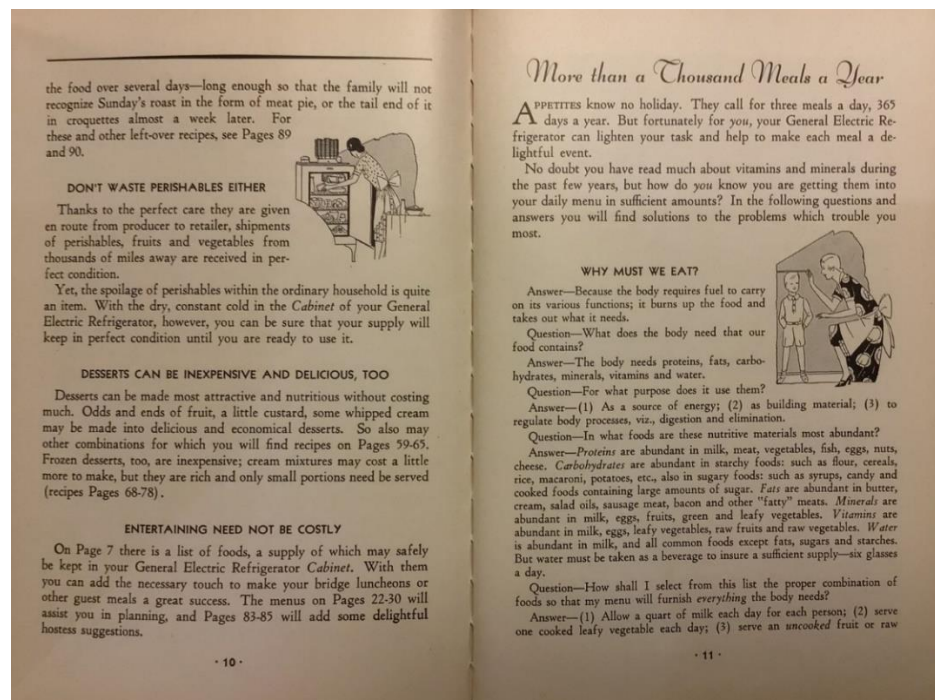


Figura 28. Manual de instruções de refrigerador General Electric, “The Silent Hostess”, publicado nos Estados Unidos, 1932, p.10-11. Acervo da David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library (Duke University, Durham, NC, EUA).



Figura 29. Manual de instruções de refrigerador General Electric, “The Silent Hostess”, publicado nos Estados Unidos, 1932, n.p. Acervo da David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library (Duke University, Durham, NC, EUA).

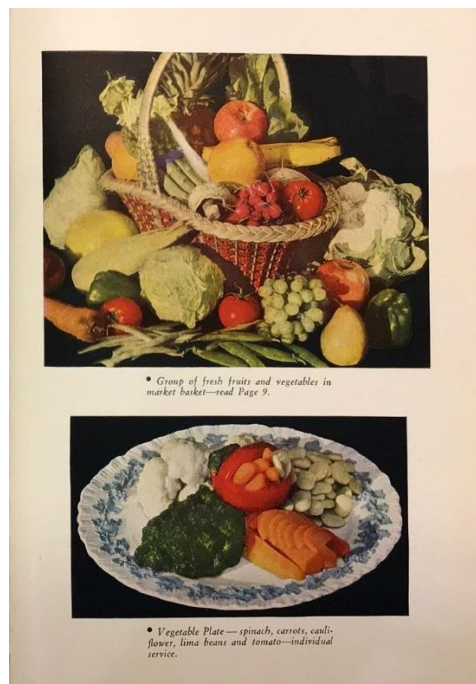


Figura 30. Manual de instruções de refrigerador General Electric, “The Silent Hostess”, publicado nos Estados Unidos, 1932, capa. Acervo da David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library (Duke University, Durham, NC, EUA).



Figura 31. Manual de instruções de refrigerador da fabricante General Electric publicado em São Paulo, 1936, capa. Coleção particular.



Figura 32. Manual de instruções de refrigerador da fabricante General Electric publicado em São Paulo, 1936, p.2-3. Coleção particular.

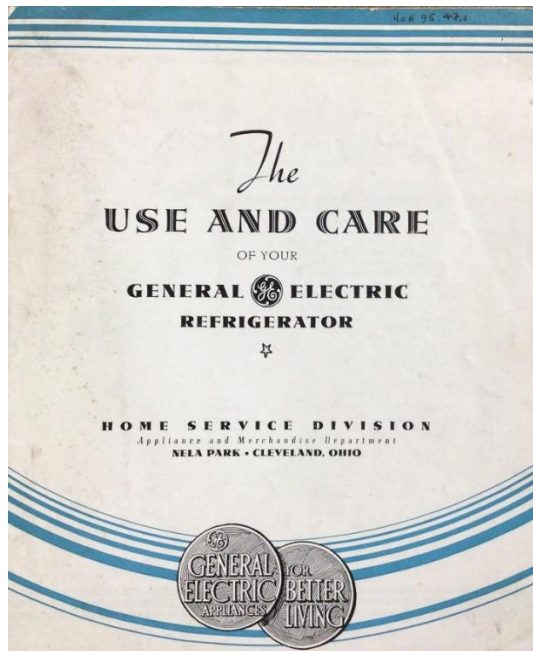


Figura 33. Manual de instruções de refrigerador General Electric publicado nos Estado Unidos. s.d.Acervo da David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library (Duke University, Durham, NC, EUA).

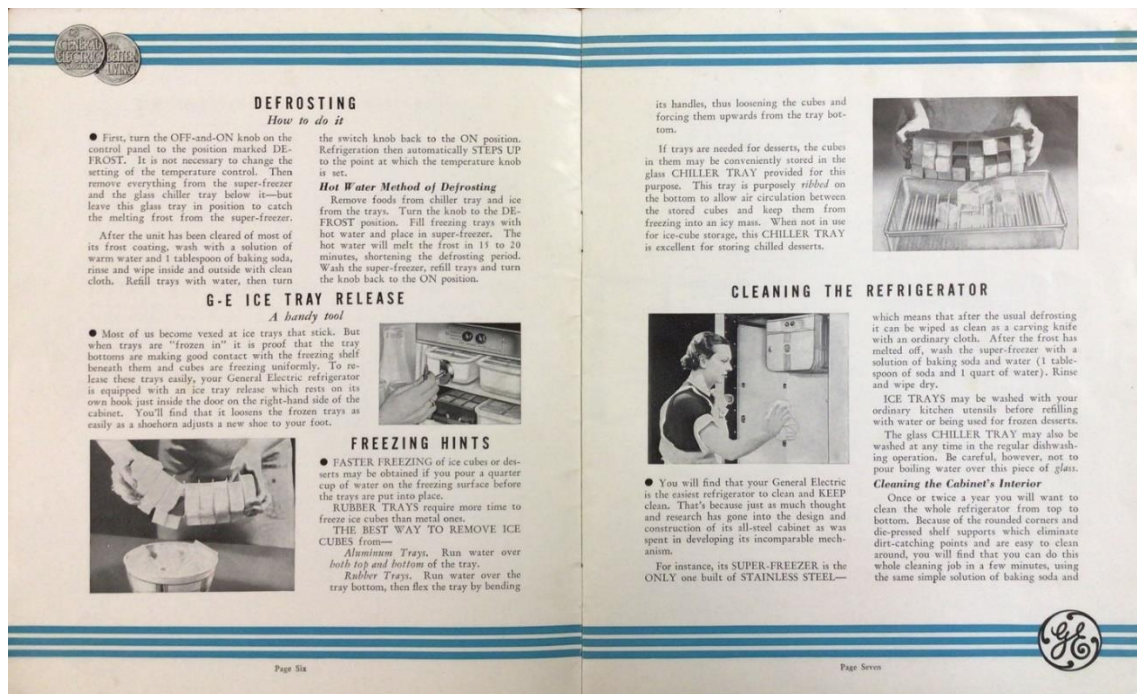


Figura 34. Manual de instruções de refrigerador General Electric publicado nos Estado Unidos. s.d.Acervo da David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library (Duke University, Durham, NC, EUA).

Como vem mostrando Paula Caldo (2016, 2017) em seus estudos sobre a realidade doméstica na Argentina, esses manuais de instruções de eletrodomésticos e os receituários produzidos pela indústria alimentícia foram agentes na construção de uma “cozinha de marcas”, relegando a transmissão tradicional do saber culinário à publicidade. Esse processo também aconteceu no Brasil, como mostra Maria Eugênia Ferreira Gomes (2022). Ao supor que as brasileiras estivessem convencidas de comprar os eletrodomésticos a partir dos mesmos argumentos que as mulheres da América do Norte, vê-se que há a importação para o Brasil de modelos de propaganda, visualidade, consumo, espaço doméstico e configuração de família baseados na sociedade estadunidense. A análise da série de prospectos mostra que houve alterações no conteúdo dos documentos apenas em alguns casos, sugerindo que a “cozinha moderna” estadunidense pudesse ser facilmente interpretada em outros contextos. Em 1942, acrescentou-se uma seção sobre a fábrica da General Electric no Rio de Janeiro. Em 1936, uma imagem de cozinha tipicamente americana ilustrou um texto sobre as vantagens da cozinha repleta de aparelhos elétricos: comparada à sala de estar, ela é apresentada como “simples, econômica, limpa, salubre e moderna” (figura 35).

O único esforço significativo de adaptação do conteúdo pode ser visto na alteração das receitas. Apesar de a maioria delas ter sido mantida nos prospectos aqui publicados – o que mostra o papel da indústria de eletrodomésticos na difusão da culinária e dos hábitos alimentares norte-americanos –, alguns termos, procedimentos e ingredientes foram modificados para aproximar a propaganda do cotidiano das cozinhas brasileiras. Na receita de “Chicken Pie”, por exemplo, a referência à “torta” é adaptada para “Pastelão de Gallinha”, um termo que, na verdade, é comum na culinária de Portugal e, no Brasil, seria mais conhecida como empadão de galinha ou empadão goiano. Na tradução da receita para o português, omite-se a temperatura ideal do forno enquanto nos Estados Unidos aconselha-se aquecer a 400 Fahrenheit. A indicação de apenas “tostar no forno quente” certamente facilitou a leitura das cozinheiras brasileiras que não tinham à sua disposição um termômetro como aquele que acompanhava os aparelhos elétricos e a gás, podendo-se com isso inferir que a publicidade tentava se comunicar com mulheres habituadas a utilizar fornos a lenha ou a carvão. Outro caso curioso a ser destacado é a substituição do título “Hawaiian Cocktail”. Feito de abacaxi, este coquetel provavelmente foi nomeado em referência ao arquipélago do Havaí, onde, numa praia, seria interessante refrescar-se com uma bebida de fruta

tropical. No Brasil, no entanto, a receita foi traduzida para “Aperitivo Guarany”, provável alusão à associação entre os indígenas e a natureza brasileira.

Cozinha Elétrica

Cozinha Elétrica



Agradável como a Sala-de-estar

a Cozinha Elétrica G. E. é Simples-Econômica-Limpa-Salubre-Moderna

- Transformada pela eletricidade, equipada com aparelhos G. E., a cozinha é, hoje, nas residências modernas uma dependência tão agradável quanto qualquer outro aposento.

Simples — Basta girar um botão para ter o calor necessário ao preparo de qualquer alimento. Em uma hora, apenas, poderá aprontar uma refeição suficiente para 10 pessoas!

Econômica — A energia elétrica, aplicada ao fogão, permite cozinhar os alimentos com rapidez e em maiores quantidades, assim como o aproveitamento dos mesmos é maior. Outrossim, mantém a cozinha absolutamente...

Limpa — livre dos inconvenientes da fumaça, da fuligem e das cinzas. A cozinha elétrica G. E. pôde mesmo ser ornamentada com flores e cortinas, pois, por ser rigorosamente higiênica, é também um ambiente...

Salubre — sem odores, sem calor, sem gases tóxicos. Os alimentos podem nela ser preparados sem perda de suas qualidades nutritivas, mais saborosos e mais saudáveis.

Moderna — Equipada com os aparelhos mais necessários ao conforto, à higiene, e ao bem estar, a cozinha elétrica G. E., além de guarda vigilante da saúde, é um ambiente elegante e moderno.

10



Figura 35. Manual de instruções de refrigerador da fabricante General Electric, São Paulo, [1942-1943], p.10. Coleção particular.

1.2.3 Vendedores de porta em porta

Quando começou a vender eletrodomésticos no Brasil, a General Electric aplicou a mesma metodologia que vinha praticando nos Estados Unidos. Era necessário prover treinamento para que os vendedores brasileiros estivessem aptos a discorrer sobre as características dos produtos importados no contexto da cultura institucional da empresa. Anúncios publicados no jornal *O Estado de S. Paulo* convidavam “moços e senhores activos, de trato e bôa educação” a ingressar no “Curso Pratico de Vendas de Refrigeradores G.E”, com a promessa de recebimento de comissões aos contratados⁵³.

Além da aula expositiva, os futuros vendedores recebiam um manual que servia de material didático e guia a ser mantido sempre à mão para consultas eventuais e estudo regular. O primeiro *Manual do Vendedor de Refrigerador* da GE foi publicado em 1936, uma iniciativa do Departamento de Promoção de Vendas situado no Rio de Janeiro. Ele continha um conteúdo denso sobre atributos e habilidades esperadas de um vendedor, informando sobre a história da empresa e os princípios básicos da refrigeração, bem como os detalhes dos refrigeradores da marca, instruções sobre seu funcionamento e métodos de venda.

A atenção à formação parecia necessária porque, de acordo com o *Manual*, o trabalho do vendedor no Brasil não era levado a sério como acontecia nos Estados Unidos, o que desestimulava o consumo. Por isso, ao ingressar na General Electric, os vendedores tinham à disposição cursos que objetivavam transformá-los em profissionais, “homens de negócios”⁵⁴, que difundiam a marca e convenciam os clientes da necessidade de comprar eletrodomésticos; diferentes, portanto, dos simples “apanhadores de pedidos”, sem método e interesse. Assim, era recomendado falar com autoridade, “ter energia, audácia, limpeza corporal, boa linguagem”, focar no aprendizado e na carreira⁵⁵, características de um vendedor ideal no padrão *self-made man* estadunidense, ou seja, cujo sucesso na carreira dependia não apenas dos sistemas, mas da crença e investimento nas próprias capacidades.

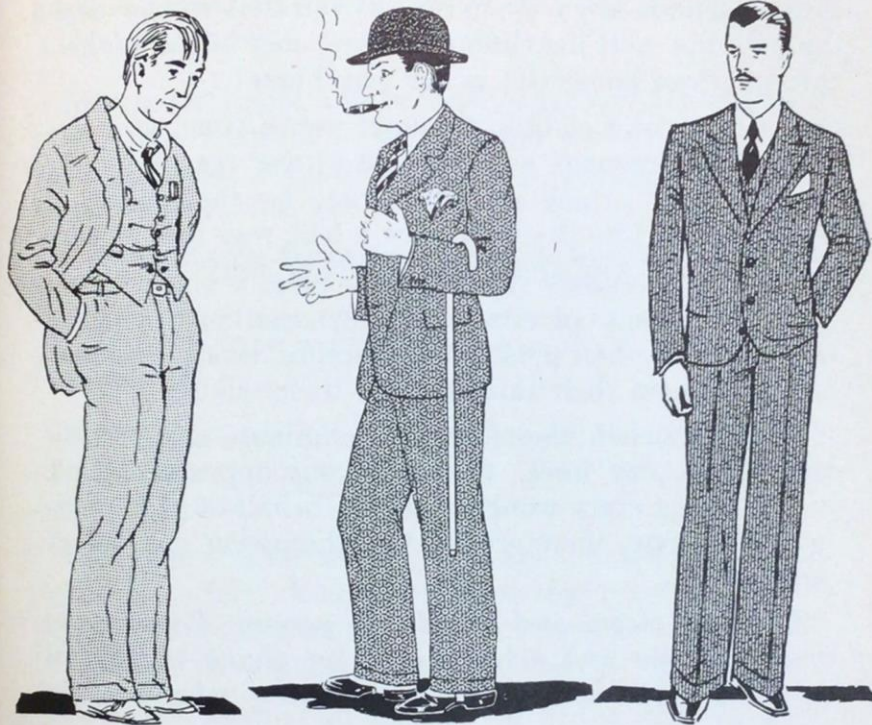
Nas figuras 36 e 37 é possível comparar as páginas dos manuais de vendedor que circularam em São Paulo e nos Estados Unidos. No primeiro caso, trata-se de um livro publicado

⁵³ CURSO de Vendas. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 24. jun.1934, p.6.

⁵⁴ MANUAL do Vendedor de Refrigerador General Electric, São Paulo, 1933, p.8.

⁵⁵ *Ibidem*, p.16-19.

em 1932, a partir de uma parceria entre a General Electric e a La Salle Extension University, que promovia cursos à distância. Apesar de o exemplar estadunidense se dedicar à venda de fogões elétricos, há semelhanças com a forma e o conteúdo do *Manual do Vendedor de Refrigerador* que circulou no Brasil. Vê-se, por exemplo, que a roupa, a postura, os hábitos e trejeitos do vendedor ideal e do “apanhador de pedidos” são equivalentes nos dois documentos.



If you were a prospect, from which one of these men would you prefer to buy?

Last-month's haircut,
Day-before-yesterday's shave,
Last-week's shoe shine,
Trousers with a semiannual crease,
Mourning-band cuffs,
Accordion-pleated vest and sleeves,
Soiled fingers and dirty nails?

He can't, of course.

It shouldn't be necessary to mention the individual items of personal appearance which attract and those

Figura 36. "Selling Yourself" no manual de vendas "Electric Cookery Salesmanship", p. 55. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).



O VENDEDOR

O "Apanhador de Pedidos"

Figura 37. Manual do Vendedor de Refrigerador General Electric, São Paulo, 1933, p. 17.
Acervo da Fundação Energia e Saneamento de São Paulo.

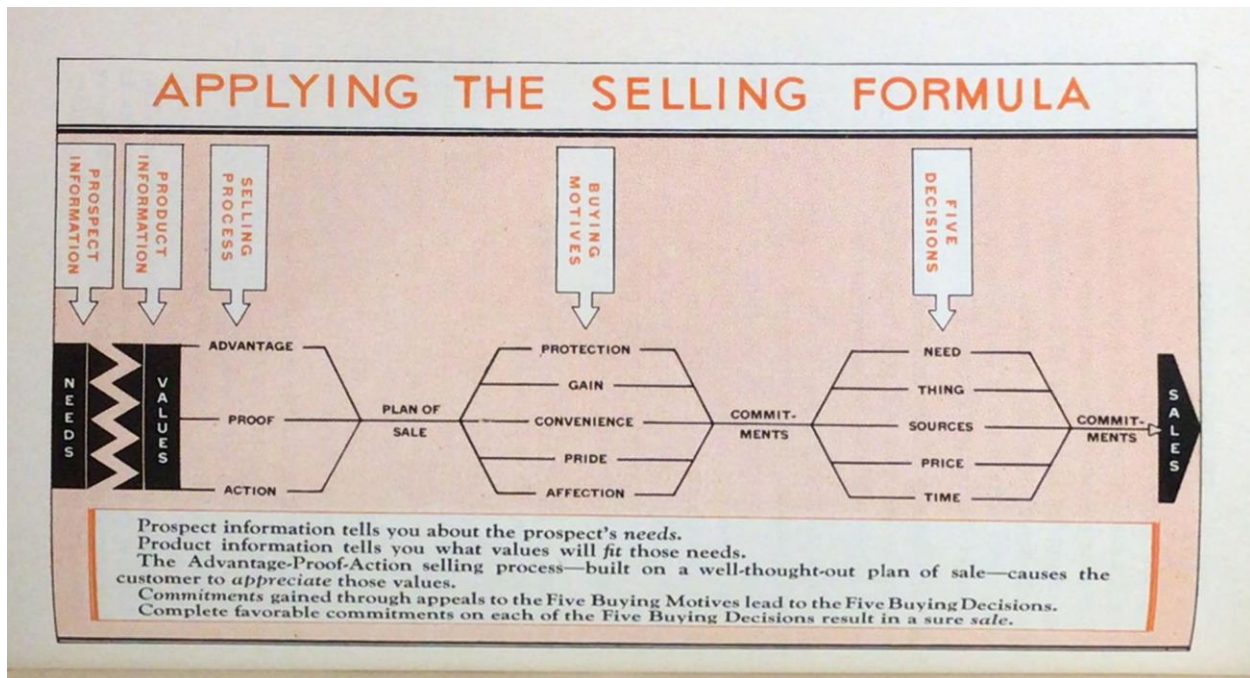


Figura 38. “Applying the selling formula” no manual de vendas “Electric Cookery Salesmanship”, p. 46. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Além do perfil dos vendedores, os argumentos utilizados para promover os eletrodomésticos também eram iguais nos dois países (figura 38). Esperava-se que os brasileiros fossem persuadidos a comprar um refrigerador por meio de três etapas: “vantagens”, “prova” e “ação”, isto é, demonstração dos benefícios do produto, comprovação dos argumentos do vendedor e, enfim, convencimento do cliente. Especialmente a lista dos “cinco motivos” para comprar o equipamento chama especial atenção: conforto, proteção, economia, amor-próprio e afeição:

Quando um freguez compra um refrigerador, póde o nosso leitor estar certo que elle teve os motivos supracitados para fazel-o.

Assim é que ele pensa no conforto que o refrigerador lhe tratá quando puder, sem trabalho nem aborrecimento, ter em sua casa alimentos sempre frescos, gêlo puro em abundancia e facilidade em preparar sorvetes, gelatinas, etc.

Elle pensa na protecção que aquelle refrigerador representa para usa saúde individual e da sua família.

Pensa na economia que o refrigerador representa para o lar. Economia de sobras de alimentos, de contas de gêlo; economia de espaço que a camara frigorífica de um G.E. lhe offerece.

Elle pensa no seu amor proprio satisfeito pela aquisição de um refrigerador, que, provavelmente o seu visinho não pode possuir.

Elle pensa na sua afeição pela família, pela mulher, pelos filhos oferecendo-lhes um refrigerador que é fonte de saúde e de satisfação.⁵⁶

Da mesma maneira que o comportamento do vendedor era espelhado nas características da sociedade norte-americana, esperava-se que a recepção dos argumentos pelo cliente fosse a mesma. Com efeito, os “cinco motivos” revelam que se tinha por objetivo justificar que a aquisição de um refrigerador, para além das suas funcionalidades, permitia o exercício de papéis sociais e de gênero muito bem definidos tanto em São Paulo, quanto nos Estados Unidos. Como provedor, o homem deveria gerir o dinheiro necessário para proporcionar uma vida confortável à esposa e aos filhos, preservando, sobretudo, a saúde da família. A manutenção do status social também era relevante. Neste caso, a exibição do refrigerador funcionava como identificador de poder aquisitivo, profissão e cargo no mínimo melhores que os do vizinho.

1.2.4 Economia Doméstica

As mulheres ligadas à ciência da economia doméstica contribuíram para a promoção de mercadorias industrializadas desde o século XIX. Economistas domésticas como Christine Frederick (1883-1970) e Lilian Gilbreth (1878-1972) tiveram impacto contundente entre os fabricantes de produtos destinados à execução das tarefas domésticas e processamento de alimentos. Foi iniciativa de Frederick, por exemplo, a constituição do Applecroft Home Experiment Station, espécie de laboratório para a experimentação das práticas na cozinha e teste de equipamentos e alimentos processados (RUTHERFORD, 2000). Em proposta semelhante, Gilbreth foi financiada pela Brought Gas Company para projetar a Kitchen Practical, uma cozinha modelo exibida na Woman's Exposition de 1929 (GRAHAM, 1999, p.659).

A partir de 1930, a General Electric integrou a economia doméstica e suas agentes como parte das estratégias de difusão dos eletrodomésticos. Na figura 39, que ilustra o manual dos vendedores de fogões elétricos, uma mulher aparece do lado oposto ao vendedor. Ela está vestida com um avental muito semelhante àqueles utilizados por cientistas e também por economistas domésticas, que faziam de cozinhas experimentais os seus laboratórios. A imagem apresenta esta profissão como um dos pilares necessários para o sucesso de vendas da empresa, juntamente e, em função equivalente, ao papel do vendedor, à qualidade do produto e à tradição da marca.

⁵⁶ *Ibidem*, p. 96-97.



Five factors contributing to your sales success.

because the range is going to get out of order at frequent intervals. It WON'T need much service, and mechanical difficulties will be extremely infrequent. Make sure as you talk of service that they clearly understand and appreciate this fact.

Figura 39. "Five factors contributing to your sales success" no manual de vendas "Electric Cookery Salesmanship", p. 37. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Nesta época, existiu um setor especializado em economia doméstica na General Eletric chamado “GE Kitchen Institute”, localizado em Cleveland (Ohio). Nele, testavam-se os produtos da empresa, desenvolviam-se receitas e planejavam-se modelos de cozinhas com equipamentos elétricos. Era também comum a realização de cursos de culinária. Nas exposições regionais e universais de que a empresa participava recorrentemente, havia um estande destinado à cozinha, onde as professoras demonstravam o uso de eletrodomésticos enquanto desenvolviam uma receita. A figura 40 registra um destes momentos na exposição Century of Progress realizada em Chicago em 1934. Observa-se na imagem a presença preponderante de mulheres na plateia.



Figura 40. Demonstração na Exposição “Century of Progress” realizada em Chicago (Illinois). 25.jun.1934. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

No Brasil, esta prática já era explorada por outras empresa, como a Société Anonyme du Gaz, que inaugurou a Escola de Cozinheiras em 1932 no Rio de Janeiro (SILVA, 2008, p.77). Sabe-se que a General Electric dava cursos de economia doméstica em 1936. Um manual de instru o de refrigerador deste ano convida as consumidoras a esclarecerem eventuais d vidas sobre as receitas contidas neste material, participando de “cursos de Economia Domestica” que aconteciam nas “diversas Filiaes e Agencias das Lojas General Electric”: “instructoras especializadas destinam-se a ensinar  s Donas de Casa e a todas as pessoas interessadas, a maneira de utilizar os varios aparelhos electricos General Electric, bem como o preparo de inúmeros e saborosos pratos [...]”⁵⁷.

Apesar de não haver mais informa es sobre estes cursos   possível que, a partir dos anos 1930, a General Electric tenha atuado em escolas de instru o feminina localizadas em São Paulo, distribuindo receituários que ensinavam sobre o uso dos aparelhos elétricos para a cozinha. Na pesquisa de mercado realizada pela J.W.Thompson para a Royal Baking & Powder, as professoras das “escolas de culinária” de São Paulo constam como um dos principais grupos de destinatários dos 120 mil “cookbooks” distribuídos pela marca de fermentos em p .

Mais tarde, as atividades espalhadas pelas lojas se concentraram no Instituto de Economia Doméstica General Electric localizado na Rua General Jardim, 482⁵⁸. Além de promover cursos, palestras e pequenas peças de teatro, o Instituto patrocinou a publica o de artigos sobre assuntos domésticos em jornais de grande circula o, como *O Estado de S. Paulo*⁵⁹. Observa-se a atua o relevante do Instituto na revista *Vida Doméstica*. A correspondente da agência norte-americana Globe Press, localizada em Nova Iorque, Graciela Elizalde, publicou, principalmente na década de 1950, diversos artigos sobre o uso dos eletrodomésticos nas cozinhas em que mencionava os estudos do Instituto da GE. Ela foi autora da coluna “Especial para a mulher”, na qual escreveu sobre a realidade doméstica estadunidense e publicou receitas que exigiam o uso de aparelhos elétricos.   relevante a ampla explora o de imagens de cozinhas estrangeiras nos artigos de Elizalde e que foram cedidas pela General Electric, como mostra o texto “Nada disso   utopia, minhas amigas” publicado na coluna dirigida por Cacilda T. Seabra (figura 41).

⁵⁷ Manual de instru es de refrigerador da fabricante General Electric, São Paulo, [1936], p. 19.

⁵⁸ TEATRO Infantil de Natal ‘Um presente para Papai Noel’. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 22.dez.1960, p. 18.

⁵⁹ PUDINS gostosos”. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 05.mar.1954, p. 34; OS tecidos ‘dacron’, ‘nylon’, ‘orlon’ e ‘acrilon’ têm se passa a ferro”. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 01.jan.1954, p. 39.

NADA DISSO É UTOPIA, MINHAS AMIGAS

Graciela Elizalde

Fotos por cortesia da
General Electric Company

Realmente, eu trouxe estas idéias dos EE. UU. Certamente, vocês dirão: «Ora, não é vantagem, lá tudo é fácil». Aqui também, cara leitora. Basta que, no seu próximo apartamento, você se lembre de exigir, para a cozinha, um pouco do espaço exagerado que vai deixar para os salões. Lembre-se que quanto mais amigos receber, mais espaço de copa e cozinha você precisará, para que tudo saia a contento.

Tudo o mais, é simples. Você tem, e de sobra, no Brasil, os metais inoxidáveis, os alumínio coloridos, os plásticos rígidos e inatacáveis pelo calor, para a montagem das idéias que eu lhe ofereço. E, não estranhe o fato da cozinha ser inteiramente vedada. Isto você conseguirá com instalação de ar condicionado, tal como acontece nas

salas de «boîtes» em que tudo é ermeticamente fechado e todo o mundo fuma barbaramente, e no entanto, você não sente o ambiente irrespirável. O ar condicionado tudo renova. Assim, também, ele carregará com os odores de gordura e a fumaça, deixando que as paredes decoradas de sua bela cozinha fiquem tal como as da saleta de almoço. Mas, se você preferir uma cozinha iluminada pelo sol, rasgue amplas janelas envidraçadas com vidros fantasia, e decore-as com fartas cortinas de plástico colorido. Espelhos, flores, um gracioso e leve conjunto para seu almoço íntimo, farão dessa sua cozinha um dos maiores atrativos de sua nova residência. Se você não tiver, em seu prédio, instalação de força elétrica, que lhe facilite cozinhar com fogão elétrico, é só

(Cont. na pág. 109)

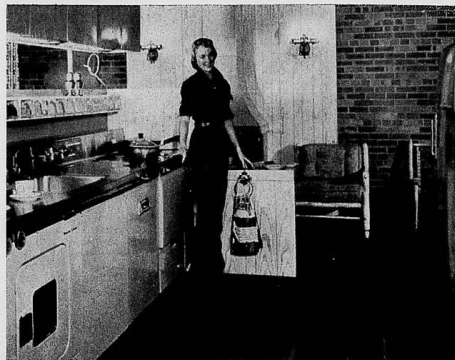


Figura 41. "Nada disso é utopia, minhas amigas". Vida Doméstica, Rio de Janeiro, n.463, out. 1956, p. 104. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

A atuação da General Electric em associação à economia doméstica também pode ser observada nos manuais e livros de receitas destinados às donas de casa e escritos por autoras conhecidas no ramo, como Helena Sangirardi, colunista da revista *O Cruzeiro*. Em *A alegria de cozinhar*, publicado em 1949, a autora dedica as últimas páginas do seu livro ao texto “A cozinha do futuro... a cozinha elétrica”. Depois de alguns parágrafos em defesa do uso da eletricidade no processamento da alimentação, ela apresenta exemplos de eletrodomésticos que poderiam ser incorporados à cozinha, mas sem mencionar a empresa que os fabrica. Ao final, no entanto, uma breve nota torna evidente que o último capítulo (ou o livro inteiro) foi patrocinado, insinuando que a “cozinha do futuro” é aquela que tem aparelhos produzidos pela GE: “Os dados e informações para o capítulo foram gentilmente fornecidos pela General Electric, que fabrica os aparelhos domésticos G.E. e os aparelhos elétricos automáticos que integram a Cozinha do Futuro”⁶⁰.

Em formato semelhante, o *Livro de Cozinha* de Carolina Spinola Baltar, que foi diretora da Escola Doméstica de Pernambuco, contém um encarte intitulado “A Cozinha Moderna”, que se entrepõe à seção destinada às receitas. Apesar de não tratar especificamente do tema da eletricidade, como fez Sangirardi, nota-se que a autora justifica boa parte dos argumentos em defesa da “economia”, “conforto” e “higiene” na cozinha apoiada no uso dos aparelhos elétricos. Neste caso, a menção à fabricante se dá na planta oferecida às leitoras (figura 42). Tais exemplos mostram a entrada silenciosa da indústria alimentícia e de eletrodomésticos nas cozinhas domésticas, sugerindo transformações de consumo de maneira quase subliminar.

⁶⁰ SANGIRARDI, Helena. A cozinha do futuro... a cozinha elétrica. In: _____. *A alegria de cozinhar*. São Paulo: Livraria Martins Editora, 1949, p. 672.

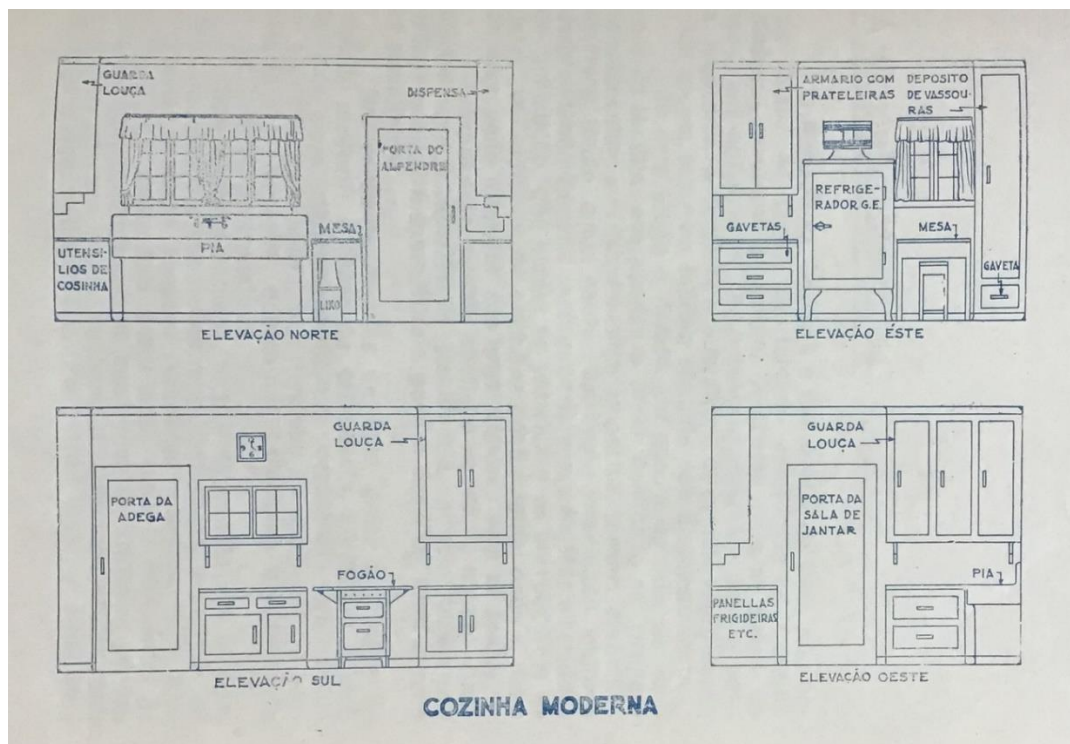


Figura 42. "Cozinha moderna" In: BALTAR, Carolina S. Livro de cozinha (manual da dona de casa). Recife: Livraria Colombo, 1956. n.p. Coleção particular.

1.3 Modernidade traduzida para o português

A mudança da publicidade praticada no Brasil ao longo da primeira década do século XX e seus efeitos na introdução dos eletrodomésticos nas cozinhas de São Paulo podem ser observados por meio da análise de uma série de anúncios. Foram selecionados para esta pesquisa 304 anúncios de eletrodomésticos publicados nas revistas *A Cigarra* (1908-1970), *O Cruzeiro* (1928-1960) e *Vida Doméstica* (1920-1962) entre os anos 1920 e 1960. Dentre todos os periódicos consultados, privilegiaram-se aqueles que cobriram por completo a cronologia da pesquisa, quesito importante para a análise comparativa.

A pesquisa na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional, na qual os volumes se encontram digitalizados, se deu em três fases. Na primeira, a busca foi feita com palavras-chaves de amplo significado, como “cozinha elétrica”, “cozinha” e “eletricidade”, além das variações “cosinha electrica”, “cosinha” e “electricidade”. Na segunda, restringiu-se a busca a tipos de eletrodomésticos, como “fogão”, “refrigerador” (e “geladeira”), “liquidificador” e “batedeira”. Por

fim, a terceira fase priorizou os fabricantes de aparelhos que tiveram maior participação no mercado brasileiro, como General Electric, General Motors (Frigidaire), Walita e Arno.

Apesar de este trabalho estudar os eletrodomésticos de uso nas cozinhas, o conjunto amostral foi composto por anúncios que também vendiam outros aparelhos, como lâmpada, máquina de lavar roupa, rádio, relógio, ferro de passar roupa, enceradeira, ventilador e aspirador de pó. A não ser que a peça publicitária destacasse algum destes objetos como produto principal, a sua menção não interferiu na análise de qualificativos atribuídos aos equipamentos de cozinha. Pelo contrário, verifica-se a continuidade de muitos dos argumentos em produtos também usados na sala de estar, de jantar, na lavanderia e nos quartos.

Com as peças publicitárias reunidas, excluíram-se aquelas idênticas em texto e imagem, mantendo-se a repetição apenas quando foram divulgados em anos diferentes. Outro critério adotado foi a preferência por anúncios distribuídos pelas fabricantes dos eletrodomésticos em detrimento daqueles publicados por lojas revendedoras, como Mappin Stores e Mesbla, por exemplo. Esta escolha se justifica pelo fato de os anúncios de fabricantes serem mais detalhados e explorarem os qualificativos dos produtos por meio de argumentos textuais e visuais, enquanto as lojas fazem apenas breves menções à funcionalidade e características físicas dos modelos. Como pode ser observado na tabela 2, esta decisão limitou o universo de aparelhos mencionados nos anúncios selecionados, já que nem todos os modelos disponíveis no mercado eram relevantes para ocupar um lugar de destaque na campanha publicitária de seu fabricante, como é o caso das torradeiras, por exemplo.

Tabela 2 – Eletrodomésticos mencionados nos anúncios e quantidade por década.

Eletrodoméstico	1920	1930	1940	1950
Batedeira	0	0	2	33
Batedeira com espremedor de frutas e moedor de carne	0	0	0	11
Congelador	0	0	4	0
Cozinha elétrica ⁶¹	0	1	6	1
Exaustor	0	0	1	6
Fogão elétrico	1	1	13	1
Liquidificador	0	0	0	58
Liquidificador e centrífuga	0	0	0	12
Liquidificador e descascador	0	0	0	12
Liquidificador e misturador de massas	0	0	2	22
Liquidificador e moedor de carne	0	0	0	13
Mixer	0	0	0	8
Refrigerador	19	54	51	43

Para sistematizar as informações, optou-se pela criação de uma planilha em Microsoft Excel, pois esta ferramenta simula um banco de dados e possibilita a comparação entre colunas, além de gerar gráficos e tabelas explicativas. A planilha foi separada em quatro núcleos. O primeiro, sistematiza os dados a respeito da produção e circulação do anúncio. Além do código atribuído a cada um deles, são informados o ano e a década em que foram publicados, o periódico, se existe algum código ou marca de autoria, qual é o fabricante do produto e se há menção ao distribuidor. No segundo núcleo, foram identificados o principal eletrodoméstico anunciado e os outros aparelhos que o acompanham, caso existam. O terceiro núcleo informa sobre as representações que ilustram a peça publicitária, descrevendo a técnica utilizada (se desenho ou fotografia), se a publicação é em preto e branco ou colorida, se o produto é representado em primeiro plano, segundo e/ou em uso, e quais personagens e/ou espaço da casa compõem a representação. Por fim, no quarto núcleo estão presentes os atributos dos eletrodomésticos e a citação do texto em que eles aparecem.

⁶¹ Além dos anúncios de eletrodomésticos específicos, foram mapeados também aqueles que promoviam o consumo da “cozinha elétrica”, ou seja do conjunto de eletrodomésticos da cozinha.

1.3.1 Características gerais da série

De maneira geral, nota-se o aumento da circulação de anúncios de eletrodomésticos para a cozinha ao longo da primeira metade do século XX. Isto se deve tanto à ampliação do setor publicitário e gráfico quanto ao aumento do número de indústrias nacionais, como foi mostrado. Assim, na década de 1920, foram identificados 22 anúncios diferentes de aparelhos elétricos, em 1930, 65, em 1940, 68, e, em 1950, 141. Mudança significativa também é notada nas técnicas de impressão e ilustração, porque enquanto nos anos 1920 todos os anúncios são produzidos em preto e branco e ilustrados em desenho, em 1950 quase 70% dos anúncios são coloridos. A fotografia, por outro lado, parece ter sido pouco explorada no recorte temporal estudado, pois na década de 1950, dos 141 anúncios, apenas 9 utilizaram a técnica.

Quanto aos fabricantes, são mencionadas: Admiral, Arno, Arrow, Brastemp, Brasmotor (da marca de refrigeradores Alaska), Cia. Eletroluz S.A., Crosley, Epel S.A Indústria e Comércio de Aparelhos Elétricos, Eletro-Indústria Walita S.A., General Electric, General Motors (da marca de refrigeradores), Gibson, Hamilton Beach, Indústria Brasileira de Embalagens (da marca de refrigeradores Gelomatic), Junker, Kelvinator, Leonard, Mix-Maid, Neve, Philco, Sociedade de Vendas e Instalações Contact Ltda. (da marca de exaustores Contact) e Westinghouse Electric.

Nota-se que a maioria dos fabricantes é especializada em refrigeradores. A Tabela 3 mostra o impacto deste produto no comércio de eletrodomésticos ao longo da primeira década do século XX. Depois dos refrigeradores, destacam-se o liquidificador e a batedeira, aparelhos portáteis que, por alguns anos, podiam ser adaptados a outros equipamentos para cumprir diferentes funções. Como veremos nos capítulos seguintes, esta tríade de aparelhos representa boa parte da realidade do processamento da alimentação nas cozinhas de São Paulo durante o período estudado, enquanto outros eletrodomésticos tiveram pouca inserção no mercado.

1.3.2 Significados da modernidade

A sistematização dos anúncios envolveu a transcrição de trechos dos textos que atribuíam sentidos e valores aos eletrodomésticos vendidos, justificando a sua aquisição. Esses qualificativos foram associados a cada um dos trechos em uma coluna relacionada e, em caso de palavras com o mesmo significado, como “higiene” e “limpeza” ou “funcionalidade” e “utilidade”, foi escolhido

apenas um dos termos. Ao final da compilação de dados, identificou-se a existência de 70 palavras-chaves que qualificavam os eletrodomésticos pesquisados. A quantidade de menções a esses qualificativos em relação ao número total dos anúncios consultados (tabela 3) nos indica os aspectos que são mais recorrentes na argumentação em prol da compra dos eletrodomésticos.

Tabela 3 – Qualificativos atribuídos aos eletrodomésticos nos anúncios publicitários (1920-1960)

Qualificativo	Quantidade de menções	Porcentagem em relação ao total (%)
estética	75	25
saúde	61	20
confiança na marca	55	18
economia	53	17
preço acessível	48	16
facilidade de manejo	48	16
conforto	47	15
economia de tempo	44	14
ciência/técnica	41	13
capacidade de armazenamento	37	12
modernidade	37	12
durabilidade	35	12
garantia	34	11
qualidade do material	33	11
eficiência	35	12
não emite ruído	31	10
garante sabor aos alimentos	28	9
portabilidade	27	9
economia de energia	24	8
perfeição	22	7
qualidade	20	7
satisfação	20	7
controle de temperatura	20	7
economia de trabalho	20	7
progresso	19	6
facilidade de manutenção e limpeza	16	5
segurança	15	5
praticidade	14	5
higiene	12	4
difusão do produto no mercado	12	4
utilidade	11	4
economia de dinheiro	11	4

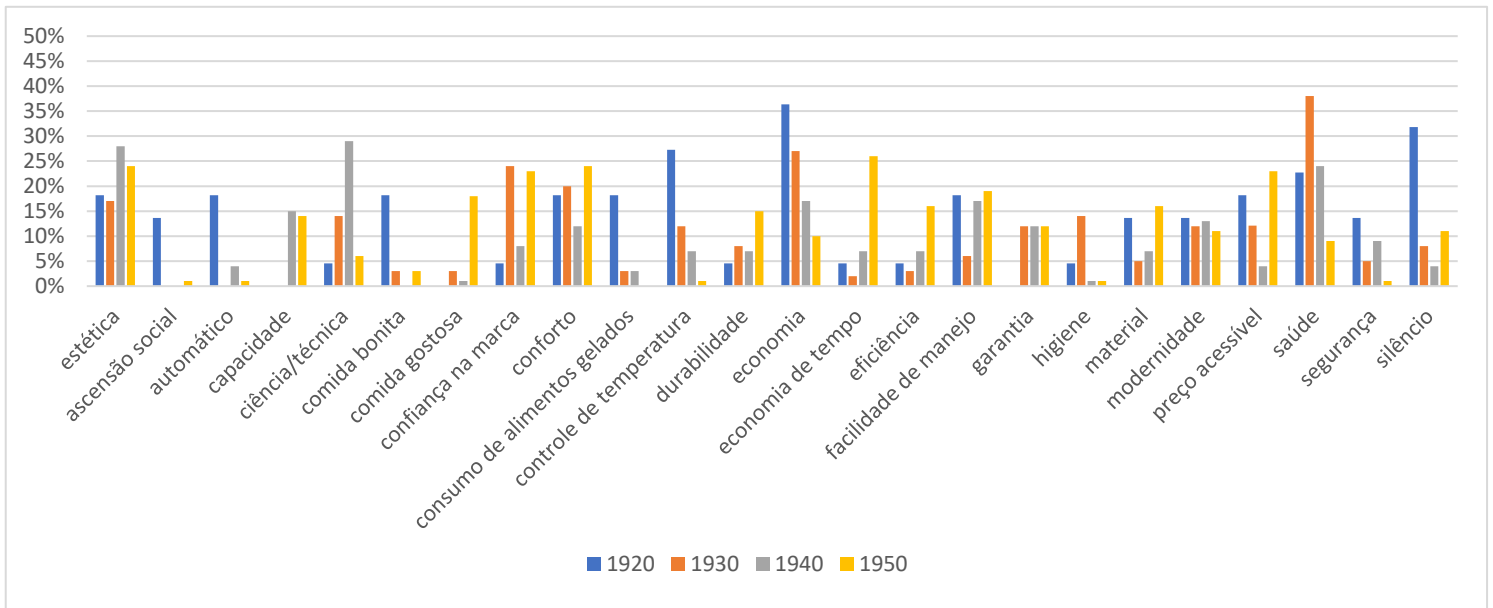
peso do equipamento	11	4
conveniência	10	3
substitui o trabalho humano	9	3
prazer	8	3
comodidade	8	3
automação	8	3
potência	8	3
possibilita o consumo de alimentos gelados	8	3
cumprir mais de uma função	8	3
superior ao trabalho manual	8	3
estética do alimento e da receita	8	3
produção de gelo	7	2
exercício da maternidade	7	2
durabilidade dos alimentos	6	2
precisão	6	2
favorece o emagrecimento	5	2
bem-estar	5	2
lazer/descanso	5	2
ascensão social	5	2
felicidade	12	4
rendimento	4	1
exatidão no resultado da receita	4	1
luxo	4	1
versatilidade	4	1
limpeza da cozinha	3	1
adaptabilidade à cozinha	3	1
necessidade	3	1
facilidade na instalação	3	1
reconhecimento	3	1
exercício da paternidade	3	1
valor agregado	3	1
funcionalidade	3	1
bom gosto	3	1
economia de gelo	2	1
disponibilidade	2	1
disponibilidade de assistência técnica	2	1
facilidade de armazenamento na cozinha	2	1
favorece a beleza feminina	2	1

Como podemos observar na tabela 2, a estética dos aparelhos é o principal elemento de incentivo ao consumo nas décadas estudadas. Nas 16 primeiras linhas da tabela, observamos os

qualificativos mais recorrentes entre os anúncios compilados, mencionados em mais de 10% dos itens. É interessante verificar que apenas alguns deles dizem respeito aos aspectos concretos da presença dos eletrodomésticos no cotidiano das cozinhas, como “preço acessível”, “facilidade de manejo”, “capacidade de armazenamento”, “durabilidade”, “garantia”, “qualidade do material” e “não emissão de ruídos”. Os demais têm significado abstrato e, na maioria das vezes, não são suficientemente explicados na publicidade, mas utilizados para justificar a compra dos aparelhos, como “saúde”, “economia”, “conforto”, “ciência/técnica”, “modernidade” e “eficiência”.

No gráfico abaixo, mensuramos a quantidade de vezes que alguns qualificativos mais interessantes para análise aparecem em cada década.

Figura 43 – Porcentagem de menções aos qualificativos atribuídos aos eletrodomésticos por década



Percebe-se neste gráfico que alguns qualificativos são mais relevantes em determinadas épocas e explorados menos em outras. Nos anos 1920, quando as paulistanas não estavam acostumadas com as tecnologias domésticas elétricas na cozinha, parecia ser importante enfatizar que os aparelhos funcionavam de maneira automática, sem a intervenção manual do usuário, e que eles não emitiam ruído e, portanto, eram um auxílio ao trabalho diário na casa. O destaque para a possibilidade de comer alimentos gelados também era um diferencial nessa época já que os sorvetes, as sobremesas e as bebidas refrigeradas eram novidade no cotidiano paulistano. A década de 1930 representa os picos de menções à higiene e saúde, aspectos que, como veremos no capítulo 2, foram bastante explorados neste período pelas políticas públicas, que levaram à reestruturação das habitações e dos hábitos alimentares dos brasileiros. Nos anos 1940, percebemos o aumento das recorrências ao vínculo entre os eletrodomésticos, a ciência e a técnica, aspectos que circulavam intensamente nos periódicos da época por causa do advento da Segunda Guerra Mundial e do aumento do número de indústrias em solo nacional. Atributos estéticos, “conforto” e “modernidade”, foram significativos em todas as décadas pesquisadas. O apelo ao aspecto decorativo, como mostra o gráfico, ganhou grande relevância nos anos 1940 e 1950, mas desde 1920 era citado por mais de 15% dos anúncios levantados. “Conforto” segue esse padrão. Observa-se que a quantidade de menções à “modernidade” permanece estável em todas as décadas, sempre com mais de 10% de ocorrência em cada uma delas.

Aprofundaremos nos próximos capítulos alguns dos principais qualificativos atribuídos aos eletrodomésticos nos anúncios. As perspectivas de análise serão ampliadas ao confrontarmos os argumentos publicitários com textos e imagens a respeito da rotina doméstica, entendendo, assim, os principais aspectos da introdução dos eletrodomésticos no cotidiano das cozinhas de São Paulo.

Capítulo 2. A eletricidade a favor da alimentação higiênica e racional

O excerto a seguir é parte do artigo “Notas de economia domestica: a electricidade na cozinha”, um dos primeiros textos publicados pela *Revista Feminina* sobre os novos equipamentos elétricos que chegavam ao mercado paulistano na segunda década do século XX.

Não resta a menor duvida que as nossas velhas cozinhas, patriarchaes, eram muito mais poeticas, si assim nos podemos exprimir, mas, tambem muito menos higienicas que as modernas installações do genero. De resto, qualquer dessas pequenas machinas que a maravilhosa fada, que é a electricidade, move e anima a nosso bel prazer, pode sem grande inconveniente ser montada nas cozinhas antigas. Isto quer simplesmente dizer que ao lado do passado o presente póde perfeitamente ter o seu logar [...]. O temperamento do nosso povo é essencialmente conservador. Existem certos habitos tão inveterados entre nós, que apesar de demonstrada amplamente o quanto são prejudiciaes e fôra do nosso progresso continuam a ter força de lei. O culto das tradições constitue, certamente, uma das grandes e mais belas virtudes dos povos. É preciso, porém, saber distinguir entre conceitos de moral e justiça, por exemplo, que devemos a todo custo conservar, e certas aberrações de nada se conceder ao progresso material dos nossos tempos.⁶²

Os argumentos mobilizados neste texto chamam a atenção por colocarem em evidência contradições no processo de modernização da cozinha. Representada pela figura mágica da fada, a eletricidade é um elemento invisível capaz de diminuir o esforço empenhado no processamento dos alimentos e preservar os padrões de higiene, garantindo o bem-estar da família. Apesar dessas vantagens, constata-se a pouca difusão dos eletrodomésticos no Brasil ainda nos anos 1920, o que se justificaria pela resistência daqueles que preferem se manter alheios ao progresso técnico ao optar pela continuidade de antigos hábitos. O objetivo do artigo, no entanto, está longe de confrontar o “conservadorismo”. Propõe-se, ao contrário, uma conciliação ao sugerir que os eletrodomésticos sejam vetores de conexão entre o passado e o então presente na medida em que podem fazer parte das antigas cozinhas “poéticas” e “patriarcais” e, portanto, conviver com a tradição. Esses aspectos sugerem que há uma organicidade entre o caráter, a personalidade, a moral e a materialidade expressa em hábitos que envolvem o uso de objetos e tecnologias. A publicidade

⁶² NOTAS de economia domestica: a electricidade na cozinha. *Revista Feminina*, São Paulo, mai.1924, p.28.

de eletrodomésticos pretende romper essa organicidade para o introduzir algo novo, mas promete manter o sistema de valores morais concretizados na família.

Este capítulo analisa como os eletrodomésticos foram associados à ideia de higiene, saúde e família e, assim, se tornaram estratégia de combate aos modos “tradicionais” de funcionamento da cozinha ao longo da primeira metade do século XX. Para tanto, os recursos retóricos e visuais explorados pelos fabricantes destes aparelhos serão colocados em relação com as noções de economia doméstica e os conceitos da medicina higienista e alimentação racional para que seja possível entender a quais discursos os anúncios estavam alinhados e identificar os hábitos a que procuravam se contrapor. Como veremos, a presença de novos objetos envolveu disputas e conciliações com outros utensílios que já faziam parte da rotina da “velha cozinha”.

2.1 Combate às “velhas cozinhas” de São Paulo

Em 1920, o saber científico da medicina higienista e eugênica estava empenhado no combate à desnutrição e melhora dos índices de mortalidade da população paulistana. Nesse período, foi criada e consolidada uma estrutura estatal que, junto a médicos, higienistas, sociólogos e especialistas em saúde pública, foi capaz de analisar hábitos alimentares e instruir as famílias sobre a alimentação considerada aceitável para a manutenção da boa saúde (RODRIGUES, 2011). Uma das principais instituições empenhadas nessas transformações foi o Instituto de Higiene de São Paulo, que em 1946 se tornaria a Faculdade de Higiene e Saúde Pública da Universidade de São Paulo e abrigaria o primeiro curso de Nutrição do Brasil.

Esse movimento da comunidade científica junto ao Estado esteve atrelado à construção da ideia de raça no final do século XIX e início do século XX, período em que as teorias raciais europeias influenciaram o pensamento científico e social de muitos países. Enquanto no cenário internacional, o darwinismo social e o determinismo racial se sobressaíam como correntes interpretativas, no Brasil pós-abolição da escravatura a elite intelectual e política perseguia a ideia de uma identidade nacional. Tal aspiração ideologicamente unificadora acabou tendo como obstáculo os modelos raciais que justificavam cientificamente as hierarquias tradicionais questionadas com o fim da escravidão. Afinal, o discurso racista predominante, de natureza segregacionista, via a mestiçagem como algo indesejável. No entanto, como mostra Lilia Schwarcz (2020 [1993]) e Tânia De Luca (1998), houve no Brasil uma acomodação dos modelos

de origens teóricas diversas, e, assim, ao mesmo tempo em que se reconhecia a miscigenação, acreditava-se que as futuras gerações de brancos com negros resultaria em um gradual embranquecimento da população a necessidade de "embranquecer" a população.

No âmbito da alimentação, o projeto higienizador foi respaldado pelo paradigma microbiano desenvolvido a partir dos avanços científicos das últimas décadas do século XIX, que comprovou que os microrganismos são os causadores das enfermidades. A adoção deste postulado ia ao encontro do entendimento de que o desenvolvimento social e econômico do Brasil só seria possível se a ele estivesse associado o controle sobre a higiene da população. Neste sentido, Tânia De Luca afirma que “o ideal apregoado pelos apóstolos do discurso higienizador” era “reabilitar e valorizar o brasileiro, ou melhor, discipliná-lo, adestrá-lo, moralizá-lo para transformá-lo em agente capaz de concretizar as inúmeras potencialidades da terra” (DE LUCA, 1998, p.216).

Em 1938, o médico e cientista social pernambucano Josué de Castro foi o primeiro a coordenar a aplicação de inquéritos alimentares que tinham em vista entender a alimentação dos trabalhadores do Recife e estudar o fenômeno da fome no Brasil. Ele identificou que a base alimentar dos recifenses era composta por feijão, farinha e charque, com pouco consumo de leite, verduras e legumes. Em continuidade às políticas iniciadas por ele, em São Paulo, os pesquisadores do Instituto de Higiene visitaram as casas de operários para avaliar o padrão de vida dos trabalhadores e mapear o que foi chamado de “higiene alimentar”. Eles compilaram a renda média das famílias, os alimentos que mais consumiam, onde cozinham e realizavam as refeições, se tinham acesso à água e de onde ela provinha, como despejavam o lixo, além de muitas vezes inspecionar a salubridade das residências. O resultado destas pesquisas identificou que a dieta do paulistano era, como a dos recifenses, pobre em leite, laticínios, ovos, verduras e frutas. Portanto, as políticas voltadas para esta área buscaram inserir a ciência da nutrição nas refeições que iam à mesa (RIBEIRO, 2020, p.681-682; RODRIGUES, 2011, p. 41, 60-69).

Nos anos 1940, essa pauta ganhou destaque quando associada à “alimentação racional”. A razão, neste caso, significava o melhor aproveitamento dos nutrientes, a redução do custo e do desperdício de alimentos e a otimização do tempo dispendido no preparo das refeições. O Instituto de Organização Racional do Trabalho (IDORT) foi relevante para este debate, promovendo a Jornada Contra o Desperdício (1938) e a Jornada sobre Alimentação Racional (1940) (RODRIGUES, 2011, p.136-137). O artigo “O problema da alimentação racional”, publicado em

1942 na Revista do IDORT, é um exemplo do ponto de vista defendido pelo Instituto. Nele, o médico Ary de Oliveira Lima sustenta que a melhoria da “constituição racial” do brasileiro dependia da saúde proporcionada pela alimentação e, para isso, os maus hábitos gestados no processo de colonização deveriam ser combatidos:

É claro que as consequências desta alimentação defeituosa e monótona desdobram-se em vários aspectos sobre a vida orgânica e psíquica do brasileiro, dando este tipo médio de homem fraco e subnutrido, com uma resistência precária às infecções e com uma capacidade mínima de trabalho. Estas qualidades negativas, apontadas geralmente como um mal de nossa raça, são, apenas consequências diretas dos maus hábitos alimentares. O déficit vital do brasileiro não é um mal de raça, mas um mal de fome. Não é uma máquina que é precária, mas o combustível que é insuficiente e inadequado.⁶³

Desta forma, o conhecimento culinário baseado na experiência e nas “antigas” práticas de cozinhar e comer foram condenados para dar lugar ao preparo das refeições que tinha como base as características físico-químicas dos alimentos e a limpeza dos materiais utilizados para o seu processamento, além do controle racional do estoque e a valorização do tempo do relógio nas instruções das receitas, métodos que impulsionaram conceitos que já vinham sendo aplicados pela economia doméstica. Os fabricantes de eletrodomésticos se utilizaram do apelo à alimentação higiênica e racional para incentivar o consumo dos equipamentos e, assim, colaboraram para a reafirmação do papel da família no cuidado com os filhos e garantia do progresso nacional.

2.1 A família que está munida de eletrodomésticos garante o futuro do Brasil

A família branca e de classe média é a representação mais recorrente nos anúncios de eletrodomésticos. Na ausência da mãe e do pai, os filhos – um bebê ou um menino e uma menina de aproximadamente de 10 anos – retratam o sucesso do casamento entre um homem e uma mulher capazes de zelar pela saúde e estabilidade financeira e garantir o futuro de um país inteiro. O progresso econômico e social aliado à compra de eletrodomésticos estão na base de uma série de

⁶³ LIMA, Ary de Oliveira. O problema da habitação racional. *Revista de Organização Científica*, São Paulo, n.125, mai.1942, p. 116.

argumentos que exaltam a indústria e a ciência. Quando relacionado à cozinha, o uso de equipamentos elétricos garantiria a alimentação higiênica e racional.

Um dos primeiros anúncios do refrigerador General Electric publicado no jornal *O Estado de S. Paulo* ainda em 1928 (figura 44) mostra como a preservação da saúde por meio da alimentação era um argumento importante para a venda deste produto. Nele, um homem montado em um cavalo e vestindo roupas militares se destaca junto à imagem de um refrigerador G.E. modelo Monitor Top, desenvolvido nos Estados Unidos na mesma época. O texto vincula a refrigeração dos alimentos à saúde da população e, portanto, ao fortalecimento da raça e da nação, relações de causa e efeito que eram a base do projeto higienista. Esse é o conteúdo destacado por outros anúncios que compõem essa série publicada até o ano seguinte. Na figura 45, o papel da família na higiene alimentar se sobressai: o marido defende a esposa e o filho barrando a invasão da casa por algo que empurra a porta com força. O texto esclarece que o inimigo é a “alimentação enfermiça” causada por alimentos malconservados. Por isso, a solução seria utilizar a refrigeração elétrica, um “processo científico” ideal para países de clima quente como o Brasil.

O futuro de uma Nação

... repousa na saúde do seu povo. Sejam os brasileiros uma nação forte. Velemos pelo Brasil de amanhã. E se a saúde colectiva é o estado da nossa força nos dias que hão de vir, evitemos que o organismo sofra os malefícios de uma alimentação enfermiza. As affecções do aparelho digestivo, debilitam o corpo mais sadio. Devemos conjurar esse perigo, sujeitando os alimentos a um processo scientifico de conservação perfeita. Foi com esse objectivo que surgiu o Refrigerador "General Electric". Nelle, os alimentos não se deterioram. Conservam todas as suas propriedades nutritivas, porque o frio é constante e secco, produzido em silencio por um motor de minimo consumo. Confiamos ao Refrigerador "General Electric" a saúde de nossa raça, para que tenhamos no futuro um Brasil maior.

FACILITA-SE O PAGAMENTO

Visite a nossa exposição ou envie-nos o coupon abaixo

Queira enviar-me seu boletim sobre Refrigeradores G.E.

Nome _____
 Direção _____

E.S.P.

GENERAL ELECTRIC
 S. PAULO - RUA FLORENCIO DE ABREU - 52 - A

Figura 44. Anúncio de Refrigerador General Electric. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 18.nov.1928. Acervo digital do jornal O Estado de S. Paulo.

Proteja!



Sim! Proteja a sua família!
 Proteja-a contra os malefícios
 de uma alimentação enfermiza.
 Lembre-se de que as affecções
 do aparelho digestivo são conse-
 quentes da ingestão de alimentos
 não conservados. Tenha isso em
 mente—e não se esqueça de que taes
 affecções debilitam o organismo
 mais sadio, deixando-o propenso
 a innumeras outras enfermidades.
 Todos devem conjurar esse
 grande perigo, sujeitando os ali-
 mentos a um processo scientifico
 de conservação perfeita. O nosso
 clima assim o exige.

Peça-nos detalhes sobre o
 Refrigerador "General Electric".
 Elle resolve o problema da
 conservação dos alimentos mais
 delicados. O seu funcionamento
 é absolutamente economico, e,
 sob a sua guarda, a carne, o
 leite, as fructas, etc., não se de-
 terioram nem perdem as suas
 propriedades nutritivas.

GENERAL ELECTRIC

Filial de S. PAULO — Florencio de Abreu, 52 A. .97

COUPON Queira enviar-me seu
 boletim sobre Refrigerador
 G.E.

Nome: _____
 Direcção: _____



Figura 45. Anúncio de Refrigerador General Electric. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 17.fev.1929. Acervo digital do jornal O Estado de S. Paulo.

Esses documentos fornecem dois elementos que estão constantemente presentes nos anúncios encontrados nos anos que se seguem: a representação de gênero associada aos papéis de pais/maridos e mães/esposas e a articulação da propaganda de eletrodomésticos aos termos científicos. Essas características permearam períodos históricos diferentes e isso se justifica pelo fato de que tanto nos anos 1920 quanto nos anos 1950 permanece a articulação da indústria e da publicidade ao modelo de família heterossexual baseado no padrão burguês e desta configuração como modelo naturalmente mais “evoluído”, já que associado ao desenvolvimento e à modernização.

A historiadora Susan Besse explica que, na mudança de um país oligárquico para o burguês, era interessante tanto para os progressistas, que pediam por reformas higienistas, quanto

para os conservadores que a família fosse preservada. Isso envolveu modernizar as regras do casamento para mantê-lo enquanto instituição e, sendo assim, a hierarquização entre marido e esposa deu lugar ao cooperativismo em prol da consolidação de um núcleo familiar estruturado. Portanto, homem e mulher deveriam cumprir funções de responsabilidades tidas como “igualmente importantes e difíceis”, porém que se mantinham hierarquizadas e com prestígio e poder muito diferentes: ela assumiria a direção do lar, enquanto ele proveria o sustento financeiro (BESSE, 1999, p. 67).

A serviço desse projeto estavam o Estado, a Igreja, a medicina e a burguesia industrial que pretendiam promover a modernização econômica, preservando a ordem social e política, as distinções de classe e de gênero. A partir da década de 1930, o Estado conciliou interesses para a definição dos papéis de gênero e os despolitizou ao vinculá-los a aspectos médicos, jurídicos e morais. Neste sentido, a educação direcionada às mulheres foi essencial e a maternidade enquanto vocação biológica e divina passou, igualmente, a ser vista como “profissão científica moderna”. Era função delas, portanto, orientar moralmente os filhos e inculcar neles os valores correspondentes à ordem burguesa, como o livre-arbítrio, a responsabilidade, a disciplina e a iniciativa, além de colocar em prática a ciência do lar como forma de dar continuidade aos preceitos médicos (BESSE, 1999, p. 64, 114).

Segundo Guacira Louro e Dagmar Meyer (1993), ocorre nesse período um investimento na escolarização dos afazeres domésticos. O status de cientificidade que a eles se atribui não significava sua equiparação aos conhecimentos tradicionais. Nas escolas femininas, as práticas domésticas foram desdobradas num passo a passo metucioso de regras e gestos que garantiriam a eficiência do trabalho, a economia financeira e de tempo e a higiene da casa e do corpo. Dessa maneira, a “dona de casa amadora teria de dar lugar à dona de casa moderna, capaz de desempenhar suas funções com racionalidade, eficiência e economia, e, para preparar ou formar essa nova mulher, seria necessária a contribuição de especialistas e professores” (LOURO; MEYER, 1993, p. 50).

A noção de “dona de casa moderna” baseava-se no comportamento cultivado entre as mulheres das classes alta e média. Assim, como mostra Ana Caroline Padilha (2019, p. 116), as escolas femininas assumiam como norma as identidades pautadas nos valores das elites e isso contribuía para asseverar a distinção social e racial entre mulheres. Em casos como a Escola

Técnica de Curitiba, estudada pela autora, as professoras, majoritariamente brancas e provenientes das classes dominantes, eram tidas como modelo de gesto, atitude e higiene para as alunas da classe operária, que futuramente trabalhariam em casas de famílias abastadas. Quando as alunas das escolas femininas eram as mulheres das elite as alunas das escolas femininas, o objetivo pedagógico era ensinar a para reger a casa, ou seja, basicamente “saber mandar” nas empregadas domésticas (LOURO; MEYER, 1993, p. 53).

No que diz respeito à alimentação higiênica e racional, as mulheres com filhos e as futuras mães aprenderam sobre os hábitos alimentares saudáveis nessas escolas e cursos promovidos pelas instituições ligadas à saúde pública. A divulgação foi ampliada ainda mais com a distribuição de cartilhas e manuais de puericultura escritos por autores que aderiam publicamente às discussões sobre a melhoria da “raça” e a constituição da identidade nacional, como Monteiro Lobato, Almeida Júnior e Renato Kehl (DE LUCA, 1998, p. 220). Desde o século XIX, estes manuais já eram leitura obrigatória para as mães, mas foi a partir das primeiras décadas do século XX que eles se incorporaram ao discurso higiênico e passaram a tratar da rotina de cuidados com o bebê, descrevendo enfermidades e indicando as qualidades nutricionais dos alimentos (LIMA, 2007, p. 101-103).

2.2 Entre a geladeira e o refrigerador

Em julho de 1923, a *Revista Feminina* publicou um artigo listando as principais técnicas de conservação doméstica. Eram elas a salmoura, a dissecação e a defumação, úteis principalmente para os moradores de regiões que estavam em processo de urbanização, como a cidade de São Paulo. Os “métodos frigoríficos” foram descartados da relação porque, informa a *Revista*, nesta época eles só eram possíveis em estabelecimentos comerciais⁶⁴. De fato, a refrigeração não fazia parte da realidade cotidiana da casa paulistana até pelo menos o final dos anos 1920. A única opção com função semelhante disponível no mercado era a chamada geladeira⁶⁵ ou geleira, espécie de caixa de madeira abastecida com gelo e que mantinha a temperatura dos alimentos por tempo

⁶⁴ A CONSERVAÇÃO dos alimentos. Como os alimentos se alteram e como é possível conservá-los”. *Revista Feminina*, São Paulo, jul.1923, n. 110, n.p.

⁶⁵ Neste trabalho optamos por usar o termo “geladeira” quando se refere à caixa de gelo e “refrigerador” para indicar os equipamentos movidos a eletricidade.

limitado. Anúncios indicam que estas caixas de gelo eram utilizadas nas casas de São Paulo desde a década de 1890⁶⁶, importadas⁶⁷ e vendidas por lojas como “Á Illuminadora” (figura 46).

de n. 154 - Rio. dos Bondes da Avenida.

GELADEIRAS AMERICANAS

DEMONSTRAÇÃO DA CIRCULAÇÃO DO AR EM NOSSAS GELADEIRAS

IMPORTANTE

A circulação constante de ar frio e puro faz com que as nossas geladeiras, construídas de madeira superior e bem secas, sejam as mais hygienicas e melhores do mercado.

A ventilação perfeita REDUZ AO MINIMO O CONSUMO DO GELO e elimina qualquer cheiro produzido por fructas, peixe ou carne, etc.

que se colloque na geladeira para serem conservados

NÃO FAÇAM SUAS COMPRAS SEM VERIFICAREM

VARIÉDADE DE TIPOS QUE TÊMOS EM EXPOSIÇÃO E A MOBILIDADE DE NOSSOS PREÇOS.

“Á ILLUMINADORA”

Alberto dos Santos & C.
Rua da Boa Vista, 36-A - S. PAULO

Figura 46. O anúncio de geladeira importada pela loja Á Illuminadora (Alberto dos Santos & C.). *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 26.nov.1914, p. 15. Acervo digital do jornal *O Estado de S. Paulo*.

⁶⁶ Anúncio de geladeira. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, n° 5847, 19.out.1894. p. 03.

⁶⁷ Há apenas uma menção a fabricação nacional de geladeiras nos periódicos consultados. Trata-se de um anúncio da fabricante Azevedo, Bueno & Cia. localizada à Rua do Rosario, n.17 em São Paulo. Cf: *O Estado de S. Paulo*. São Paulo, n° 7615, 27.set.1899, p. 04.



Figura 47. O anúncio de geladeira da Casa Freire. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 19.nov.1912, p. 12. Acervo digital do jornal O Estado de S. Paulo.

As primeiras caixas de gelo foram fabricadas em madeira de carvalho⁶⁸ ou nogueira⁶⁹ e eram dotadas de dois compartimentos, um na parte superior, destinado ao bloco de gelo e, abaixo dele, outro maior, dotado ou não de prateleiras, onde eram armazenados os alimentos e bebidas. A porta fechada por trinco era espessa e de material resistente a fim de impedir a perda de temperatura. Como informa a figura 47, a vedação era uma característica importante para a escolha da geladeira, porque materiais ou sistemas pouco isolantes significavam o aumento do consumo de gelo e a rápida deterioração das “frutas, peixes e carnes” acondicionados no seu interior. Além disso, a qualidade da madeira era um diferencial para garantir que o compartimento interno não umedecesse com facilidade e assegurasse a “higiene” na conservação dos alimentos.

O alto custo do produto fez com que a compra da geladeira se restringisse às famílias abastadas que, quando se mudavam para outro estado ou saíam do país, a anunciavam entre os

⁶⁸ Anúncio de geladeira. *O Estado de São Paulo*. São Paulo, 01.fev.1903, p. 05.

⁶⁹ Anúncio de geladeira. *O Estado de São Paulo*. São Paulo, 13.nov.1927, p. 15.

seus bens de maior valor⁷⁰. Isso se dava, sobretudo, pela origem importada, o que, ao invés de afugentar, pareceria atrair os clientes, porque muitos anúncios destacavam esta característica nomeando a caixa de gelo como “geladeira americana”, “alemã” ou “estrangeira”. Estes aspectos faziam da geladeira um objeto desejado não apenas pela sua funcionalidade, mas também por representar o poder aquisitivo das famílias que a possuíam. Por isso, há menções ao uso da geladeira na sala de jantar das casas paulistas, espaço onde se recebiam os convidados⁷¹. Assim, se torna compreensível o apelo estético atribuído à materialidade das geladeiras, que podiam ter detalhes em “cristal lavrado” e eram qualificadas pelos leiloeiros como “magnificas” e “chics”⁷².

Abastecer a geladeira também não era possível para todos os grupos sociais. Os blocos de gelo vinham dos Estados Unidos e da Argentina nos porões de navios. Mesmo embalados em serragem, o percurso resultava em perda de 40% do material, o que tornava o produto ainda mais caro. Aqui, eles eram distribuídos em caminhões refrigerados utilizados para o transporte de alimentos perecíveis e vendidos por “geleiros”, que só passavam à porta uma vez ao dia⁷³. A fabricação do gelo em São Paulo se deu apenas depois da inauguração d’A Sereia Paulista em 1865 e, mesmo assim, o consumo era restrito aos clientes desta casa de banhos (MONTELEONE, 2008, p. 121; BRITO, REIS, ano, p. 231). Posteriormente, o gelo passou a ser produzido por indústrias de diversos ramos que se instalavam na cidade, como a fábrica de bebidas Antartica e a Tupy, fabricante de laticínios⁷⁴.

O artigo “Conservação do gelo”, publicado na coluna “Conselhos de Dulce” da revista *Vida Doméstica*, mostra que havia dificuldade na manutenção da pedra de gelo dentro de casa. O degelo podia ser evitado por apenas dois dias se o bloco fosse envolvido por uma flanela:

O melhor meio de conservar sempre os alimentos e as bebidas, numa frescura ideal, é o gelo que o consegue. Ele é, por sua vez, um dos indispensáveis elementos da higiene moderna. A dificuldade, porém, quando não se possui uma frigidaire [refrigerador], é claro, está na maneira

⁷⁰ O maior número de menções à geladeira nos periódicos consultados é encontrado nos anúncios de leilão de objetos e imóveis. Agradeço especialmente à Beatriz Gasquez Favilla pela identificação desses dados e compilação dos anúncios de leilão.

⁷¹ Há 110 ocorrências de anúncios de leilão nos jornais A Província de São Paulo e O Estado de S. Paulo entre 1895 e 1915 que listam a geladeira como objeto pertencente à sala de jantar e “salão de refeições”. Essas informações foram extraídas da base de dados do Repertório Histórico Ilustrado de Equipamentos e Ferramentas de Cozinha (São Paulo, 1860-1960) a ser publicado em 2024.

⁷² Anúncio da casa de leilões Furtado de Mendonça. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, nº 9421, 17.set.1904, p. 03.

⁷³ GELADEIRA Automatica. *Vida Doméstica*, Rio de Janeiro, n. 167, fev.1932, n.p.

⁷⁴ Anúncio da Antartica. *Vida Moderna*, Rio de Janeiro, n.446, 1926, n.p.; A SUMPTUOSA instalação dos laticínios Tupy”. *Vida Moderna*, Rio de Janeiro, n.94, nov.1925, n.p.

de se conservar o gelo, sob temperatura elevadíssima, sem que se derreta. Como fazer para tal conseguir? Só conhecemos o seguinte processo: Comprar um bloco inteiro de gelo, mas procurando que seja bem liso e igual sem arestas, nem saliências irregulares. Quadrado ou retangular, isso pouco importa. Pega-se então num pedaço de flanela, com o tamanho bastante para envolver o bloco uma ou duas vezes, aderindo o mais possível que seja. Assim acondicionada uma pedra grande de gelo poderá conservar-se sem derreter, um ou até dois dias.⁷⁵

Joana Monteleone afirma que até as primeiras décadas do século XX, o uso da caixa de gelo não era uma prática rotineira mesmo entre as famílias mais ricas. Quando os recursos permitiam comprar a geladeira, ela era utilizada para conservar a temperatura dos alimentos por pouco tempo ou resfriar alguns tipos de pratos até que eles fossem consumidos. Em análise das instruções de Maria Thereza Costa no livro *Noções de Arte Culinária*, escrito em meados dos anos 1920, a autora mostra que o sorvete, preparado em sorveteiras mecânicas, podia ser conservado frio até o horário das refeições sob a proteção de um pano ou usando uma espécie de gelo artificial fabricado a partir da mistura caseira de amoníaco e salitre⁷⁶. A longevidade deste conselho pode ser constatada pela dica de Helena Sangirardi para driblar a falta do refrigerador em 1945: “Se você não tiver geladeira e quiser apresentar um dia bebidas geladas, aproveite esta sugestão: misture uma xícara de amoníaco e a mesma medida de salitre, reduzidos a pó muito fino. Dissolva então em seis xícaras de água. Ponha então as garrafas dentro dessa mistura durante 15 minutos”⁷⁷.

Diversas são as receitas direcionadas às donas de casa que prometiam contornar a falta de geladeira: “Não resta dúvida que o ideal é ter uma geladeira para nella conservar-se os comestíveis durante o calor, porem nem todos possuem tal aparelho. Existem, entretanto, varios substitutos”. Para simular uma geladeira, por exemplo, perfurava-se uma “caixa de zinco” e a envolvia com pano úmido, que deveria ser trocado a cada duas horas⁷⁸.

O alto custo e a dificuldade de manutenção sugerem que a geladeira não facilitou a conservação dos alimentos e bebidas no espaço doméstico e esse aspecto pode nos fazer supor que ela não permaneceu por muito tempo no cotidiano das casas, o que não é verdade. As menções à caixa de gelo deixam de ser frequentes nas fontes documentais apenas a partir da década de 1940 e, mesmo assim, não se pode comprovar que ela não foi utilizada depois disso, porque esse objeto

⁷⁵ CONSERVAÇÃO de gelo. *Vida Doméstica*, Rio de Janeiro, n.247, out. 1938, p. 142

⁷⁶ *Ibid.*, p. 130-131.

⁷⁷ PEQUENA Enciclopédia Doméstica. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, n. 38, jul.1945, p.72

⁷⁸ A CONSERVAÇÃO dos comestíveis. *Vida Doméstica*, Rio de Janeiro, n. 104, out. 1926, p. 130.

era considerado uma alternativa para aqueles que não tinham recursos para comprar um refrigerador, aparelho ainda mais caro. Em 1940, no artigo “Os problemas alimentares no verão”, o Dr. Lydie Xavier aconselha que a geladeira seja utilizada para substituir o refrigerador, chamado por ele de “frigidaire”. Para as leitoras que moravam no interior do estado, o autor ainda dispensa as caixas de gelo e indica o uso do porão “espaçoso e muito frêsko sem ser humido” comum nas “velhas casas nobres de outrora”. Bastava acondicionar ali, portanto, um guarda-comidas⁷⁹ com portas de tela de arame⁸⁰.

Ao invés de retirar as geladeiras do mercado, substituindo-as, a concorrência com os refrigeradores parece ter contribuído para que os modelos das caixas de gelo fossem aprimorados de forma a se adequar às normas higiênicas. Isso pode ser observado na geladeira Mappin Stores produzida a partir de 1926, que era “fabricada totalmente de ferro escolhido, laqueada de branco, com ferragens de metal nickelado provida de estantes praticas e desmontaveis”. O anúncio da figura 48 destaca as suas vantagens em relação a outros modelos: “duravel”, “hygienica” e “economica”. A economia de gelo é explicada pelo fechamento hermético das portas, mas a durabilidade e a higiene parecem ser atributos implícitos dos novos materiais explorados pela loja de departamentos neste tipo de produto: o ferro, a pintura laqueada e o metal niquelado, materiais impermeáveis que, se comparados à madeira, são de fácil limpeza e resistentes para suportar a passagem do tempo. Os catálogos do Mappin Stores mostram que este modelo conviveu com as versões em madeira. Observa-se que, em 1927, a “Geladeira Mappin” fabricada em aço é vendida junto de duas versões da marca “Neve”, uma construída em “madeiras proprias” e outra “typo luxo”, de madeira pintada de esmalte branco (figura 49).

⁷⁹ O guarda-comidas “é um pesado armário de madeira, com compartimentos próprios para certos tipos de alimentos e portas vazadas, cobertas por telas de zinco ou arame que permitiam a ventilação interna e evitavam a umidade” (AGUIAR, 2021, p.55).

⁸⁰ [Dr. Lydie Xavier]. Os problemas alimentares no verão. O frio é o meio ideal para a conservação dos alimentos. *Vida Doméstica*, Rio de Janeiro, n.262, jan. 1940, p.13.

4/11/26

MAPPIN STORES
SOCIÉDADÉ ANÓNIMA INGLEZA

GELADEIRA "MAPPIN"

DURAVEL
HYGIENICA
ECONOMICA

ADQUIRA A NOSSA AFAMADA
GELADEIRA QUE SE DESTACA
PELOS PRINCIPAES CARACIE-
RISTICOS:

Fabricada totalmente de ferro escolhido, laqueada de branco, com ferragens de metal nickelado, provida de estantes praticas e desmontaveis.

Fecha hermeticamente e accusa uma notavel economia de gelo.

Após de longos estudos conseguimos obter uma geladeira

PARA TODOS OS LARES!

PREÇO
EXCEPCIONAL DE **165\$⁰⁰⁰**

Para o interior accresce 1C\$000 para a embalagem

VEJAM A NOSSA VITRINA

MAPPIN STORES

Figura 48. Anúncio de Geladeira Mappin, 07.nov.1926. Acervo do Museu Paulista da Universidade de São Paulo.

MAPPIN STORES
SPECIAL FURNISHING CO.

Utensilios domesticos

Geladeiras, Sorveteiros, Talhas, Filtros e congereos



GN 16 - GELADEIRA "Mappin", todo feito de folha de aço, o novo modelo apresenta-se agora mais bonito e, sobretudo, mais eficiente. A geladeira "Mappin" é provida de divisões praticas, desmontaveis, carretilhas na base, fecho automatico e remates nickelados. Pintura a laquê branco ou semelhante madeira.

N. 1	185\$000
N. 2	250\$000



GN 17 - SORVETEIRA "Mcravia" tipo novo extraordinariamente aperfeiçoado. Litros: 1 - 32\$000; 2 - 34\$000; 3 - 43\$000; 4 - 48\$000 e 5 - 56\$000.

NOTA: Cada sorveteira é acompanhada, GRATIS, de um martello para quebrar gelo.



GN 18 - Geladeira "Neve" construida em madeiras proprias, escolhidas, totalmente forrada de chapa zincada inoxidavel, pintura em laquê branco ou em cor de nozeira.

Nogueira: N. 1 - 240\$; N. 2 - 308\$ e N. 3 - 430\$000
Laqueada: N. 1 - 280\$; N. 2 - 415\$ e N. 3 - 530\$000



GN 19 - Geladeira "Neve" tipo de luxo, provida de fino reservatorio de louça para agua gelada, tubo condutor, torneira e porta-copo de metal nickelado. Pintura uniforme de esmalte branco.

N. 2	550\$000
N. 3	620\$000
N. 4	825\$000
N. 5	1.480\$000



GN 20 - Talha de barro para agua, cujos numeros 1, 2, 3, 4, e 5 equivalem ás seguintes capacidades: 6 lit. 12\$, 12 lit. 13\$, 14 - 15\$, 20 - 18\$, 24 lit. 18\$000



GN 22 - Espremedor de limão, em louça branca com depósito

5\$000



GN 21 - Sorveteira "Acme" Inteliramente de ferro zincado, manejo simplis, de rapido asselo. Capacidade de 1 litro 13\$500 e 2 litros 17\$500



GN 23 - Concha de porcelana refractaria pl sorvetes e outras recheadas. Cada Concha marisco natural. Cada 1\$200



GN 24 - Filtro "Brasil" com vela grossa. Capacidade: 3 1/2 lit. 47\$000; 5 " 62\$000; 6 " 65\$000; 9 " 60\$000

Filtro Paulista com velas de 5, 8, 10 e 14 litros respectivamente: 32\$, 35\$, 38\$ e 42\$000



GN 25 - Filtro "Delphin" especial para lugares onde não haja agua encanada. De 1 litro 15\$000 e de 2 litros 18\$000



GN 26 - Carrafa termo toda de aluminio polido. Capacidade: 1/2 litro 12\$000



GN 28 - Cortador de ovos em aluminio 4\$500



GN 30 - Sorveteira "Vacuum-Hymulua" esmaltada de branco. Para 2 litros 42\$000



GN 32 - Campanha para mesa, em aço nickelado, cabo preto. 3\$500 e 3\$000



GN 25 - Abridor de capsulas de garrafa metal nickelado 6\$000



GN 33 - Estante de madeira laqueada para secar pratos 45\$000



GN 31 - Saleiro de porcelana decorada, belos desenhos 12\$000



GN 27 - BATEDOR de cocktail, em metal branco nickelado 28\$000



GN 34 - Estante para pratos, modelado laqueado 68\$000



GN 35 - Estante de madeira laqueada para coxugar pratos 45\$000



GN 36 - Porta-panos para cozinha em madeira laqueada de branco, legendas em porcelana, gancho nickelado 12\$000

— 85 —

Figura 49. Catálogo da loja Mappin Stores, 1927, p. 85. Acervo do Museu Paulista da Universidade de São Paulo.

A análise da série de anúncios do Mappin Stores indica que a partir dos anos 1930 há um esforço em estender à geladeira a função de conservar os alimentos e associá-la à higiene da casa e à manutenção da saúde por meio da alimentação, características associadas ao uso do refrigerador. Este aspecto é percebido especialmente nas estratégias visuais. Ao compararmos a ilustração da figura 50 com os anúncios produzidos nos anos 1910 (figuras 46 e 47), vemos que a representação da porta da geladeira aberta com alimentos a mostra é uma novidade. Ela mostra ao observador os tipos de alimentos que poderiam ser acondicionados no interior, tentando igualar este equipamento ao refrigerador (figura 51): na parte superior do gabinete estão dispostos potes e garrafas, ao lado, os pequenos elementos esféricos numa bacia sugerem que se trata de ovos; abaixo, um ganso está deitado com o pescoço dependurado; por fim, há frutas no canto direito e duas garrafas rotuladas no canto esquerdo da última prateleira. A torneira representada na base indica que ao invés de acumular no fundo e gerar umidade, a água podia ser escoada ou bebida, como sugere o “porta-copo” do lado esquerdo da geladeira “typo luxo” da marca Neve (figura 49). As rodinhas nos pés mostram que a geladeira poderia mudar de lugar, talvez levada para uma área externa, onde o despejo da água resultante do degelo não exigisse a limpeza do chão.

DIÁRIO S. PAULO 2/9/31 R.M. 31/543,02

MAPPIN STORES
SOCIÉDADÉ ANÓNIMA INGLEZA

Salvagarde
a sua
saude!



Adquira agora,
para maior confort
do seu lar, uma
das afamadas

**GELADEIRAS
MAPPIN**

As senhoras, que são, no mundo inteiro, as arbitras do bom gosto, sabem, como ninguém, o quanto uma nota de côr pôde influir na belleza da casa! Por isso, exigem hoje que um ou outro movel, um ou outro utensillo caseiro tenham vivas colorações de forma a tornar mais alegres e mais attractivos os ambientes!

A famosa *Geladeira Mappin*, completamente melhorada, é apresentada agora em lindissimos tons de *verde, azul, laranja, rosa, salmon, canario e branco*, de cuja pintura laqué, brilhante e uniforme, se destacam os seus finos remates de metal polido.

Hygienica — em virtude de sua facilidade de limpeza, — a *Geladeira Mappin* é solidamente construida em forte lamina de aço, tendo as divisões internas, desmontaveis, de chapa galvanizada.

A Geladeira Mappin pode ser agora obtida com pagamento facilitado :

Tamanho	54\$ no acto da compra e 5 quotas mensaes de	40\$
0	61\$ " " " " " 5 " " "	45\$
1	89\$ " " " " " 5 " " "	68\$
2	157\$ " " " " " 5 " " "	115\$

MAPPIN STORES
Secção de Utensilios Domesticos

Figura 50. Anúncio de Geladeira Mappin. *Diário de S. Paulo*, São Paulo, 13.set.1931. Acervo do Museu Paulista da Universidade de São Paulo.

Qual não será o seu contentamento ao vêr que a saúde de sua esposa e de seus filhos está livre de perigo, sem possibilidade de qualquer enfermidade?

O Refrigerador
GENERAL ELECTRIC
idealizado, construído e garantido pela
GENERAL ELECTRIC,
conserva os alimentos em perfeito estado, com um frio constante e secco.

ALIMENTOS GUARDADOS
ACIMA DE 10° C.,
ESTRAGAM-SE

Dê-nos o prazer de sua visita à nossa Exposição permanente de Refrigeradores.

Refrigerador
GENERAL ELECTRIC

Figura 51. Anúncio de Refrigerador General Electric. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, 24.jan.1931. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

As melhorias tornaram as geladeiras esteticamente muito semelhantes aos refrigeradores comercializados no mesmo período. As fichas técnicas presentes no *Manual do Vendedor de Refrigerador General Electric* informam que os primeiros modelos de refrigeradores da marca eram pequenos, tinham altura entre 1,5 e 1,7 metros e largura de 60 a 70 centímetros, sustentados por quatro pés e revestidos com “esmalte ‘Glyptol’ branco e brilhante”. A porta era vedada por “gachetas de borracha e batentes de ‘Textolite’” e aberta por meio de “fecho e dobradiças indestructíveis, de formato moderno e chromadas” ou pressionando-se um pedal. O gabinete interno era “inteiramente de aço, externamente acabado em Glyptol branco e internamente em porcelana” e continha três prateleiras e um evaporador para fabricação de gelo. Em alguns

modelos, o gabinete também tinha iluminação interna. O evaporador era de “[...] aço inoxydavel, provido de porta, também de aço inoxydavel. Resistente, não lasca, hygienico e de fácil limpeza” e podia fabricar de dois a cinco quilos de gelo a depender da quantidade de fôrmas. O motor era dotado de um sistema “hermeticamente fechado, nunca necessitando de atenção nem mesmo lubrificação e de funcionamento extraordinariamente silencioso” com “controles de temperatura e de proteção contra sobrecargas, inteiramente automaticos”. O acionamento se dava por meio de um “botão para ligar e desligar, acessivel e de facil operação” e, em alguns modelos, outro botão também permitia o degelo sem que fosse necessário desligar o equipamento da tomada⁸¹.

O aço inoxidável, o esmalte e o material cromado atribuem aos refrigeradores aspectos de limpeza e durabilidade e os diferenciam das caixas de madeira. Na descrição do gabinete, por exemplo, o aço se apresenta superior à madeira porque não absorve cheiro, empena ou apodrece. A estética também é um diferencial destes materiais: o branco do esmalte garantiria ao produto um aspecto brilhante e, portanto, o “formato e apparencia [...] se harmonisam com qualquer copa ou cozinha”⁸². Mesmo assim, a possibilidade de pintura “semelhando madeira” ou “em cor de nogueira” nos modelos exibidos no catálogo do Mappin (figura 49) mostra que o branco ainda não estava estabelecido como a cor da higiene e pode ter sofrido resistências em ser aceito no espaço da cozinha. A variedade cromática disponível para as geladeiras da loja de departamento (figura 50): “rosa, verde, salmão, laranja, azul e branco” também sugerem a resistência ao uso do branco.

A importância do argumento em prol da substituição das caixas de gelo para impulsionar a inserção dos refrigeradores no mercado paulistano era tamanha que o *Manual do Vendedor* dedica um capítulo inteiro sobre a “Necessidade e Vantagens da Refrigeração Electrica”. Teria sido feita uma experiência no laboratório da empresa nos Estados Unidos com o objetivo de comparar o valor nutritivo dos alimentos conservados pela refrigeração e pela geladeira ou caixa de gelo. Foram deixados na geladeira e no refrigerador “leite, succo de laranja, sopa, costellets de porco e filet” e realizados exames “chimicos e microscopios” a cada 24 horas. No decorrer de quinze dias, a pesquisa apontou que os alimentos colocados no refrigerador se mantiveram em perfeito estado, com preservação de sabor. Na geladeira, por outro lado, resultaram em “adelantado estado de decomposição, máu cheiro” e “decomposto já bolorento”. A temperatura no primeiro

⁸¹ Manual do Vendedor de Refrigerador General Electric, São Paulo, 1933, p.18-26.

⁸² *Ibid.*, p. 20.

caso manteve-se em 5,1°C enquanto, no segundo, partiu dos 12°C até alcançar 24,2°C. Sendo assim,

Como ficou demonstrado acima, não é possível proteger a saúde pela conservação de alimentos com o uso de uma geladeira comum. Pelo simples facto do gelo ser fornecido a horas certas e de não poder ser constantemente substituído, a geladeira nunca tem uma temperatura certa. A´ noite, por exemplo, tendo o gelo derretido, a temperatura da geladeira sobe desmesuradamente. Com o refrigerador tal não acontece. A temperatura ´ uniforme, graças aos controles automáticos. A saúde de toda a familia e, particularmente, a das crianças cujos organismos são fracos ainda, não corre perigo, porque os alimentos que a familia consome são bem conservados [...].⁸³

Mesmo que entendamos estes dados como parte da retórica do fabricante, eles trazem à tona os problemas enfrentados pelo usuário da geladeira: ao derreter o gelo, a temperatura aumentava e, portanto, o resfriamento da carne, frutas, ovos e leite não era satisfatório. Para contemplar todos estes alimentos, ela precisava ser abastecida diariamente, o que resultava em custear a compra do gelo e limpar a geladeira constantemente.

Segundo o *Manual*, a despesa média de gelo de uma família em São Paulo se aproximava de 40 mil réis por mês, valor superior aos 30 mil réis gastos com os quilowatts exigidos pelo refrigerador mensalmente. Mesmo que esse argumento colocasse o refrigerador em vantagem em relação à caixa de gelo, o valor do equipamento elétrico era “uma questão delicada”⁸⁴ nas estratégias de convencimento e, por isso, poucos são os anúncios que informam o preço do refrigerador nos primeiros anos de participação no mercado paulista. Em dezembro de 1931, um anúncio da General Electric informa que o produto poderia ser pago em 24 parcelas que variavam entre 121 e 161 mil-réis, a depender do modelo. Isso significava um valor entre três e quatro contos-de-ris⁸⁵. Ao compararmos este número ao melhor modelo de geladeira informado na figura 50, percebemos que o refrigerador significava aproximadamente quatro vezes o preço da geladeira. Esta grande diferença pode ter incentivado o Mappin e a Neve a ampliar seu público consumidor apresentando diferentes tamanhos e valores para seus produtos, além de facilitar o pagamento

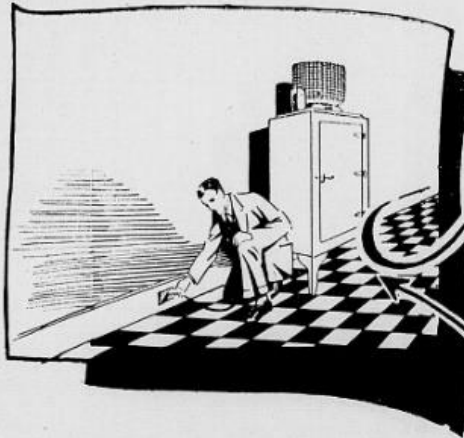
⁸³ Manual do Vendedor de Refrigerador General Electric, São Paulo, 1933, p.80.

⁸⁴ *Ibid.*, p. 83

⁸⁵ O modelo de 5,5 ps cúbicos custava prestações mensais de 121\$000 e o modelo de 7,5 ps cúbicos, 161\$000. No final de 24 parcelas o valor do primeiro era 2:904\$000 e do segundo, 3:864\$000. Cf: Anúncio de refrigerador General Electric. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 14.dez.1930, p. 13.

parcelado, atingindo, assim, o cliente que não podia pagar prontamente por um refrigerador elétrico.

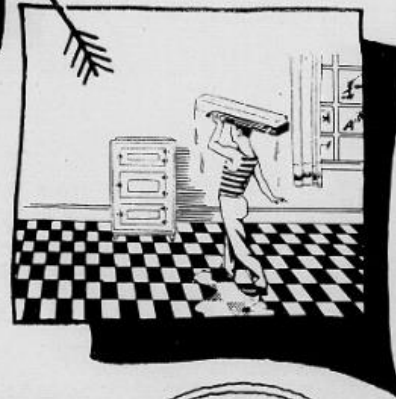
O anúncio da figura 52 mostra com clareza a condenação do uso da geladeira pelos fabricantes de refrigeradores elétricos. A análise atenta desse documento nos mostra que não se tratava apenas de introduzir um novo objeto na cozinha, mas de contrapor dois ambientes. O primeiro é caracterizado pelo vendedor de gelo, um homem que veste roupas comuns. Ele caminha de forma desajeitada com o bloco de gelo apoiado na cabeça e encharca o chão com água no percurso. Neste cenário, a casa está sujeita à interferência de um sujeito desconhecido, que causa infortúnios para a dona de casa. O segundo é caracterizado por um homem vestido de terno, elegante, que se abaixa sem esforço para ligar o refrigerador na tomada. Ele representa outra relação com o espaço público, mediada por uma empresa que transmite distinção e polidez no contato com o cliente, sugerindo um novo valor para a cozinha.



A conservação dos alimentos pelo frio secco e' de uma importancia capital para a saúde,

razão porque, nos lares modernos, o Refrigerador "General Electric" é útil tanto no inverno como no verão. Produzindo uma temperatura constante de cinco graus acima de zero, garante todas as suas propriedades nutritivas -- a carne, as fructas, o leite, etc., não estão expostos ao perigo da humidade.

O Refrigerador "General Electric" não requer cuidados, dando somente benefícios e prazer.

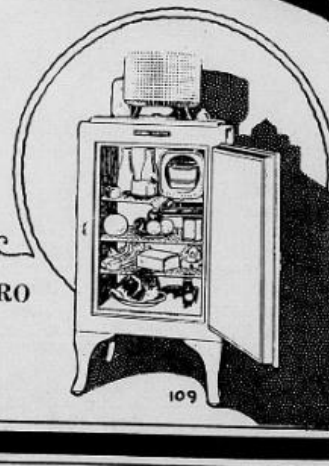


FACILITA-SE O PAGAMENTO

Visite a nossa exposição ou envie-nos o coupon abaixo

GENERAL  ELECTRIC

Avenida Rio Branco, 60/4 — RIO DE JANEIRO



Queira enviar-me o seu boletim de Refrigeradores GENERAL ELECTRIC.

Nome

Endereço

V.D.

Figura 52. Anúncio de Refrigerador General Electric. *Vida Doméstica*, Rio de Janeiro, n.134, mai.1929, n.p. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

2.3 O refrigerador é a nova despensa

As mudanças alimentares estipuladas pelo padrão higienista diversificaram o cardápio do dia a dia, possibilitando o preparo de refeições muito bem programadas e executadas. A refrigeração doméstica foi ao encontro dessas propostas ao garantir a disponibilidade de alimentos frescos por mais tempo, além de conservá-los sem a necessidade de técnicas consideradas indesejadas, como a defumação, que causava fumaça e fuligem e estava diretamente associada a outro equipamento considerado pela crescente indústria de eletrodomésticos ainda mais antiquado do que a geladeira, o fogão a lenha. Assim, a dona de casa economizaria as idas diárias ao mercado e à feira para comprar carne, frutas, legumes e verduras a serem consumidas durante a semana. A armazenagem e a conservação de alimentos promovidas pelo refrigerador fizeram desse equipamento um grande móvel que se propunha a cumprir a função de outros objetos já existentes na cozinha, como os armários, o guarda-comidas, a fruteira, o jirau-fumeiro e os potes, para citar alguns. A adaptação dos equipamentos elétricos à realidade cotidiana do espaço doméstico se fez de modo a tentar substituir o que era então considerado “tradicional” pelo elemento técnico e o quarto de despensa foi o principal alvo desta disputa: “O Refrigerador não é só uma geladeira, é ao mesmo tempo uma verdadeira despensa e um creado de confiança”⁸⁶.

A destinação de um espaço para a conservação dos alimentos era comum entre os paulistas desde o período colonial. A despensa podia ser um cômodo específico ou alguns locais dentro e fora da casa, onde se reuniam os mantimentos e eram realizados os processos de conservação, como a aplicação de sal às carnes, a defumação sobre o fogão a lenha, a secagem ao sol, a fabricação de compotas feitas dos frutos colhidos dos quintais e o armazenamento de latas e potes. Em alguns casos, havia a separação de dois ambientes: um destinado ao armazenamento e outro voltado para os alimentos que estavam em processo de prolongamento da sua durabilidade, como as carnes. Neste último caso, a despensa em si atuava como “agente de conservação” (AGUIAR, 2021, p. 51-60).

Foi apenas a partir da renovação arquitetônica dos palacetes paulistanos, entre os séculos XIX e XX, que a despensa foi definida como um ambiente especializado (CARVALHO, 1996, p.165-200). Na “casa moderna” as economistas domésticas viam neste cômodo um instrumento útil para a organização racional dos mantimentos. Mas, a opinião a favor de sua permanência não

⁸⁶ Manual do Vendedor de Refrigerador General Electric, 1933, p.85.

era unânime. Para o manual *O Lar e saúde da família*, por exemplo, “A’ excepção do porão e da privada, talvez nenhum outro lugar da casa é tão negligenciado e destituído das condições de salubridade do que a despensa”. Por isso se aconselha a sua substituição pelos armários da cozinha⁸⁷.

Havia prescrições rígidas que envolviam a manutenção dos alimentos na despensa segundo o método higiênico. A preocupação se concentrava em torno das carnes, do leite e dos laticínios, que são alimentos de rápida deterioração. Assim que recebidas as compras, as carnes deveriam ser examinadas de forma a eliminar pedaços imperfeitos e/ou que exalavam mau cheiro. Era possível, de um dia para o outro, mantê-las em uma vasilha de alumínio ou de esmalte, ou em uma vasilha de barro, com o alimento imerso em uma solução de suco de limão, sal e pimenta. A vasilha de barro servia também para impedir o derretimento da manteiga, que deveria estar envolta em um pano úmido. O pano de linho, por sua vez, embebido no vinagre, conservava o queijo. Era aconselhável, ainda, que o leite fosse fervido e depois despejado na garrafa, e esta, então, guardada em local fresco ou recoberta com gelo em um vaso de barro. Por fim, frutas e legumes deveriam ficar dispostos em local escuro sem contato entre si⁸⁸.

A despensa ideal de Vera Cleser era voltada para o sul, bem ventilada, de paredes caiadas e chão de cimento ou ladrilho. Nas paredes, as prateleiras mantinham as latas de mantimentos longe do chão. Acima delas, ficavam as “conservas em latas e vidros, latas e garrafas vazias, sabão disposto sobre uma taboinha de modo a secar, a caixa de velas com a sua tampa de folhas, a caixa de ferramenta, os utensílios de cozinha fóra de uso diário”⁸⁹. Na parede oposta à entrada da luz solar, um armário fechado com chave abrigava as garrafas de vinho. Além dele, o guarda-comida, uma mesa, uma balança, uma caixa para temperos e “numerosos e fortes ganchos para o toucinho, a carne secca, as redes com cebolas e alho, o saquinho de linho branco com o pão, as cestas do mercado e do açougue, os sacos vazios (...)”⁹⁰ compunham o ambiente. Às sextas-feiras varria-se o chão e limpava-se o guarda-comidas e as prateleiras com água quente e pano, forrando-as com

⁸⁷ [O] LAR e a saúde da família: manual domestico. 5ªed. São Paulo, Sociedade Promotora da Saúde no Brasil: Estação de São Bernardo, [1922], p. 110.

⁸⁸ A CONSERVAÇÃO dos comestíveis”. *Vida Doméstica*, Rio de Janeiro, n. 104, out. 1926, p. 130.

⁸⁹ CLESER, Vera. *O lar doméstico: conselhos para boa direcção de uma casa*. Rio de Janeiro; São Paulo: Laemmert & C., 1902 [1898], p. 160.

⁹⁰ *Ibid.*, p. 161.

papel⁹¹. Uma vez por mês, espanava-se o teto e as paredes, além de “mandar tapar os buracos que os ratos por ventura tenham feito”⁹².

Assim, Viviane Aguiar mostra que as despensas das “casas modernas” eram o “escritório contábil feminino”, onde

se depositava, se organizava e se fazia render o patrimônio cotidiano e em que se investia em um futuro em curto e longo prazo. Em curto, porque era ali que se manejava a alimentação cotidiana e o equilíbrio financeiro da casa; em longo, não apenas por causa das economias, mas também porque partia dali uma garantia de que filhos e maridos seguiriam fortes e saudáveis, capazes de trabalhar e de dar continuidade ao idealizado e eterno ciclo do lar, em que homens o *provêm* e mulheres o *mantêm* (AGUIAR, 2021, p. 62).

A dona de casa controlava os alimentos disponíveis ali, prevendo o momento de ir às compras e o dinheiro que podia gastar nas feiras e mercados. A autora demonstra que é por meio da chave da despensa que a dona da casa exerce o poder feminino. Carregando o objeto junto à cintura ou no pescoço, ela reforçava hierarquias sociais e raciais dentro da casa, envolvendo em uma atmosfera de medo suas empregadas, como a cozinheira, a quem entregava os ingredientes exatos para o preparo das refeições (AGUIAR, 2021, p. 65-96).

As críticas direcionadas à insalubridade das despensas contribuíram para que, direta ou indiretamente, o refrigerador fosse anunciado como seu substituto. Ele era, em si, fruto da racionalidade da ciência e do desenvolvimento industrial, e o fato de o funcionamento técnico garantir uma suposta exatidão nos resultados o colocava em vantagem num espaço doméstico que cumpria normas muito bem estabelecidas de eficiência e higiene. No anúncio da figura 53, por exemplo, a despensa é considerada inapropriada para o armazenamento dos mantimentos, porque apresenta altas temperaturas em seu interior. Neste sentido, a refrigeração seria mais conveniente, pois conservaria as qualidades nutritivas dos alimentos. Nesse documento, é do homem a decisão sobre a compra do refrigerador. Se já não o tivesse em sua casa, ele podia se preparar para adquiri-lo depois que a vitória dos Aliados colocasse fim à Segunda Guerra Mundial, quando as fábricas da General Electric voltariam a fabricar bens de consumo no lugar de aparelhos bélicos.

⁹¹ *Ibid.*, p. 79-80.

⁹² CLESER, Vera. *op. cit.*, p. 163.



**OS ALIMENTOS QUE SE CONSOMEM EM
SEU LAR são *Realmente Sadios?***

E verdade que a cozinheira os trouxe do mercado esta manhã... Mas onde os guardou? Na cozinha ou na dispensa, onde, mesmo não se deteriorando pelo calor, poderão perder muitas de suas qualidades nutritivas? Ou em um bom refrigerador elétrico, que conserve as suas vitaminas e outros elementos de alto valor para a saúde? Tôdas as autoridades em nutrição declaram que a conservação adequada dos alimentos é de importância vital. Se o Sr. tem a sorte de possuir um refrigerador General Electric, procure conservá-lo em perfeito estado... Se não o possuir, prepare-se para adquiri-lo depois da Vitória.

O Instituto de Economia Doméstica da General Electric preparou vários folhetos sôbre a seleção, conservação e preparação dos alimentos. Além das informações científicas que fornecem, êsses folhetos apresentam novas idéias para tornar os menús caseiros mais variados. A General Electric S. A., Rio de Janeiro, terá a máxima satisfação em enviar a V. S. uma coleção dêsses valiosos folhetos. V. S. também poderá pedi-los diretamente à International General Electric Co., Inc., Schenectady 5, N. Y., E. U. A.

NC 47

GENERAL  ELECTRIC

A Serviço da Campanha Panamericana de Nutrição

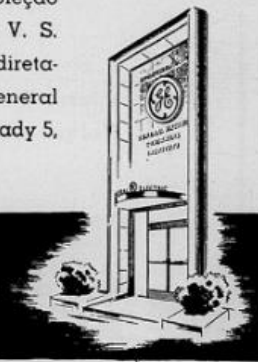
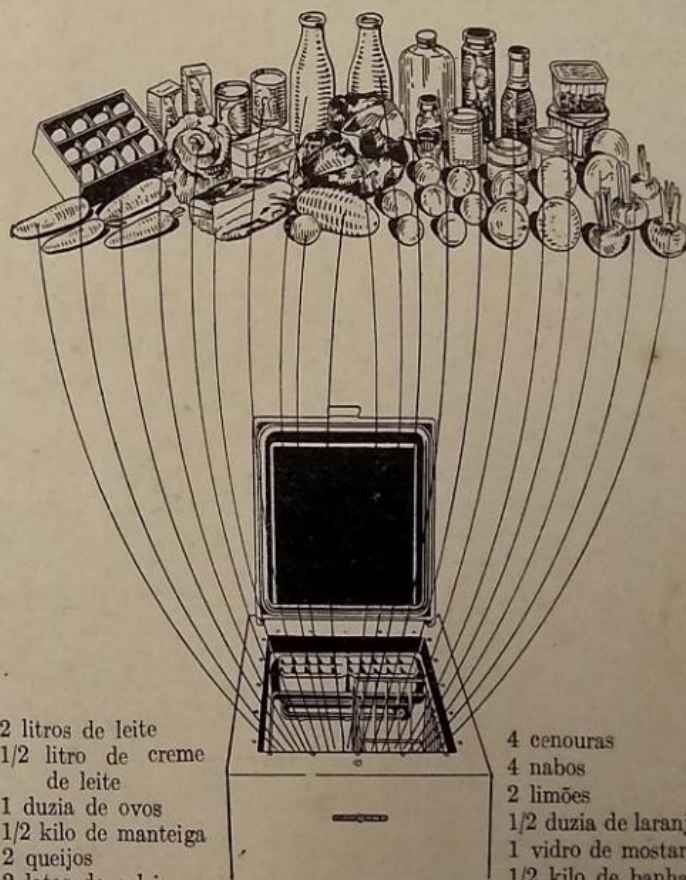


Figura 53. Anúncio de refrigerador General Electric. *Vida Doméstica*, Rio de Janeiro, nov. 1944. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

A figura 54, que ilustra o *Manual do Vendedor*, corrobora essa perspectiva ao mostrar que diferentes tipos de alimentos podiam ser armazenados no refrigerador, aspecto que é também observado em praticamente todos os anúncios do equipamento, quando ele é representado com a porta aberta, mostrando o interior do gabinete. Mas a introdução de um novo objeto no cotidiano da cozinha não foi feita sem que houvesse assimilações dos antigos hábitos às novas práticas. Alguns itens listados no *Manual* não necessitavam de refrigeração, podendo, por isso, ser mantidos na despensa. É o caso do “pickles”, que usa o sal como conservante, das “compotas” e “geleias”, que preservam as frutas por meio do açúcar, do “toucinho”, cuja defumação prolonga a integridade da carne, do “molho de mostarda”, que tem condimentos capazes de manter o sabor e a textura por bastante tempo em ambiente natural, da “banha”, utilizada para conservar a carne ou para passar no pão e, finalmente, dos enlatados e ovos. Mesmo assim, esses produtos são elencados como possíveis itens a serem guardados ali, como se, dessa forma, o fabricante garantisse que os métodos tradicionais de conservação poderiam ser incorporados ao refrigerador. Em outras palavras, poderiam ser substituídos por uma alternativa, agora, anunciada como muito melhor.

O REFRIGERADOR "MASCOTE"
COMPORTA TUDO ISTO!



2 litros de leite
1/2 litro de creme
de leite
1 duzia de ovos
1/2 kilo de manteiga
2 queijos
2 latas de geleia
1 vidro de pickles
1 vidro de compota
1 kilo de toucinho
2 1/2 kilos de carne

1 kilo de tomates
1 cabeça de alface
1 pepino grande

4 cenouras
4 nabos
2 limões
1/2 duzia de laranjas
1 vidro de mostarda
1/2 kilo de banha
2 potinhos para sobras
1 garrafa para agua
2 fôrmas com 20
cubos de gelo

Figura 54. "O refrigerador 'Mascote' comporta tudo isso!". Manual do Vendedor de Refrigerador General Electric", São Paulo, 1933. Acervo da Fundação Energia e Saneamento do Estado de São Paulo.

A possibilidade de comprar alimentos em grande quantidade continuava a favorecer o controle financeiro exercido pela dona de casa se ela adquirisse o refrigerador, com a vantagem de que ela poderia ir às compras nos dias de ofertas:

Os resultados da aquisição em grande quantidade. – Como toda dona de casa sabe muito bem V. Ex. que os preços dos gêneros no mercado variam conforme as épocas de ano, a maior ou menor procura e a sua abundância ou carência. O ideal é, portanto, adquirir maior quantidade na época dos preços baixos afim de fugir à carestia, quando a mesma se manifesta. A economia resultante é apreciável, mas nem sempre poderia ser realizada outrora. De fato, a deterioração de certos gêneros por efeito do calor e umidade redundaria antes em vultuoso prejuízo. O Refrigerador G.E. vem dar às donas de casa a possibilidade dessa economia, pois conserva o stock de gêneros perfeitamente são, a uma temperatura constantemente fria e seca, nunca superior a 10°C.⁹³

Apesar disso, a refrigeração não eximiu a necessidade de organizar os mantimentos numa ordem racional e manteve as exigências de limpeza, que mudaram a rotina de higiene da casa. Se na despensa de Vera Cleser a incidência de luz solar e a ventilação eram as principais preocupações da dona de casa, para organizar o interior do refrigerador e saber em qual prateleira dispor cada tipo de alimento, ela deveria compreender as variações de temperatura dentro do gabinete, conhecendo o fluxo das correntes frias e quentes. Assim, os legumes e vegetais deveriam ficar na parte debaixo junto das carnes, e os laticínios e bebidas próximas ao evaporador (figura 55):

A circulação do ar se estabelece em virtude da diferença de densidade das suas camadas: o ar frio tende a descer, e o ar quente, ao contrário, a subir. Circulando assim constantemente pela camara, a camada emittida pelo evaporador refrigera os alimentos absorvendo-lhes o calor e a humidade. Assim aquecida, sóbe passa pelo evaporador, esfria-se de novo e recomeça a circular. Em razão desses factos physicos, é de toda conveniencia manter os alimentos guardados em vasilhas tampadas, afim de que não percam a humidade.⁹⁴

⁹³ Manual de instruções de refrigerador da fabricante General Electric, [1942-1943], p. 8.

⁹⁴ Manual de instruções de refrigerador da fabricante General Electric, 1932, p. 13.

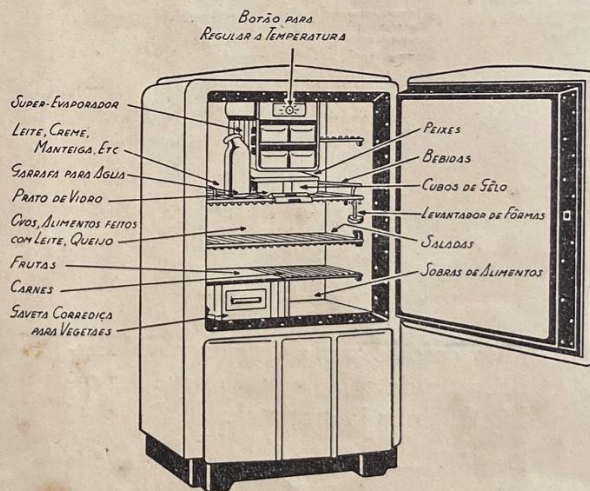
Ideal distribuição de Alimentos

Como se deve arrumar os alimentos no Refrigerador

O espaço de um refrigerador, qualquer que seja o seu tamanho, é valioso e, portanto, toda atenção e cuidado devem ser dados na arrumação das suas prateleiras, afim de aproveitá-las com a máxima eficiência.

Em verdade, não ha mais do que duas ou três regras simplíssimas a observar, na arrumação dos alimentos, no refrigerador. Por exemplo: "Não devemos cobrir o que a natureza já dotou de casca, como laranja, melão,

etc. Naturalmente, o contrário é aconselhado para os alimentos desprovidos de casca".
Legumes e verduras frescas devem ser lavados e postos na gaveta respectiva, e todos os alimentos que precisam conservar uma reserva de umidade devem permanecer cobertos. É aconselhável conservar cobertos também os alimentos de cheiro forte, bem como colocá-los na parte superior esquerda do gabinete. A livre circulação de ar frio, no interior do gabinete, é necessária à refrigeração perfeita. Reserve o refrigerador para os alimentos *deterioráveis*.



etc. Naturalmente, o contrário é aconselhado para os alimentos desprovidos de casca".

Legumes e verduras frescas devem ser lavados e postos na gaveta respec-

A figura acima, bem como o diagrama ao seu lado, darão uma idéia da maneira prática de se armazenar, com proveito de espaço, os alimentos no refrigerador.



Figura 55. "Como se deve arrumar os alimentos no Refrigerador". *Manual de instruções de refrigerador da fabricante General Electric, São Paulo, [1942-1943], p. 8. Coleção particular.*



Figura 56. Descongelo regular e rápido. Manual de instruções de refrigerador da fabricante General Motors (Frigidaire), São Paulo, [1950-1960], p. 8-9. Coleção particular.

Algumas fabricantes de refrigeradores aconselhavam que o degelo devia acontecer ao menos uma vez por semana, um processo moroso, dado que em modelos mais antigos demorava 40 minutos. O equipamento era esvaziado e desligado para que o evaporador descongelasse e a água resultante do degelo caísse numa fôrma colocada embaixo dessa peça. Para acelerar o processo, inseria-se uma vasilha com água quente dentro do equipamento, facilitando o aumento da temperatura no gabinete⁹⁵. Nas instruções da Frigidaire aconselha-se ainda que os alimentos fossem embrulhados em papel de jornal para preservar a sua temperatura até que pudessem retornar ao refrigerador, aumentando o tempo do processo (figura 56). Mesmo quando a opção de degelo foi incorporada ao mecanismo e os alimentos não precisavam mais ser retirados do interior do

⁹⁵ Manual de instruções de refrigerador da fabricante General Electric, São Paulo, 1932, p. 13.

equipamento, ainda era preciso deixar o gelo descongelando durante toda a noite para garantir um bom resultado⁹⁶.

Outras fabricantes pediam que a limpeza fosse feita ao menos uma vez a cada 15 dias ou caso algum alimento ou bebida não tivesse sido derramado acidentalmente no gabinete antes disso. Para tanto, era preciso diferenciar os materiais de que eram compostas as partes do refrigerador e as substâncias químicas apropriadas para cada uma delas: no interior, usava-se água morna com uma colher de sopa de bicarbonato de sódio; para o exterior, “uma simples solução de água e sabão de côco removerá, instantaneamente, qualquer marca de dedo, de líquido entornado, ou outra mancha”, garantindo “a alvura do exterior do Refrigerador GE., e o brilho de seu esmalte Glyptal”⁹⁷. No modelo Frigidaire, o bicarbonato continuava sendo recomendado para o gabinete “de porcelana”, mas para a guarnição de borracha adicionava-se “sabão fraco” à água morna. Por fim, para manter um aspecto intacto, os materiais “abrasivos”, como as “esponjas de aço”, deveriam ser evitados, assim como os “saponáceos”⁹⁸.

Assim, a justificativa para a substituição da despensa pelo refrigerador fixou-se fortemente na sedução promovida pelo uso dos novos materiais e no uso de maquinário tecnológico que materializava e automatizava a racionalidade. Esta lógica econômica e racional era antes desenvolvida de maneira corporal ao que se somavam equipamentos ou ferramentas manuais, com baixo grau de mecanização. A rotina da cozinha, no entanto, regida por regras de higiene, não melhorou significativamente, bem como o trabalho realizado pelas mulheres responsáveis por limpar o ambiente e os seus objetos e móveis. A sobrevivência da despensa – como cômodo ou enquanto mobiliário –, como se sabe, indica, ainda, que o refrigerador trouxe um aumento no tempo e no esforço dedicados às tarefas da cozinha.

2.4 Com o liquidificador exerce-se a maternidade

Enquanto os refrigeradores comercializados nos anos 1920 e 1930 conviveram com o início da estruturação de um aparato estatal para promover a mudança da alimentação, da casa e da família, os liquidificadores usufruíram do argumento pela boa saúde para justificar a sua

⁹⁶ Manual de instruções de refrigerador da fabricante General Motors (Frigidaire), São Paulo, [1950-1960], p. 8.

⁹⁷ Manual de instruções de refrigerador da fabricante General Electric, São Paulo, 1943, p. 4.

⁹⁸ Manual de instruções de refrigerador da fabricante General Motors (Frigidaire), São Paulo, [1950-1960], p. 10.

funcionalidade e impulsionar as vendas nos anos 1940, difundindo modelos que começaram a ser gestados nos anos anteriores. O que se observa, entretanto, é que o uso de termos científicos nos anúncios de liquidificadores diminui e a ideia de maternidade higiênica emerge como uma questão já naturalizada. As mulheres, no papel de mães e esposas, vão progressivamente ocupando os anúncios como consumidoras e usuárias dos eletrodomésticos, chegando a ser onipresentes nas peças publicitárias mais recentes, em que só dividem a cena com os maridos quando deles recebem o eletrodoméstico de presente (figura 57).

Essa percepção vai ao encontro do argumento defendido por Elizabete Kobayashi (2018, p. 745) de que, a partir dos anos 1940, com o aprimoramento da imprensa e da publicidade, os anúncios de produtos para a limpeza do corpo e da casa, alimentos processados e equipamentos domésticos insinuavam que o consumo era o meio de ingresso em um mundo salubre e moderno. De preço mais acessível, os liquidificadores e as batedeiras, lançados na mesma época, alcançaram as consumidoras que não tinham condições financeiras de adquirir os eletrodomésticos de grande porte, como refrigeradores e enceradeiras⁹⁹. Isso pode ter contribuído para que mulheres de classes menos abastadas pudessem, finalmente, se ver utilizando objetos considerados mais higiênicos e modernos, os quais elas até então só viam nos periódicos e nas vitrines das lojas.

Os manuais de instrução dos liquidificadores relacionam recorrentemente a alimentação saudável ao uso desses equipamentos. Em manuais da Walita, o texto introdutório escrito pela professora da Escolinha Walita, Jandira de Ramos Guedes, mostra como a questão da saúde estava intrinsecamente ligada à manutenção da família a partir da diferenciação de papéis de gênero, em que a mulher alcança a felicidade por meio do bem-estar do marido e do filho:

Quero ser a primeira a cumprimentá-la.

A senhora adquiriu um Walita, adquiriu, portanto, uma fonte inesgotável de saúde e de economia de tempo.

Ao usar o seu Walita, na preparação de pratos e de sucos, a senhora estará aproveitando, em seu valor integral, todo o teor vitamínico dos legumes e das frutas empregadas nos mesmos. Estará, portanto, contribuindo para o desenvolvimento sadio de seu filhinho, para o sucesso de seu marido, enfim, para a sua própria felicidade. Felicidade essa, baseada no sorriso franco de um rostinho rosado, no bom humor de um homem bem

⁹⁹ De acordo com Débora Oliveira (2010, p. 141), em 1957 metade das casas brasileiras tinham um liquidificador, sendo que dois terços eram da marca Walita.

alimentado e na espôsa sadia que está sempre disposta e que com satisfação se dedica ao que há de mais belo na vida – o LAR.¹⁰⁰

GANHEI!

...ganhei o meu liquidificador

Quando meu marido trouxe o meu WALITA - PERFEIÇÃO ABSOLUTA, fiquei realmente satisfeita. Ganhei com a escolha, porque o meu Walita é lindo, mais moderno e mais bonito do que qualquer outro liquidificador. Além disso, posso preparar qualquer receita suavemente, com a velocidade "Toque-Pluma"... e sem nenhum perigo de trincar o copo de vidro "PYREX"*, que aguenta rápidas mudanças de temperatura. É natural que eu esteja orgulhosa de possuir um liquidificador tão fabuloso, não é mesmo?

Um produto da ELETRO-INDÚSTRIA WALITA S.A. - São Paulo
Filiais: Rio de Janeiro - Porto Alegre - Recife - Curitiba - Belo Horizonte

*PYREX - marca registrada da Corning Glass Works

Walita

NOVO MODÉLO
Perfeição absoluta

Figura 57. Anúncio de liquidificador Perfeição Absoluta da Walita. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, out.1960. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

¹⁰⁰ Manual de instruções de liquidificador da fabricante Walita, São Paulo, [1959], p. 50.

Os manuais são destinados diretamente às mulheres, donas de casa, mães e anfitriãs. As receitas que fazem parte dessas publicações reafirmam as funções femininas, elas são voltadas para a alimentação de bebês, crianças, convalescentes e para a recepção de convidados. O caso do modelo Arno comemorativo do IV Centenário de São Paulo é um exemplo. As receitas publicadas ali seriam certificadas pelos “melhores dietetas” e “primeiras casas de Saúde do país”, destinadas ao tratamento de diversos tipos de doenças, como “Anemia”, “Doenças de estômago e intestino”, “Úlceras”, “Prisão de ventre”, “Diarréia”, “Nefrite”, “Alergia” etc. Em outro modelo da mesma marca, o receituário é antecipado por duas tabelas, que indicam o teor nutritivo de diversos alimentos, utilizando termos técnicos que parecem ser de conhecimento da leitora, como “proteína”, “hidrato de carbono” e “caloria”, além de sugerir que ela soubesse as qualidade de cada uma das vitaminas tabeladas (figura 58).

TABELA DO TEOR NUTRITIVO DOS ALIMENTOS

ALIMENTOS	Proteína %	Gordura %	Hidrato de Carbono %	Calorias em 100 grs %
CARNE				
Carne de vaca meio gorda	19	8	—	150
Carne de porco meio gorda	15	31	—	340
Peixe grelhado	10	1	0	50
OVOS				
1 ovo (50 gramas)	6,4	5,7	0,3	80
1 clara de ovo (30 gramas)	3,2	0	0,2	14
1 gema de ovo (15 gramas)	2,5	5	0	55
100 gramas - gema de ovo	12,8	11,5	0,7	160
LEITE E NATA				
Leite de vaca - 1 decl.	3,3	3,6	4,8	70
Nata	3	20	4	210
QUEIJO				
Tipo suíço (gordo)	28	31	2	400
GORDURA				
Manteiga	0,6	81	0,4	730
Banha animal ou vegetal	0	96	0	890
Óleo - 1 decl.	0	100	0	900
FARINHA etc.				
Farinha de trigo	11	1	75	360
Arroz	7,6	0,3	79,4	350
PÃO				
Torrada	10	3	75	375
Pão completo	8,5	2	52,3	260
AÇÚCAR				
.....	0	0	100	400
CACAU EM PÓ				
.....	9	18,8	31	330
LEGUMES				
Em média	2	1	5	35
Cenoura, rabanete etc.	1,1	0,2	8,2	40
Vagem	2,6	0,1	6,3	35
Alface	1,2	0,2	3	18
Ervilha amarela (seca)	23,8	1,4	60,2	350
Batata com casca	2	0,1	19,1	85
FRUTAS				
Em média	0,4	0,6	13	60
Avelã	12,7	60,9	17,7	670
Nozes	15	64,4	15,6	700

Figura 58. “Tabela do teor nutritivo dos alimentos”. Manual de instruções de liquidificador do fabricante Arno, São Paulo, 1954, p. 8-9. Coleção particular.

A relação entre liquidificador e saúde se estabelece pelas características do processamento e pelos materiais utilizados no equipamento. O aparelho liquefaz o alimento, ou seja, torna-o líquido ou pastoso, facilitando a ingestão e estimulando o consumo de sucos, vitaminas e sopas. Além disso, o fato de ele bater legumes e frutas apenas mudando a sua consistência parece ser o motivo pelo qual se afirma que ele mantém as qualidades nutritivas dos alimentos. Os materiais utilizados para a fabricação do liquidificador são associados à higiene no processamento do ingrediente, porque as peças são feitas de metal, vidro e plástico, materiais facilmente laváveis e que supostamente não alteram o sabor dos alimentos.

O trecho abaixo associa facilidade à manutenção das propriedades dos alimentos processados pelo liquidificador elétrico. Ele afirma que muito rapidamente se obtém a liquefação do alimento, que “retém todo o valor nutritivo dos alimentos e as vitaminas” e, por isso, ele poderia ser utilizado na dieta de crianças, pessoas idosas e convalescentes:

O que era antes um trabalho exaustivo e demorado, será hoje com o seu maravilhoso WALITA – uma questão de segundos. Verá como é fácil misturar, liquidificar carnes, vegetais e frutas, combinar alimentos e substâncias variadas. E WALITA retém todo o valor nutritivo dos alimentos e as vitaminas tão preciosas a êstes pequenos organismos em crescimento. A senhora não compreenderá como foi possível viver sem o WALITA por todo êste tempo!¹⁰¹

Esse argumento é retomado por uma série de anúncios publicados em jornais e revistas, como este da figura 59. Defende-se que a centrífuga, adaptada ao motor do liquidificador, extrai todas as vitaminas e sais minerais dos alimentos, sendo ideal para “uma alimentação sadia e racional”. Parece haver nesse anúncio uma mudança na percepção do que é saudável e saboroso porque o bagaço, por exemplo, passa a ser considerado como “sêco e pesado, que engorda e prejudica a digestão” e a adoção dessa perspectiva sugere que passa a haver maior desperdício de partes dos alimentos que podiam estar sendo consumidas até então. Outro aspecto a ser ressaltado é o vínculo dos eletrodomésticos com as novas dinâmicas alimentares explicitado na afirmação de que alimentar-se bem comendo pouco é propício para os filhos e doentes, mas também favorece a dieta de emagrecimento das mulheres, argumento que passa a ser frequente a partir do padrão estético de corpo feminino “ideal” anos 1950.

¹⁰¹ Manual de instruções de liquidificador da fabricante Walita, São Paulo, [1959], p. 50.

**Alimente-se bem
comendo pouco!**

CENTRÍFUGA *Junior*

...acessório exclusivo
do **LIQUIDIFICADOR**

Walita

GRÁTIS! ESPREMEDOR DE FRUTAS

Adapta-se na Centrifuga Júnior. Espreme rapidamente laranjas, abacaxis, limões e muitas outras frutas.

Diets de todos os tipos!
Mais leves! Mais completas! Para regimes de emagrecimento, de convalescentes, gestantes, esportistas, estudantes.

Alimentos para crianças e pessoas de idade!
Torna muito mais fácil o preparo dos pratos nutritivos e de fácil digestão que o médico aconselha.

Centenas de receitas deliciosas!
Sucos, coquetéis, sorvetes, doces, sobremesas – uma infinidade de coisas gostosas para enriquecer sua mesa!

**Extrai o suco integral das frutas e legumes –
deixa de lado a polpa seca e sem valor!**

É indispensável ao bebê, à mocinha, à vovó – e a todos que desejam uma alimentação sadia e racional. Os sucos de legumes e frutas, extraídos na Centrifuga Júnior são riquíssimos em vitaminas e sais minerais. Não é preciso ingerir o bagaço seco e pesado, que engorda e prejudica a digestão! A Centrifuga Júnior é elegante, resistente, fácil de manejar. E o seu preço está ao alcance de todos. Procure informar-se.

À venda em todos os Revendedores Walita, com grandes facilidades de pagamento

Própria também para restaurantes, hotéis, escolas, hospitais

Produto da **ELETRO-INDÚSTRIA WALITA S. A.** – Caixa Postal 4.386 – São Paulo
A maior fábrica de aparelhos elétrico-domésticos da América do Sul

Figura 59. Anúncio de Centrifuga Walita. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, n.6, nov.1955 Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

A compreensão do liquidificador como um objeto técnico e fruto da indústria é facilitada pelas informações e representações visuais presentes nos manuais de instruções, informando que o funcionamento do equipamento foge ao conhecimento empírico da usuária. Na lista de peças presente na contracapa de todos os manuais das marcas Walita (figura 60) é possível entender a composição do equipamento, os materiais de que é fabricado, suas qualidades e a função que cada peça cumpre. O copo de vidro, por exemplo, é “resistente”; a vedação entre o copo e as “faquinhas” é possibilitada por um “anel” feito de “borracha”; a borracha também garante que os pés do liquidificador absorvam as vibrações quando o equipamento está em uso, não arranhando a base onde ele está apoiado; a presença de “guias de ar” permite que o motor seja refrigerado; e, por fim, a potência de “250 watts” do motor proporciona alta rotação.



Figura 60. Manual de instruções de liquidificador da fabricante Walita, São Paulo, [1955-1956], n.p. Coleção particular.

O preparo higiênico e o aproveitamento econômico dos alimentos são atributos resultantes do vínculo do tecnicismo com a ciência e, conseqüentemente, com a racionalidade. Por esta perspectiva, os eletrodomésticos são considerados recursos científicos, tanto pelos materiais de que são compostos quanto pelo fato de funcionarem por meio da energia elétrica. Todos estes elementos são fruto da transformação da natureza pelo ser humano e, portanto, entendidos como resultado do progresso material.

2.5 Passar por peneira ou pelo liquidificador?¹⁰²

Dada a dimensão do consumo de liquidificadores, é comum imaginar que esse equipamento sempre esteve presente na cozinha e que ele é indispensável para a prática culinária, tendo inaugurado funções no processamento dos ingredientes. Afinal, de que outra forma fazer uma vitamina de frutas? Ou preparar o molho de tomates? Entretanto, os manuais de instrução servem como fontes documentais valiosas para desnaturalizar a presença desses objetos no cotidiano. Eles nos mostram que, como qualquer outro utensílio, o liquidificador não foi inserido na cozinha sem que houvesse adaptações e resistências à maneira como se cozinhava.

Segundo os manuais publicados pela Walita, as atividades atribuídas ao liquidificador eram tão diversas que nos parece que sua função ainda não estava definida, pelo menos até os anos 1950. Ele podia ser usado para liquidificar legumes e frutas, preparar bebidas, molhos e sopas; mas também seria capaz de “moer carne, frios, café torrado, chocolate”, “picar frutas e legumes para saladas e sobremesas”, “ralar queijo, raízes duras, coco, batatas e biscoitos” e “triturar sementes e nozes”. Quando outras peças eram acopladas ao liquidificador, essa lista de funções aumentava ainda mais, transformando-o em centrífuga, espremedor de frutas, batedeira e descascador.

Essas possibilidades de uso dão a entender que a cozinha que tinha um liquidificador não precisava de moedor, pilão, ralador, batedor e até mesmo faca. Nas figuras 61 a 64 observa-se com clareza como a noção de evolução tecnológica esteve presente no discurso publicitário dos eletrodomésticos. Os anúncios pretendem convencer a consumidora de que o trabalho manual e

¹⁰² Um versão desse texto foi apresentada em FELICIO, Laura S. O liquidificador entra, a peneira fica. *In*: CARVALHO, Vânia C. (coord.). *Casas e Coisas*. São Paulo: Edusp; Museu Paulista da Universidade de São Paulo, 2022, p.136-157.

mecânico está preso ao passado e deve ser urgentemente substituído pelo mecanismo elétrico, cujo resultado é mais rápido, exato e eficaz do que a força das mãos.

Elimine o **CANSAÇO**



com o Liquidificador
Walita
de três velocidades

Por processo rapidíssimo prepara deliciosos coquetéis de frutas e legumes, ricos em vitaminas, sopas, crêmes e outros pratos saudáveis e saborosos. Copo de vidro refratário.

*Estoque de peças sobressalentes.
Assistência permanente.*



PRODUTO

Walita

A MAIS ANTIGA E ESPECIALIZADA FÁBRICA DE
ELETRO-INDUSTRIA WALITA S. A.
A MAIS ANTIGA E ESPECIALIZADA FÁBRICA DE APARELHOS ELÉTRICOS DE USO DOMÉSTICO

Figura 61. Anúncio de Liquidificador Walita. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, n.1, out.1951, p.88. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

Por que tanto esforço?

Faça esta maionese em 1 minuto —

— COM LIQUIDIFICADOR

Walita

A marca preferida pelas donas de casa

★ Faca de aço inoxidável
★ Copo de vidro refratário ao calor
★ 3 velocidades

Grátis!

Com **Walita** você faz...

COQUETÉIS DE FRUTAS - ricos em vitaminas
CREMES VITAMINADOS - com leite e alimentos maltados
REFRESCOS - de chocolate, frutas ou leite
TEMPEROS DIVERSOS - para enfeitar seus pratos
SORVETES - nutritivos, fáceis de fazer
BEBIDAS DIVERSAS - os seus "drinks" favoritos
SOBREMESAS - maçãs, morangos, ameixas
...e uma infinidade de pratos deliciosos, fáceis de fazer!

CONHEÇA TAMBÉM A BATEDEIRA DE BÓLO

Walita

Bate e mistura, desde clara de ovo até massas pesadas. Para purês, bolos, maioneses. Com espremedor grátis.

Onde se vendem bons produtos...
você compra **Walita**

ELETRO-INDÚSTRIA WALITA S. A. - Caixa Postal 4.386 - São Paulo

Figura 62. Anúncio de Liquidificador Walita. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, fev.1953, n.20, p.31. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

Faz o trabalho
mais aborrecido
da cozinha!

DESCASCADOR TURMIX

acessório exclusivo do
LIQUIDIFICADOR *Walita*

DESCASCA BATATAS • CENOURAS • BETERRABAS
MANDIOQUINHAS • NABOS • FRUTAS para doce

Grande rendimento!
Retira uma camada finíssima de casca.

Aproveita 30% mais de polpa!
Descasca 1 quilo de batatas num instante, 1 quilo de
laranjas para doce em 3 ou 4 minutos!

E ainda mais isto!
Inteiramente de metal – resistente, durável, fácil de
limpar. Tampa plástica transparente, permite acom-
panhar o trabalho sem erguer a tampa.

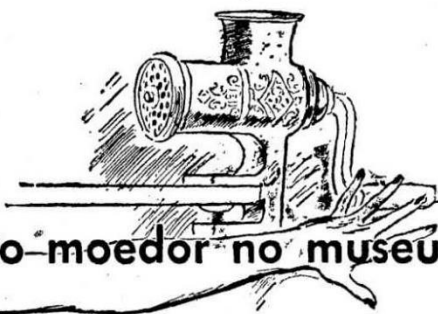
Para famílias grandes e pequenas...
restaurantes, hotéis, hospitais etc.

V. pode comprá-lo, nos Revendedores Walita, com facilidades

Produto da
ELETRO-INDÚSTRIA WALITA S. A.
Caixa Postal 4.386 – São Paulo

Figura 63. Anúncio de descascador Walita. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, n.43, ago.1955, p.34-H. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

AGORA ponha o velho moedor no museu...



e use **SUPER
MOEDOR-
-PICADOR**

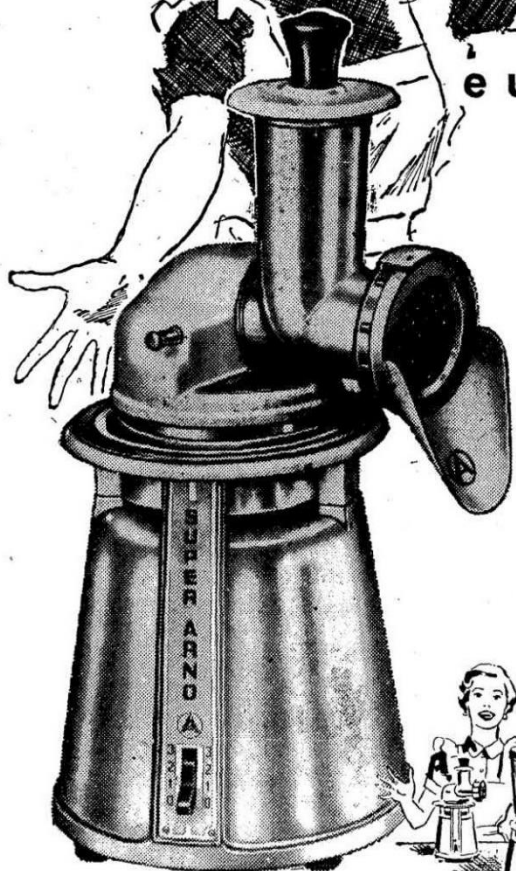
ARNO

com seu Liquidificador ARNO

Em 2 minutos o Super Moedor-Picador ARNO lhe dá 1 kg de carne moída ou picada sem eliminar seu suco, permitindo o preparo de pratos mais suculentos e nutritivos. E além disso, o Super Moedor-Picador acrescenta uma infinidade de novos usos ao seu Liquidificador ARNO: pica cebolas, verduras e legumes crus ou cozidos... poupa tempo, poupa caseiras!

Características exclusivas:

- * é o único moedor feito para usar com a base do liquidificador (Arno, naturalmente).
- * corpo, rósca transportadora e anel de fixação em liga de alumínio especial, que não mancha, não enferruja e não perde o brilho.
- * faca superafiada e 2 discos, um para moer e outro para picar.



SUPER MOEDOR-PICADOR ARNO

GARANTIDO pela maior fábrica de motores elétricos e de aparelhos domésticos da América Latina

ARNO - A MARCA DIZ TUDO!

Matriz: Avenida Arno, 240 (Moóca) — Tel.: 34-6131 — São Paulo

Lojas: BAURU - B. HORIZONTE - CAMPINAS - CURITIBA - P. ALEGRE - RECIFE - RIB. PRÊTO - SANTOS - S. J. DO RIO PRÊTO - SOROCABA

À VENDA NAS BOAS CASAS DO RAMO

Figura 64. Anúncio de Super Moedor-Picador Arno. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 13.nov.1955. Acervo digital do jornal O Estado de S. Paulo.

Levantamentos comparativos sobre o uso de equipamentos e ferramentas de cozinha entre 1860 e 1960 realizados pelo Grupo de Pesquisa Espaço Doméstico, Corpo e Materialidades (GEMA) para a publicação do Repertório Histórico Ilustrado de Equipamentos e Ferramentas de Cozinha (São Paulo, 1860-1960) indicam a convivência do liquidificador com moedores de carne, de café, de nozes e amêndoas, bem como raladores de coco e de queijo. São objetos mecânicos e elétricos que estiveram (e ainda estão) presentes nas casas brasileiras junto de outros tipos de processadores, como é o caso do pilão e do almofariz, mencionados nas fontes coletadas até os anos 1960.

A coexistência desses diferentes processadores – manuais, mecânicos e elétricos – para triturar e ralar pode indicar a preferência por esses objetos no lugar das lâminas do liquidificador, talvez porque o resultado não fosse o mesmo. As receitas confirmam essa suspeita: das 26 que mencionam o uso do liquidificador, 21 delas o utilizam para converter alimentos em consistência pastosa, como é o caso, por exemplo, das receitas de “molho de tomate”, “mousse de pera”, “vitamina de mamão” e “maionese”. Apenas duas tratam do processamento de grãos, não para triturá-los, mas para batê-los com ingrediente líquido.

O fracasso do liquidificador para moer e picar pode ser constatado pela discrepância das informações nas receitas caseiras frente ao que era publicizado. O “Super Moedor-Picador Arno” foi lançado em 1955 e devia ser adaptado à estrutura do liquidificador para funcionar. Segundo o anúncio, o “moedor-picador” “pica cebolas, verduras e legumes crus ou cozidos”. Em dois minutos, seria possível moer ou picar um quilo de carne “sem eliminar seu suco”. O mesmo descompasso acontece com a batedeira Walita, que também foi projetada para ser moedor de carnes e espremedor de frutas e conviveu com liquidificadores no mesmo período (figura 65).

O fato de o liquidificador ter sido usado majoritariamente para transformar ingredientes consistentes em líquidos e pastosos o aproximou das funções que até então cumpria a peneira. Silvia Autuori, colunista da revista *A Cigarra* escreveu em agosto de 1955:

Contamos hoje, na cozinha, com uma quantidade de bons aparelhos que podem auxiliar muito o preparo dos pratos. Um objeto que atualmente tem pouca aplicação é a peneira, substituída com vantagem pelo liquidificador, pelo espremedor, máquinas de moer, etc. Um sistema recomendável para obtermos mólhos perfeitamente lisos, cremes perfeitos, é passá-los pelo liquidificador. Uma carne de panela, feita com cebolas e tomates, poderá ser apresentada com um mólho perfeito, sem que apareçam os pedaços de

cebola fritos, se depois de pronta a carne, retirarmos todo o molho, deixarmos esfriar um pouco para passá-lo então pelo liquidificador (...).

103



Figura 65. Batedeira Walita, 1954. Antimônio, baquelite e opalina. Acervo do Museu Paulista da Universidade de São Paulo, São Paulo. Reprodução: Helio Nobre/José Rosael.

O uso ou não de eletrodomésticos dependia do poder aquisitivo e das resistências em incorporar esses aparelhos na prática cotidiana, por isso, em casas onde o liquidificador não estava presente mesmo nos anos 1960, a peneira cumpria as mesmas funções. Na receita de pudim de laranja da revista *A Cigarra* de 1962, afirma-se: “Passe pela peneira ou bata no liquidificador o conteúdo de uma lata de leite moça juntamente com um copo de suco de laranja (...)”¹⁰⁴. A mesma opção também aparece nas instruções da revista sobre o preparo do caldo de legumes: “Deixe esfriar, separe as carnes e passe no liquidificador. Na falta deste, em uma peneira”¹⁰⁵.

¹⁰³ AUTUORI, Silvia. Técnica de cozinha. *A Cigarra*, São Paulo, n. 8, ago.1955, p, 114.

¹⁰⁴ Anúncio de Leite Moça. *A Cigarra*, São Paulo, n. 3, abr.1962, p. 101.

¹⁰⁵ [Maria Júlia]. Caldo de legumes. *A Cigarra*, São Paulo, n. 3, mar.1966, p. 84.

A comparação de diferentes fontes mostrou que a expressão “passar por peneira” que migrou para “passar pelo liquidificador”, como mostra Silvia Autuori, tem múltiplos significados. Ela é utilizada quando a receita propõe alcançar uma consistência pastosa, quando se trata de reter cascas e sementes e “deixar passar” a polpa processada, e quando se quer transformar ingredientes em uma mistura homogênea. Em todos os casos, a grade da peneira em atrito com o movimento de um garfo, colher ou das mãos amassa o alimento e retém as partes sólidas que se quer separar. Essa é a técnica usada para preparar purês, compotas, sucos de frutas e outras receitas feitas antes mesmo da introdução do liquidificador no mercado. No livro *Doces e Manjares*, lançado em 1922, Josephina Rocha recomenda “Misturar os ovos e liga-los ao açúcar. Passar esta mistura, três vezes, pela peneira. Juntar o leite. Levar ao banho maria em forma forrada com calda queimada”¹⁰⁶. Nesse caso, o ato de “passar” a mistura por peneira várias vezes torna a massa do pudim mais homogênea. Artifício semelhante é usar peneiras de diferentes gramaturas para se obter a consistência desejada ou associar a peneira a um pedaço de tecido.

A presença da peneira no espaço doméstico remete pelo menos ao século XVII, como mostram os inventários compilados por Ernani Silva Bruno. Entre os anos 1860 e 1970, a peneira também foi chamada de “passadeira”, “passador” ou “urupema”. As fontes geralmente agregam ao nome o tipo de material de que o objeto foi feito; a função a que ele se destina, “passador de caldo”, por exemplo; ou as características que geravam resultados diferentes, como “fina”, “bem fina” e “grossa”. Apesar de a peneira manual ser mais comum, ela também podia ser mecânica. O Museu Paulista-USP possui dois exemplares desse tipo em seu acervo (figuras 66 e 67); eles são providos de manivelas, que auxiliavam a compressão do ingrediente, por isso foram chamados nos Estados Unidos de “moinho de alimentos”.

¹⁰⁶ ROCHA, Josephina. *Doces e Manjares*. Rio de Janeiro: Typographia do Annuario do Brasil, 1922.



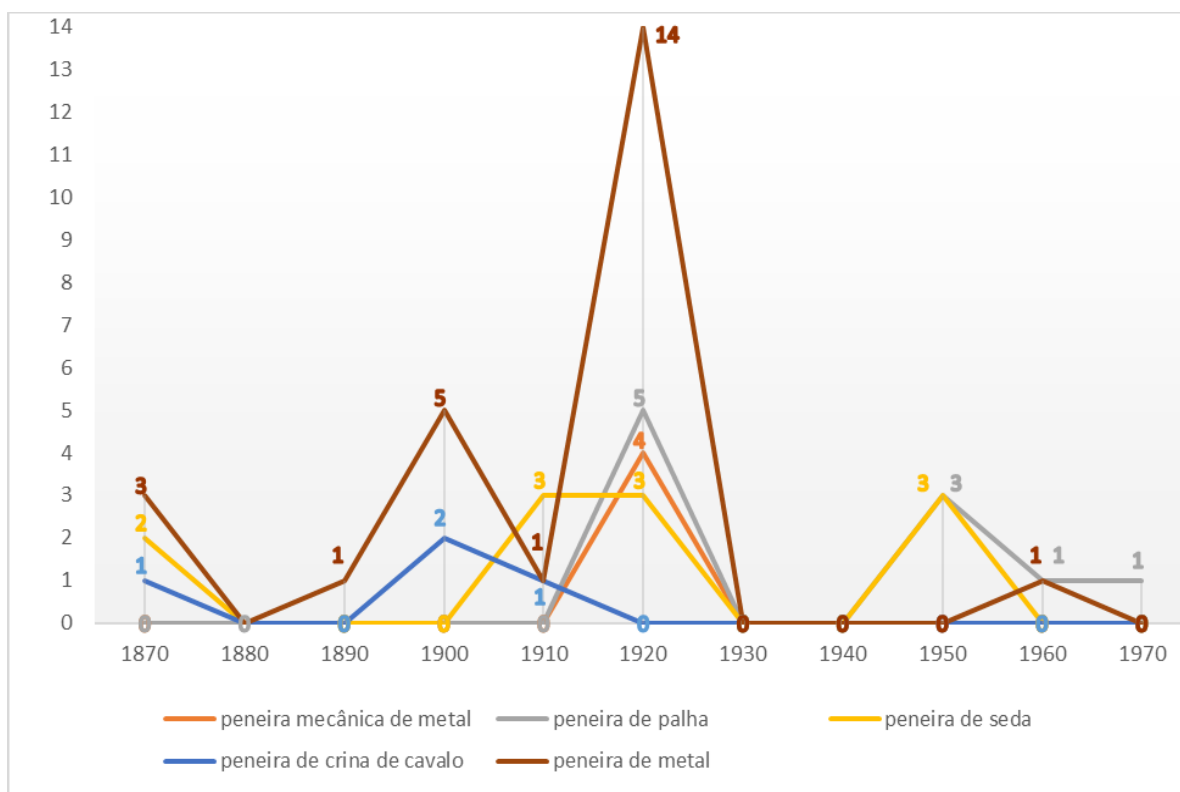
Figura 66. Processador de alimentos, A & J, Estados Unidos, s.d. Metal. Acervo Museu Paulista-USP, São Paulo. Reprodução: Helio Nobre/José Rosael.



Figura 67. Processador de alimentos, Metalúrgica Faulhaber, Brasil, s.d. Metal e Baquelite. Acervo Museu Paulista-USP, São Paulo. Reprodução: Helio Nobre/José Rosael.

Na base de dados de pesquisa do GEMA é possível observar os tipos de peneiras usadas no processamento da alimentação em São Paulo entre 1860 e 1970 (figura 68). Das 440 peneiras mencionadas nos anúncios, inventários, receitas e manuais domésticos consultados, apenas 55 se destacam pelo material com que foram produzidas. Apesar de a maioria das peneiras apresentar a trama de metal ou “arame”, como ficou mais conhecida, observa-se a permanência de materiais de origem vegetal e animal na fabricação das peneiras durante toda a primeira metade do século XX, como a “peneira de taquara”, de “crina”, “palha” e “seda”.

Figura 68 – Peneiras utilizadas na cozinha de São Paulo entre 1870 e 1970.



Fonte: REPERTÓRIO Histórico Ilustrado de Equipamentos e Ferramentas de Cozinha: base de dados. Museu Paulista da Universidade de São Paulo. Acesso em: 29 mar. 2022.

Conforme o *Dicionário de Palavras Brasileiras de Origem Indígena* e o *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*, “taquara” vem do tupi *ta kwara* e significa “cana brava, oca por dentro”, de *kwara* “buraco, cova, toca”. Trata-se de uma planta que alcança grande altura e de cujo tronco são extraídas lascas para a fabricação de armas, a construção de casas e cercas, e o feitiço de balaio e peneiras (HIARARDIA, 2001, n.p.; HOUAISS, 2001, n.p.). A peneira da palha de taquara tem hastes próximas, que formam um “crivo fino”, ou seja, pequenos orifícios pelos quais dificilmente passam sementes e cascas e, por isso, proporciona um preparo refinado do ingrediente. O material natural dá a ela a vantagem de processar alimentos que oxidariam se entrassem em contato com metais¹⁰⁷. Essas características indicam que a peneira de taquara e a “de arame” cumpririam papéis distintos e, talvez por este motivo, conviveram nas cozinhas.

Para além da funcionalidade da peneira de taquara, o texto “Saci Pererê”, publicado em 1950 no *Correio Paulistano*, mostra que ela também pode ter permanecido na cozinha por fazer parte de uma tradição ou crença. A autora, Ruth Guimarães, estabelece um diálogo com a “comadre” da sua avó, que tem uma peneira de taquara pendurada na parede da cozinha. Ruth pergunta: “Porque a senhora não joga isso fora? Não presta mais...”. Ela explica que o Saci não entra nas cozinhas que têm peneira de taquara porque o trançado da palha forma uma cruz no centro, e exclama: “Deixa a peneira aí, que não está te incomodando”¹⁰⁸.

Assim, quando se pretendia expulsar o travesso Saci Pererê da “velha cozinha” e junto a ele todos os significados culturais e práticas culinárias presentes até então, substituindo-os por outra figura mágica, a “fada” da eletricidade – que, é preciso dizer, desde o final do século XIX é representada por um mulher branca –, a resistência ao abandono da peneira de taquara e à substituição dela pelos liquidificadores evidenciam a complexidade do processamento dos alimentos e do cotidiano das casas de São Paulo na primeira metade do século XX.

¹⁰⁷ COMO fabricar a goiabada. *Chácaras e Quintaes*, São Paulo, n.30, 1924, p. 50.

¹⁰⁸ GUIMARÃES, Ruth. Saci Pererê. *Correio Paulistano*, São Paulo, n. 28996, 17.out.1950, p.8.

Capítulo 3. Conforto e racionalização nas cozinhas modernas

Começamos este capítulo com a análise de uma imagem. A figura 35 (p.82) mostra a página de um manual de instruções de um refrigerador da General Electric que circulou em São Paulo em 1932. Trata-se de um documento misto que se propõe a ser um receituário, mas que foi produzido com propósito publicitário, como vimos no capítulo 1. Nesta página há a ilustração de uma cozinha acompanhada de um texto. A imagem pode ser setorizada horizontalmente em três partes. Em cima, o teto e o topo das paredes pintados de cor clara. Ali estão instalados um lustre e um relógio e também dispõem-se alguns pratos decorativos; no centro, os armários delimitam uma faixa mais escura, onde estão localizados os principais elementos da imagem: uma pia em frente à janela; um refrigerador branco do lado esquerdo, que está embutido no mobiliário; um fogão branco disposto do lado direito; e um exaustor instalado próximo dele. No canto direito há uma batedeira em cima de uma bancada. A porta do armário aberta ainda indica que abaixo da pia há um triturador de lixo acoplado ao ralo. A faixa horizontal mais abaixo dele é composta por linhas claras e escuras que se cruzam e formam um padrão que se assemelha a um piso de ladrilhos.

Observemos a figura 69. Trata-se também da página de um manual de instruções de um refrigerador da General Electric, agora de 1936. Na imagem, a cozinha tem apenas um móvel abaixo da pia. Há também um fogão e um refrigerador brancos. Instaladas nas paredes, algumas prateleiras sustentam outros equipamentos: uma cafeteira elétrica do lado esquerdo da imagem e uma panela elétrica do lado direito. O chão é igualmente de ladrilhos pretos e brancos. As paredes e o teto são pintados de cores claras e há uma faixa de ladrilhos pretos na altura das janelas. Mais próximo ao teto, estão instalados um relógio e um exaustor.

Percebe-se que a imagem da cozinha muda de um manual para o outro e o texto que as acompanha permanece o mesmo. O segundo espaço é menor, mas a presença de alguns itens – fogão, refrigerador, exaustor, aparelhos elétricos portáteis, relógio, pia e janela – parece ser a razão pela qual não faria diferença trocar uma imagem pela outra, as atribuindo os mesmos sentidos e qualificativos: as duas cozinhas seriam igualmente “agráveis” a ponto de que a convivência nela se assemelharia a da sala de estar de uma casa, onde normalmente desfrutamos de conforto físico.

Neste capítulo, abordaremos o papel da indústria de eletrodomésticos, especialmente da General Electric, na difusão de imagens de “cozinhas modernas”. Veremos que o conceito de

“modernidade” aplicado à cozinha totalmente eletrificada se baseia na desmobilização do corpo feminino para o trabalho doméstico, aspecto que no espaço doméstico paulistano, contribuiu para “feminizar” a cozinha e invisibilizar o trabalho feminino realizado nela.



AGRADAVEL COMO A SALA-DE-ESTAR
a Cozinha Electrica G. E. é Simples - Economica - Limpa - Salubre - Moderna

● Transformada pela electricidade, equipada com apparatus G. E., a cozinha é, hoje, uma dependencia tão agradável quanto qualquer outro aposento, nas residencias modernas.

Simples — Basta girar um botão para ter o calor necessario ao preparo de qualquer alimento. Em uma hora, apenas, poderá apromptar uma refeição sufficiente para 10 pessoas!

Economica — A energia electrica, applicada ao fogão, permite cozinhar os alimentos com rapidez e em maiores quantidades, assim como o aproveitamento dos mesmos é maior. Outrosim, mantem a cozinha absolutamente...

Limpa — livre dos inconvenientes da fumaça, da fuligem e das cinzas. A cozinha electrica G. E. pôde ser mesmo ornamentada com flôres e cortinas, pois, por ser rigorosamente higienica, é tambem um ambiente...

Salubre — sem odôres, sem calor, sem gazes toxicos. E os alimentos podem nella ser preparados sem perda de suas qualidades nutritivas, mais saborosos e mais saudaveis.

Moderna — Equipada com os apparatus mais necessarios ao conforto, á hygiene, e ao bem estar, a cozinha electrica G. E., além de guarda vigilante da saúde, é um ambiente elegante e moderno.

- 14 -

Figura 69. “Agradável como a sala de estar”. Manual de instruções de refrigerador da General Electric, São Paulo, 1936. Coleção particular.

3.1 Concepção da cozinha moderna e o debate sobre o papel social das mulheres

A primeira proposta de um modelo para a cozinha que tivesse em vista prescrever modos de movimentação do corpo da mulher para o trabalho doméstico foi feita nos Estados Unidos nos anos 1860. A proposta estava inserida nas discussões a respeito do papel social feminino, que aconteceram ao longo de todo o século XIX por escritoras conhecidas como “conselheiras” ou “economistas” domésticas. Longe de mobilizarem uma reviravolta, essas mulheres estavam preocupadas em afirmar a dona de casa no seio da família conforme os padrões morais cristãos. Logo, para elas, a decoração da casa e o arranjo do mobiliário eram maneiras de demonstrar valores patrióticos e religiosos, como a piedade, a honestidade e a modéstia. Por isso, estudar a cozinha era uma maneira de reforçar o compromisso da mulher enquanto mãe e esposa dedicadas (LEAVITT, 2002, p.8-39).

A obra de Catherine Beecher, em especial o seu livro *A Treatise on Domestic Economy* (1840), é conhecida por ter lançado a noção de economia doméstica. Antes das publicações desta autora, os textos a respeito do comportamento feminino estavam distribuídos em livros de boas maneiras, receituários e romances. Beecher organizou-os no formato de um manual, que guiasse a rotina de organização e limpeza da casa, aconselhando sobre os hábitos mais adequados da família cristã (LEAVITT, 2002, p.15). A configuração ideal da cozinha aparece de forma detalhada e ilustrada em *The American Woman's Home* (1869), escrito por Catherine em parceria com sua irmã Harriet Beecher Stowe. A cozinha ideal das irmãs Beecher tinha como premissa a compactação das superfícies com o objetivo de diminuir a movimentação corporal da dona de casa no preparo dos alimentos e na limpeza do espaço e, conseqüentemente, economizar o tempo e o esforço empregados por ela para circular entre a despensa, o fogão, a pia e a mesa principal.

Na proposta das Beecher, a cozinha deveria estar separada da “sala do fogão” por “portas deslizantes” (figura 71), o que restringia a propagação do calor e da fuligem causados pela queima da lenha ou do carvão. Desta maneira, além de manter limpo o espaço da cozinha, beneficiavam-se a respiração e o bem-estar corporal de quem cozinhava. A posição ideal da superfície de trabalho era junto às janelas para garantir a uma maior ventilação, mas também o aproveitamento da iluminação natural, necessária para a melhor visualização dos alimentos e dos objetos em uso. Ao lado da pia, este centro operacional deveria estar rodeado por uma série de prateleiras, ganchos,

nichos e gavetas que organizassem os utensílios e mantimentos para que eles estivessem sempre ao alcance das mãos, como pode ser observado na figura 70.

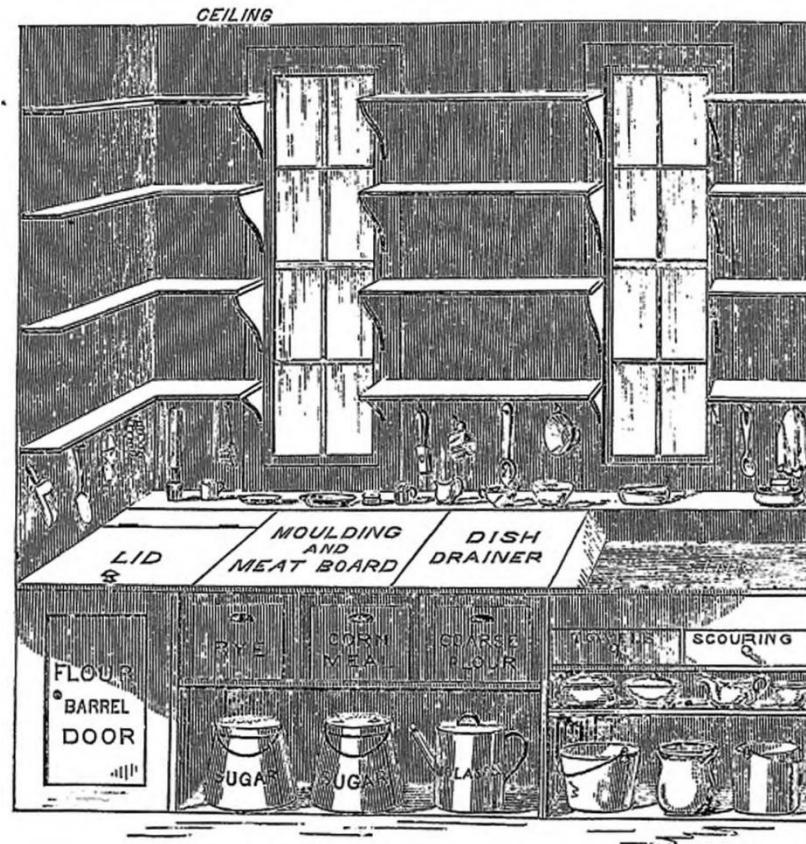


Figura 70. Detalhe da cozinha das irmãs Beecher. In: BEECHER, Catherine; STOWE, Harriet Beecher. *The American Woman's Home: or Principles of Domestic Science*. New York: J.B. Ford and Company, 1869, p. 34.

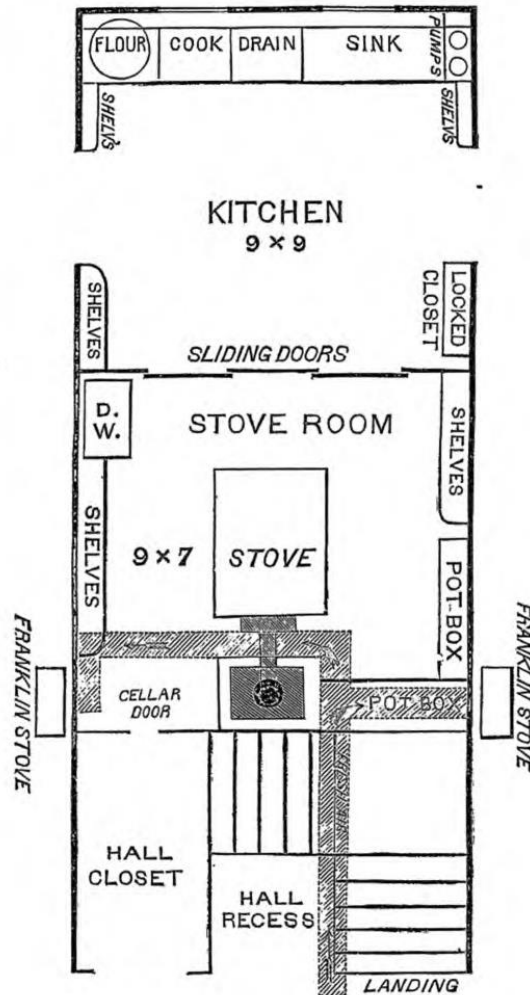


Figura 71. Planta da cozinha das irmãs Beecher. In: BEECHER, Catherine; STOWE, Harriet Beecher. *The American Woman's Home: or Principles of Domestic Science*. New York: J.B. Ford and Company, 1869, p. 33.

Mais tarde, a racionalização do processo fabril proposta por Frederick Taylor influenciou a constituição de uma noção de engenharia aplicada ao lar, que teve Christine Frederick e Lilian Gilbreth como principais representantes. No livro *The New Housekeeping* (1913), Frederick explorou ao máximo o conceito de eficiência no trabalho doméstico ao estudar meticulosamente os movimentos do corpo na cozinha. Para isso, ela rastreou o passo a passo necessário para o preparo das refeições, listou e agrupou os objetos utilizados, identificou as áreas onde a cozinheira circulava e calculou o tempo empenhado em cada atividade. Assim, a cozinha ideal, voltada para donas de casa das classes médias, deveria ser pequena, com superfícies contínuas e mobiliário

organizado na ordem em que as tarefas deveriam ser realizadas (figura 72). Para Frederick, a cozinha era um espaço dedicado estritamente ao trabalho e deveria estar separado da sala de estar, como ela sugere neste trecho:

O primeiro passo para a eficiência de qualquer cozinha é ter uma cozinha pequena, compacta e sem despensas e armários longos e estreitos. Muitas mulheres têm a impressão de que é desejável uma cozinha espaçosa. As cozinhas do campo são particularmente aptas a serem grandes e muitas vezes são uma combinação de sala de estar e cozinha. Este plano parece aconchegante, mas é ineficiente por causa da presença de salões, flores e costura - tudo sem relação com o verdadeiro trabalho do cozinha, que é o preparo da comida. É muito mais sensato ter uma cozinha pequena e fazer uma sala de estar separada para que a cozinheira cansada possa descansar em uma sala diferente daquela em que ela trabalhou.¹⁰⁹

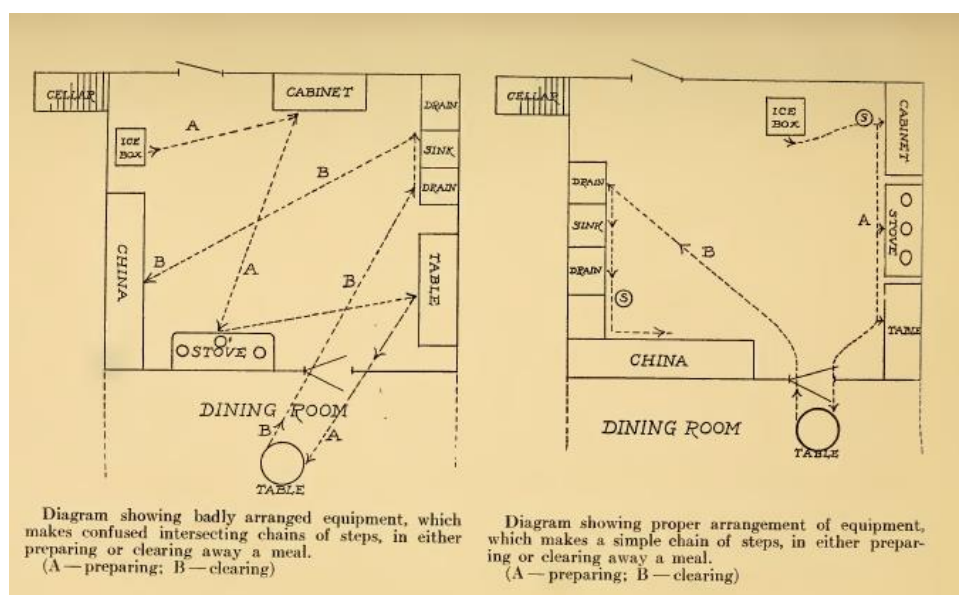


Figura 72. Diagrama mostrando organização ruim e organização adequada da cozinha, segundo Christine Frederick. In: FREDERICK, Christine. *The New Housekeeping. Efficiency Studies in Home Management*. Garden City; New York: Doubleday, Page & Company, 1913, p. 53.

¹⁰⁹ “The first step toward the efficiency of any kitchen is to have the kitchen small, compact, and without long narrow pantries and closets. Many women are under the impression that a “roomy” kitchen is desirable. It may appear attractive, but a careful test of the way work is done in a “roomy” kitchen will discover waste spaces between the equipment, and hence waste motion between the work. Country kitchens are particularly apt to be large, and are often a combined sitting-room and kitchen. This plan seems cozy, but is inefficient because of the presence of lounges, flowers, and sewing — all unrelated to the true work of the kitchen, which is the preparing of food. It is much wiser to have the kitchen small, and make a separate sitting-room so that the tired cook may rest in a room other than the one in which she has worked”. Cf: FREDERICK, Christine. *The New Housekeeping. Efficiency Studies in Home Management*. New York; Garden City: Doubleday, Page & Company, 1913, p. 47.

O modelo de cozinha de Christine Frederick circulou pela Europa e, depois de traduzido para o alemão, influenciou a publicação do manual doméstico da dona de casa e escritora alemã Erna Meyer, em 1926. Como as propostas de Frederick dialogavam com o que vinha sendo discutido no Movimento Moderno, os conselhos de Meyer foram aplicados na construção de um modelo de cozinha projetado por J.J.P. Oud para ser exibido em uma mostra de arquitetos, designers e artistas modernistas em Stuttgart, na Alemanha (figura 73). Segundo Penny Sparke, ao visitar a exposição o arquiteto Ernst May teria se inspirado a planejar os projetos residenciais que mais tarde difundiriam a Cozinha de Frankfurt naquele país (SPARKE, 2008, p. 137).



Figura 73. “Cozinha de Erna Meyer na casa projetada por J.J.P. Oud para a exposição Weissenhof Siedlung, em Stuttgart, 1927”. In: SPARKE, Penny. *The Modern Interior*. London: Reaktion Books, 2008, p. 138.

Diferentemente da economia doméstica dos Estados Unidos, a racionalidade e a funcionalidade articuladas pelo Movimento Moderno eram uma oposição ao padrão burguês de moradia do século XIX. Desta maneira, os arquitetos rejeitavam o caos decorativo e o excesso de ornamentação para construir habitações de custo reduzido e valorizar a otimização dos espaços da casa. A Cozinha de Frankfurt foi desenvolvida neste contexto pela arquiteta austríaca Margarete Schütte-Lihotzky entre 1926 e 1927. O objetivo era tornar a preparação das refeições mais eficiente e liberar a mulher para o mercado de trabalho. Para isso, a arquiteta diminuiu as dimensões da cozinha e adicionou um banco pivotante no centro do espaço, em frente à bancada de trabalho principal. Com o alcance das mãos, a cozinheira podia acessar os utensílios e ingredientes de que necessitava e que estavam rigidamente organizados no mobiliário. A ampla janela atrás da bancada permitia a entrada de luz natural, o que favorecia a visão da cozinheira (figura 74) (RUBINO, 2017, p.71).



Figura 74. A “Cozinha de Frankfurt” projetada por Margarete Schütte-Lihotzky entre 1926 e 1927. In: SPARKE, Penny. *The Modern Interior*. London: Reaktion Books, 2008, p. 138.

Depois de exposta, a Cozinha de Frankfurt foi reproduzida em diversas cores e materiais e a produção em larga escala fez com que ela se tornasse um símbolo de profissionalização da dona de casa e uma referência para outros países. Entretanto, segundo Penny Sparke (2008, p.140), a “integração visual” da cor azul (escolhida porque se acreditava que repelia moscas) e dos materiais aplicados no projeto, como vidro e metal, apesar de terem sido escolhidos com propósito funcional, colaboraram para a difusão de um “visual moderno da cozinha”, que “transformou os espaços essencialmente utilitários de Frederick em uma solução visualmente muito mais elegante para o mesmo problema” (SPARKE, 2008, p. 139).

Assim, no entreguerras o interior moderno foi definido pela aparência dos móveis e da decoração, que se tornaram facilmente difundidos pelas novas técnicas de fabricação e materiais, como o alumínio, o plástico e a madeira compensada. Na prática, a repercussão estética do que era entendido por “moderno” solapou o igualitarismo pretendido por seus idealizadores:

Apesar do idealismo de seus protagonistas – fossem reformadoras sociais, feministas ou arquitetas modernistas – tal era a poder do mercado e o domínio dos valores "irracionais" ligado ao consumo que, na década de 1930, o interior moderno passou a ser reconhecido mais pela linguagem visual que o representava do que a eficiência do trabalho realizado dentro dele (SPARKE, 2008, p. 146).

Nos Estados Unidos, desde o século XIX as discussões sobre economia doméstica trataram também da criação de ferramentas mecânicas para a limpeza da casa, lavagem das roupas e processamento dos alimentos. O desenrolar das teorias de racionalização doméstica, o desenvolvimento industrial e a ampliação dos sistemas de abastecimento urbano durante as primeiras décadas do século XX impulsionaram ainda mais o desenvolvimento de mercadorias industrializadas, portanto em série, voltadas para a otimização do trabalho doméstico, o que promovia a standardização progressiva dos utensílios, móveis e equipamentos ditos “modernos”.

Em consonância com a perspectiva de Penny Sparke, entendemos que as empresas e agências publicitárias foram agentes na circulação de um modelo de “cozinha moderna” baseado em noções estéticas nem sempre funcionais, mas que usavam o discurso sobre racionalização do trabalho para justificá-las. Assim, se por um momento, na Europa, a cozinha racional propunha-se a liberar a mulher para trabalhar fora de casa, a publicidade norte-americana difundida globalmente reforçava os papéis femininos tradicionais de dona de casa, mãe e esposa. A seguir, veremos quais

as estratégias usadas pela General Electric para mobilizar a ideia de “cozinha moderna”. Depois, veremos como ela chegou à cidade de São Paulo por meio da publicidade.

3.2. Cozinha elétrica, um sinônimo de cozinha moderna

O termo “cozinha elétrica” apareceu pela primeira vez em 1893, na Exposição Universal realizada em Chicago (figura 75). Ele foi usado para nomear a primeira cozinha exposta ao público, que era composta em grande parte por equipamentos elétricos, como fogão, panela e bule. Além deles, as lâmpadas do lustre e a presença de tomadas mostravam para o visitante que a eletricidade era conduzida até ali por fios e que, atrás das paredes, estes regiam o funcionamento daquele espaço, como se a cozinha fosse uma só máquina, uma máquina elétrica. Apesar da pouca variedade de eletrodomésticos disponíveis no final do século XIX, a ideia da exposição da cozinha em Chicago não está distante daquela que levou o vice-presidente Richard M. Nixon a debater com o primeiro-ministro da União Soviética Nikita S. Khrushchev em uma “cozinha elétrica” exposta em Moscou em 1959¹¹⁰. A cor amarelo-limão dada aos eletrodomésticos e ao mobiliário, os móveis embutidos fixados às paredes e a incorporação de novos aparelhos elétricos demonstrou que configurações diferentes de cozinha não alteravam o significado que a eletricidade atribuía à “cozinha moderna”: ela era o resultado do progresso da ciência, da tecnologia e da indústria.

¹¹⁰ O debate entre o vice-presidente norte-americano Richard Nixon e o primeiro-ministro soviético Nikita Khrushchev foi realizado em 24 de julho de 1959 na Exposição Nacional Americana, em Moscou, então União Soviética, e versava sobre os aspectos positivos e negativos do capitalismo e do comunismo. Na ocasião, ambos visitavam um estande onde foi montada uma cozinha-modelo para demonstrar o padrão de vida estadunidense, e, por isso, o episódio ficou conhecido como “Kitchen Debate” ou “Debate da Cozinha”. Ver OLDENZIEL; ZACHMANN, 2009.



A MODEL ELECTRIC KITCHEN.

Figura 75. Cozinha elétrica exibida na Exposição de Chicago em 1893. In: BARRETT, John P. *Electricity at the Columbian Exposition*. Chicago: Donnelley, 1894, p.403.

Não é por acaso que o debate travado em meio à Guerra Fria teve como protagonista uma cozinha fabricada pela General Electric. Ao longo de toda a primeira metade do século XX, essa empresa atuou fortemente na construção e difusão de significados para a “cozinha moderna” associados ao uso da eletricidade. As exposições de modelos de cozinha e a circulação intensa de suas imagens foram os principais mecanismos para a consolidação do que ficaria entendido como “cozinha moderna”. Como vimos no capítulo 1, a fotografia publicitária esteve presente desde o início da atuação da GE e isso também se aplicava às exposições. A fundação da General Electric nos anos 1890 coincidiu com uma época de grande repercussão das exposições universais¹¹¹. Interessada no desenvolvimento do sistema de energia elétrica dos Estados Unidos, a empresa

¹¹¹ As “exposições universais” são grandes exposições públicas que reúnem estandes sobre cultura, arte, indústria e comércio de diferentes países do mundo. Elas tiveram início em Londres, na Inglaterra, em 1851, e são realizadas até hoje. Principalmente no século XIX, as exposições universais tinham por objetivo apresentar as conquistas comerciais dos países europeus, o que envolvia o domínio de colônias na América, Ásia e África. Como mostra a historiadora Heloisa Barbuy (1999), nesta época, a eletricidade foi explorada como elemento “mágico”, que se materializou para o público na forma de fontes luminosas e grandes focos de luz, como aqueles que iluminaram a Torre Eiffel em 1889.

tinha participações relevantes na iluminação dos estandes e na promoção de espetáculos, que atraíam a atenção do público, como demonstrações das aplicações da energia elétrica no cotidiano e shows de mágica.

Ao longo dos anos, essa prática se desdobrou em diversas estratégias de promoção do consumo. Elas levavam em conta a experiência do cliente na vivência da tecnologia, ou seja, era importante que ele visse as demonstrações de funcionamento, se sentisse à vontade imerso em um ambiente “movido a eletricidade” e, quando possível, manuseasse objetos, botões e alavancas, que até então lhe eram estranhos. As fotografias do acervo da empresa mostram que, nos anos 1910, a recriação de ambientes da casa com instalações elétricas já era uma prática da General Electric e dos seus revendedores, que os instalavam dentro de lojas ou que os faziam circular em carroças de madeira (figura 76).



Figura 76. “Mostruário itinerante organizado por Salem Electric Lighting Co. (Massachussets) para a celebração do tercenário da empresa que aconteceu entre 4 e 10 de julho de 1926”. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Nessa época, a “cozinha elétrica” ideal ainda tinha traços da “cozinha vitoriana”¹¹² do século XIX, espaço onde predominava a cor escura derivada da madeira dos móveis e do carvão usado no fogão (PLANTE, 1995, p. 37-52). Eram ainda poucos os aparelhos elétricos disponíveis. Apenas o fogão e o ferro de passar conviviam com as engrenagens aparentes dos utensílios mecânicos (figura 77). Nas figuras 78 e 79, a atuação de mulheres negras nos cenários das “cozinhas elétricas” mostra que, nessa época, o padrão de representação da dona de casa branca que realiza as tarefas da casa sozinha ainda não era predominante. Acreditamos que elas representavam empregadas domésticas por causa das suas vestimentas (aventais e, principalmente, toucas) e porque, como veremos no capítulo 4, a maioria das empregadas nos Estados Unidos da primeira metade do século XX era de mulheres negras. É interessante notar que, apesar disso, esse modelo já era explorado nas fotografias publicitárias da GE, conforme foi tratado no capítulo 1. Ao fundo da cozinha da figura 79, vê-se uma dessas imagens ilustrando um cartaz que anuncia a panela elétrica, o que nos dá a impressão errônea de um uso indiferente às condições sociais e culturais de grupos étnicos.

¹¹² Ellen M. Plante (1995) divide a história da cozinha nos Estados Unidos em “cozinha colonial”, entre 1700 e 1839, “cozinha vitoriana”, entre 1840 e 1869, “cozinha americana tardia”, entre 1870 e 1899, “cozinha pós-vitoriana”, entre 1900 e 1919, e “cozinha moderna”, de 1920 a 1939. Apesar de não acreditarmos que as mudanças na cozinha possam ser interpretadas por períodos temporais rigidamente demarcados, esses termos nos ajudam a referenciar os “modelos” de cozinha definidos pela historiografia tradicional.

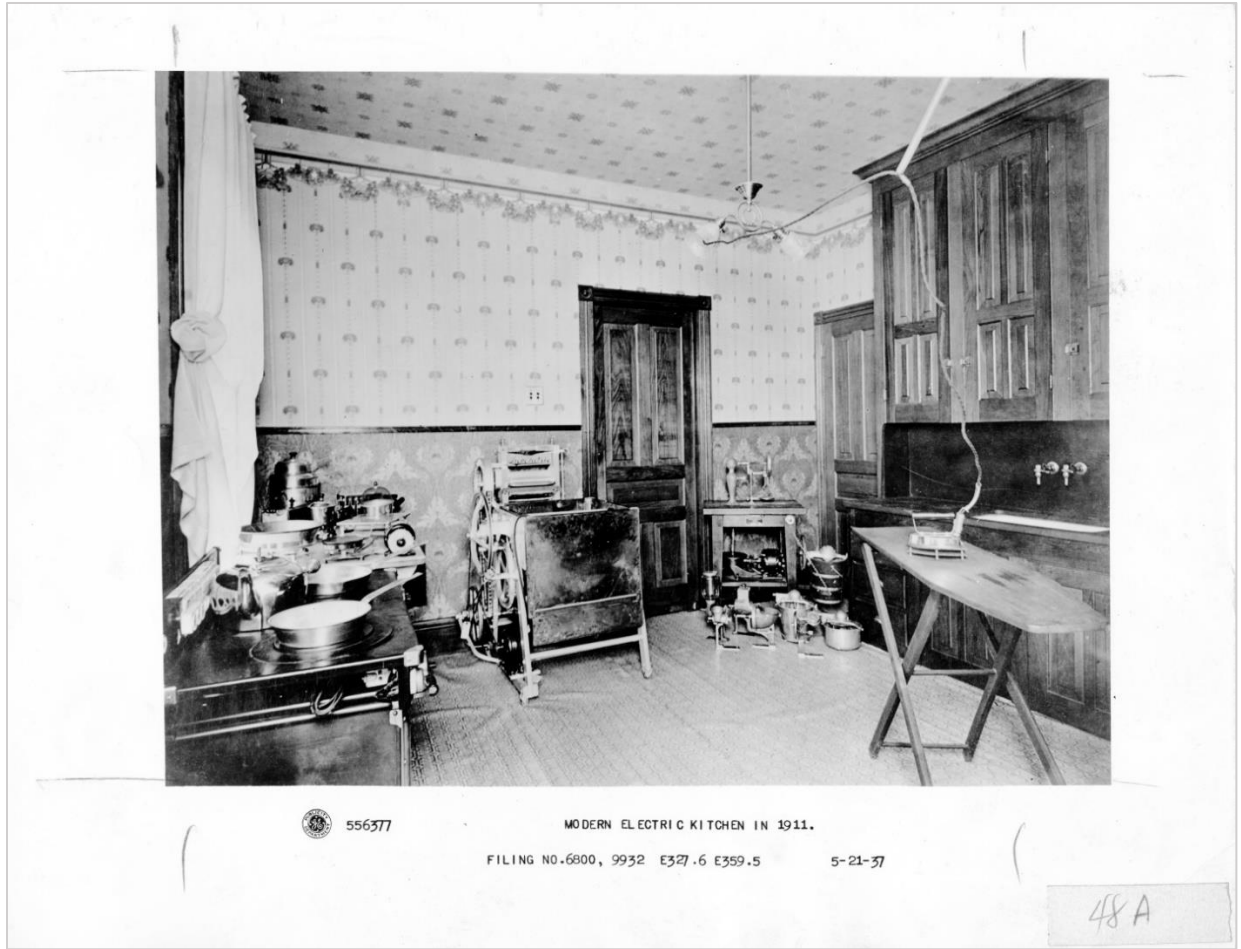


Figura 77. “Cozinha elétrica moderna em 1911”. 21.mai.1937. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

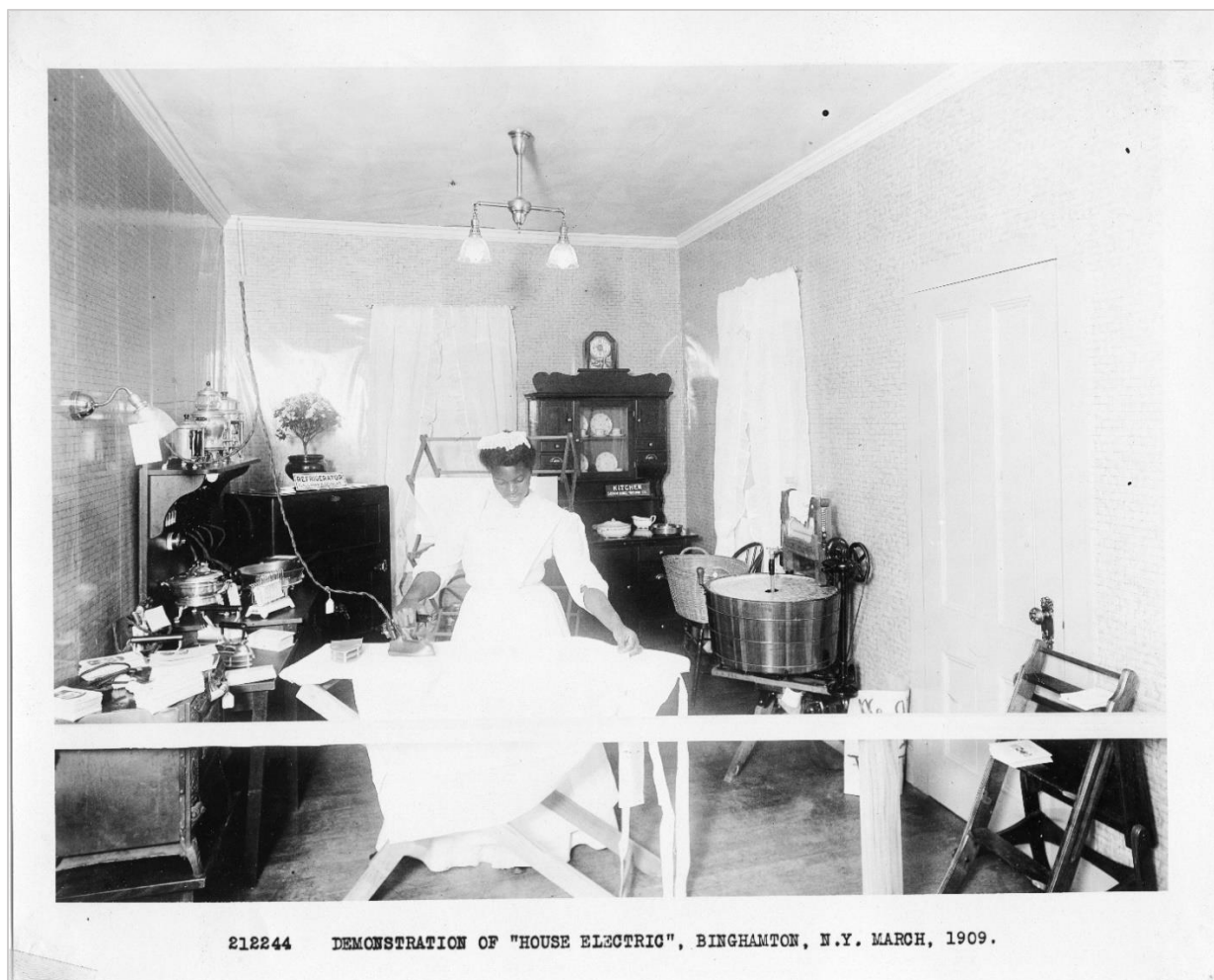


Figura 78. “Demonstração de Casa Elétrica, Binghamton, N.Y. Março, 1909”. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).



Figura 79. Cozinha em “Casa Elétrica” promovida pela empresa Elmira Water, Light and Railroad Co., em Elmira, Nova York. s.d. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Para atingir mais consumidores, na década de 1920, a experiência de visita das cozinhas foi transformada em imagens impressas em livretos distribuídos amplamente em lojas de aparelhos elétricos nos Estados Unidos. Nestas ilustrações, um casal é representado sendo guiado por um corretor de imóveis para conhecer uma “casa elétrica”. Observa-se o cuidado em destacar a manipulação dos interruptores de luz elétrica pelos personagens (figura 80 e 81) e a necessidade de conexão dos aparelhos às tomadas da casa para que funcionassem (figura 82). A visita da casa também tinha por objetivo incentivar a observação dos efeitos decorativos que a empresa

atribuía à luz elétrica e as soluções que ela dava aos empecilhos que os fios representavam para a estética adequada de cada tipo de ambiente. Sobre a sala de jantar, afirma-se:

A aparência de qualquer ambiente é prejudicada por fios esticados de cima a baixo ou de luminárias de parede para luminárias de mesa ou delas para eletrodomésticos. Essa questão de aparência é especialmente importante na sala de jantar e é perfeitamente resolvida pelo piso Convenience Outlet. Os cabos ficam quase totalmente ocultos e não prejudicam o efeito elegante dos aparelhos que estão sendo usados.¹¹³

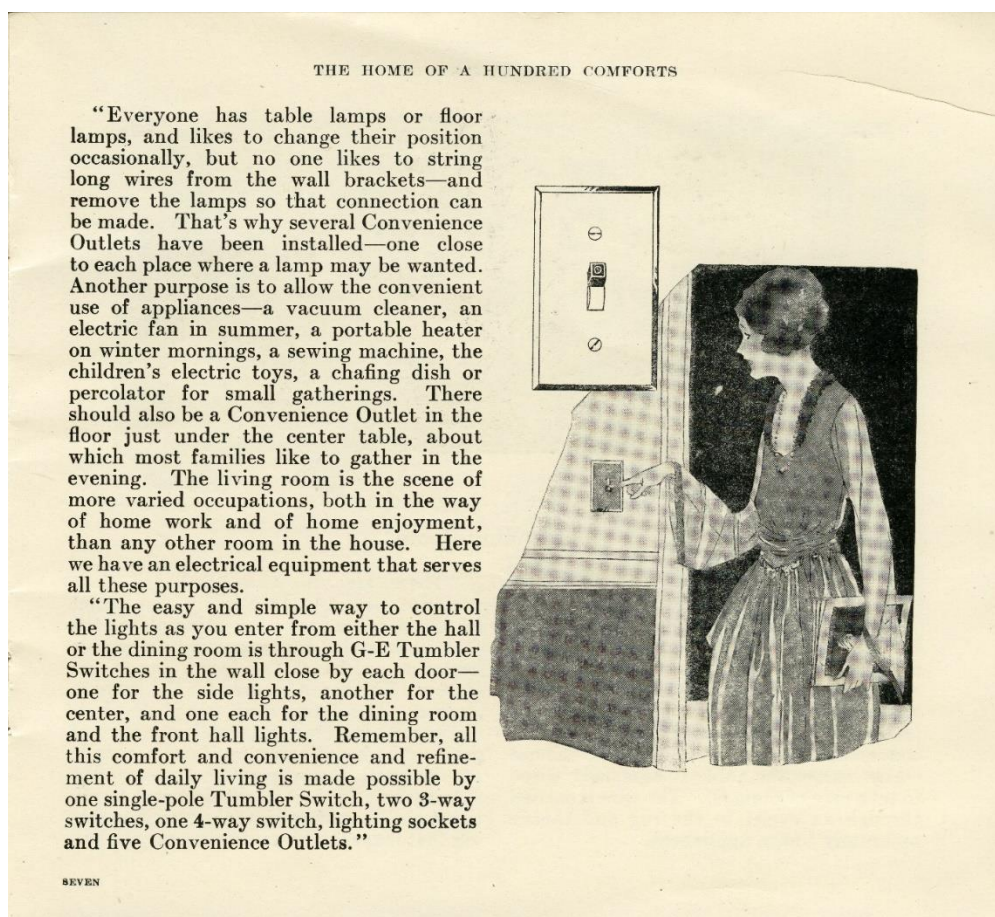


Figura 80. Ilustração do livro *The Home of Hundred of Comforts*, p. 7. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

¹¹³ “The appearance of any room is spoiled by wires stretched down from overhead or from wall fixtures to table lamps or appliances. This question of appearance is especially important in the dining room and is perfectly solved by the floor Convenience Outlet. The cords are almost entirely hidden and do not mar [sic] the fine effect of the appliances that are being used”. Cf: *THE Home of a Hundred of Comforts*. 4ed. Bridgeport, Connecticut: General Electric Company (Merchandise Department), [1920].

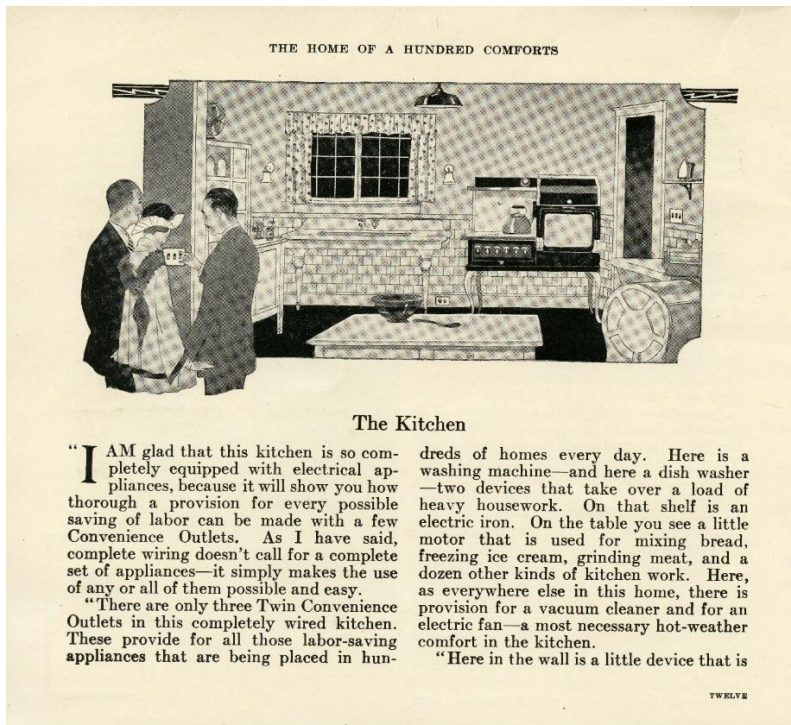


Figura 81. Ilustração do livro *The Home of Hundred of Comforts*, p. 12. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

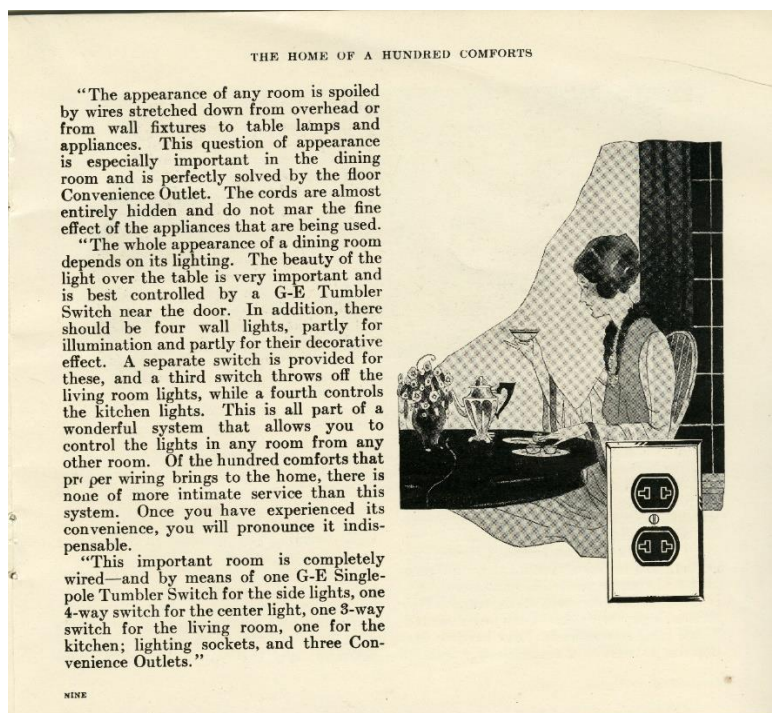


Figura 82. Ilustração do livro *The Home of Hundred of Comforts*, p. 9. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Os anos 1930 significaram um período de exploração significativa dos recursos visuais – tanto iconográficos quanto expográficos – como instrumentos de promoção dos produtos e da marca General Electric. A “cozinha elétrica” ideal dessa época era diferente daquela da década de 1910. As reformas sanitárias do interior doméstico e, principalmente, das áreas de serviço, motivaram a mudança da cor da cozinha, que passou a ser branca e clara. As paredes eram revestidas por ladrilhos e o piso coberto por linóleo, um revestimento que dava durabilidade à madeira e facilitava a limpeza. Os eletrodomésticos e o mobiliário ganharam pintura laqueada branca. A essa altura, outros aparelhos elétricos já haviam sido lançados no mercado, como o refrigerador, a batedeira, a máquina de lavar louça e o triturador de lixo acoplado à pia, todos produzidos na cor branca. Nessa época, a possibilidade de embutir os eletrodomésticos no mobiliário modulado favoreceu a contiguidade entre as diferentes superfícies de trabalho da cozinha. Assim, quando a GE começou a fabricar móveis para as áreas de serviço, a cozinha podia ser planejada por completo com produtos da marca. Foi desta maneira que a “cozinha GE” tornou-se metonímia de “cozinha elétrica”¹¹⁴.

Ao longo da década de 1930, a GE aperfeiçoou a visita às “cozinhas elétricas”, levando-as às cidades dos Estados Unidos em uma espécie de trailer acoplado a um carro (figura 83). Foi quando se lançou a campanha “New American Home” ou “Novo Lar Americano”, que construiu moradias inteiras em diversas regiões. Abertas para a visita do público, elas pretendiam ser um modelo da casa ideal, onde a eletricidade estava instalada em todos os cômodos e os aparelhos elétricos eram utilizados cotidianamente. Em revistas que circulavam entre o público feminino estadunidense, a General Electric publicou as plantas dessas casas e os detalhes das suas fachadas e jardins para incentivar as leitoras a replicá-las.

¹¹⁴ Nos anos 1930, a General Electric criou um departamento chamado “Kitchen Planning Division” para executar projetos de cozinhas de seus clientes gratuitamente. Cf: PLANNING a General Electric Building, s.d.

Display Kitchen Rolls Right Up to the Door

G-E Kitchen Institute Exemplifies Selling by Samples



Exterior and interior views of the motorized traveling kitchen

THE General Electric Kitchen Institute has constructed motorized traveling kitchens which are to be scheduled for appearances in cities and communities throughout the country by distributors of G-E Hotpoint ranges and G-E refrigerators. These kitchens are equipped with refrigerator, range, dishwasher, ventilating fan, radio, electric food mixer, percolator, toaster, and novel interior lighting. They also have a breakfast nook and kitchen work desk, monel metal sinks, linoleum, and other kitchen furnishings. The outside of the trailer kitchen is constructed to resemble a kitchen, with doorway and windows.

The distributor or dealer makes appointments in advance on specified days to show the electric kitchen to prospects. Then the kitchen drives up to the prospect's home, and the demonstration of electric appliances is made at the curb.



F. J. Rudd Appointed Managing Engineer, Motor Department, River Works



F. J. Rudd

Mr. Rudd was born in Hampton, Virginia, and received his preliminary

F. J. RUDD, assistant managing engineer of the Motor Department, River Works, has been made managing engineer of the department, succeeding L. E. Underwood, who has been made manager of the Pittsfield Works.

education in high school and private school there, following which he entered Virginia Polytechnic Institute, from which he graduated in 1901 with the degree of B.S. in E.E. He entered Test at the Lynn Works on June 29, 1901. In December of the following year he transferred to the Motor Engineering Department, and has since been continuously with that department, where he has served as designing engineer and assistant managing engineer. His appointment as managing engineer dates from September 1.

Appointed Section Manager

Announcement was made under date of September 9 of the appointment, effective as of that date, of Lee Lloyd as manager of the Sunlamp Sales Section of the Merchandise Department.

Joins Pan-American Airways

A. H. French, who has been manager sales, Aeronautic Section, Industrial Department, for the past year and a half, has accepted a position with the Pan-American-Grace Division of the Pan-American Airways. He will be engaged in traffic and operations work for the Panagra.

Figura 83. Imagens da "Cozinha Elétrica" itinerante da General Electric. In: Display Kitchen Rolls Right Up to the Door. *The Monogram*, out. 1932., p. 14. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

O conjunto das plantas mostra que o “Novo Lar Americano” não se definia por um padrão rígido de construção, mas variava de acordo com a quantidade de membros da família, seus hábitos, condições financeiras e o estilo arquitetônico comum em cada região. Apesar de todos os projetos seguirem a especialização dos espaços, marca da concepção urbana burguesa do morar estabelecida no século XIX, o que é comum a todas as “casas elétricas” parece ser o modelo de família que as habitavam e o padrão de “conforto” possibilitado pela eletricidade. Isso fica claro nas regras do concurso que convocou os arquitetos para projetá-las, pois as poucas instruções fornecidas aos candidatos apresentam noções genéricas de “saúde”, “conforto” e “conveniência”, aspectos que seriam proporcionados por uma casa em que os equipamentos elétricos diminuíssem o trabalho doméstico, liberando o tempo para o lazer e a “vida familiar”:

O problema do designer é desenvolver a máxima eficiência no aproveitamento do espaço, no arranjo, no mobiliário, nos equipamentos, no planta mecânica e elétrica, dentro das limitações de tamanho necessariamente impostas pela economia. As provisões para saúde, conforto e conveniência incluirão os mais recentes desenvolvimentos em equipamentos que economizam passos, trabalho e tempo. O lar adequadamente planejado e equipado, utilizando ao máximo as contribuições da “era da energia elétrica”, permitirá que uma quantidade muito maior de tempo e energia seja dedicada à recreação, entretenimento e desenvolvimento; em suma, para o crescimento da vida doméstica.¹¹⁵

Nas instruções do concurso, a descrição detalhada do núcleo familiar que habitaria a “casa americana” sugere que havia um único tipo de família estadunidense. Ele era estruturado por um casal heterossexual com dois filhos e cujos papéis sociais e hábitos eram definidos de acordo com o gênero. No concurso, o candidato podia se debruçar sobre um dos quatro tipos possíveis de moradia. Os tipos “A” e “B” eram “casas pequenas” de, no máximo, 20.000 pés cúbicos, estando o “A” na região norte dos Estados Unidos e “B”, no sul. Os tipos “C” e “D” também eram localizados no norte e no sul, respectivamente, mas ambos tinham “tamanho médio”, o que significa dizer que deveriam medir até 35.000 pés cúbicos.

¹¹⁵ “The designer’s problem is that of developing the utmost efficiency in space utilization, in arrangement, in furniture, in equipment, and in mechanical and electrical plant, within the size limitations necessarily imposed by economy. The provisions for health, comfort, and convenience will include the latest developments in step-saving, labor-saving, and time-saving equipment. The properly planned and equipped home, utilizing to the fullest the contributions of the “power age” will allow a far greater amount of time and energy to be devoted to recreation, entertainment, and development; in short, for the growth of home life”. THE PROGRAM of “Home Electric” Architectural Competition. General Electric Company, 1934, n.p.

As casas “A” e “B” deveriam ser planejadas para os fictícios Sr. e a Sra. Bliss e seu filho George Jr., uma família de poder aquisitivo “moderado”. O Sr. Bliss era um homem de 32 anos, engenheiro, “jovem e enérgico”. Embora tivesse “mentalidade analítica e pragmática”, ele tinha vários interesses e exercia atividades como jogar tênis e golfe e, às vezes, pescar e caçar. Quando não estava ocupado com “pequenas invenções ou problemas do dia a dia”, o Sr. Bliss se dedicava à leitura ou recebia os vizinhos para jogar “bridge”. A Sra. Bliss, por sua vez, estudou economia doméstica e educação infantil na mesma universidade do marido. Ela era a responsável por executar as tarefas domésticas, porque o casal não tinha condições financeiras de contratar uma empregada. Mesmo assim, ela “fazia questão de usar os aparelhos que economizam tempo e trabalho”. Tendo finalizado suas tarefas, ela se dedicava ao filho e às amigas. O arquiteto candidato ao concurso deveria levar em conta que ela era uma mulher “intuitiva” e que “apreciava um design fino”, mas que não tinha “preconceitos de estilo”. Para o filho George Jr., de 4 anos, os pais queriam que a casa fosse um espaço onde ele pudesse crescer de forma saudável e brincar ao ar livre.

Passados cerca de dez anos, a mesma família Bliss habitaria as casas “C” e “D”. Nessa altura, o casal tinha tido mais uma filha, Betty, de nove anos. O Sr. Bliss assumiu cargos que melhoraram sua condição financeira ao longo do tempo, o que proporcionou a contratação de uma empregada doméstica, que deveria morar na casa. Assim, a Sra. Bliss passou a dedicar mais tempo ao “clube feminino” e outras atividades sociais, “mas sem perder o interesse pela casa e suas funções como esposa”. A fotografia da figura 84, impressa no portfólio distribuído aos candidatos, contribui para construir o perfil desse segundo momento da vida da família. Nela, o casal e os filhos aparecem na cozinha vestidos com roupas formais – colete, camisa, gravata e casaco. Eles parecem ter acabado de chegar, depois de participarem de um evento social, quando a empregada não estava mais disponível para atendê-los. Por isso, o Sr. Bliss abre a geladeira como se estivesse buscando por uma refeição já preparada, enquanto a Sra. Bliss faz um suco de laranja para os filhos.

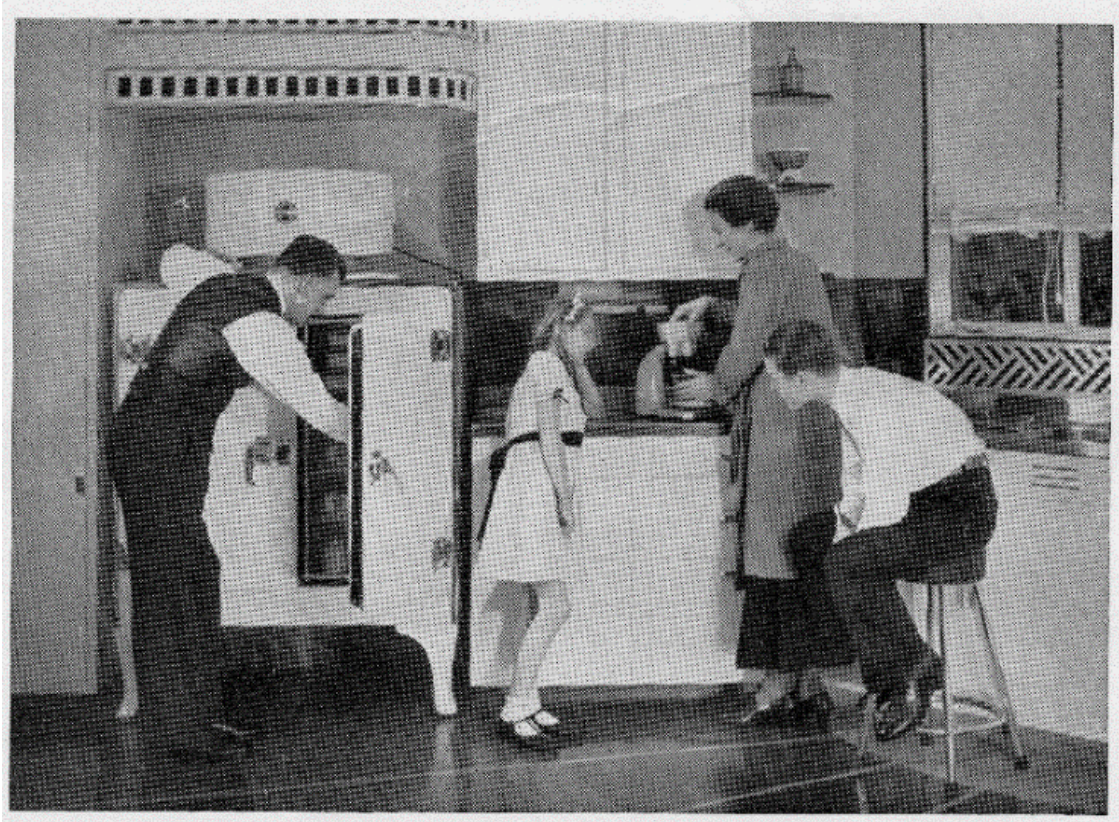


Figura 84. Família Bliss. IN: “Home Electric Architectural Competition”, General Electric Company, 1934, n.p. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

O cenário representado na figura 85 retrata a cozinha como espaço de interação da família, aspecto que se torna mais frequente nas imagens e no argumento publicitário também na década de 1930. A cozinha como ambiente de socialização acompanha a noção de conforto, que passa a ser atribuída ao espaço e ao trabalho doméstico que nele é realizado. Algumas dessas ideias estavam explícitas em um catálogo da Hotpoint (marca de eletrodomésticos da GE) publicado em 1944 e que tinha por objetivo orientar o planejamento de novas cozinhas:

Em primeiro lugar, e acima de tudo, aquela cozinha dos sonhos construída com as economias do *War Bond*¹¹⁶ deve ser o tipo de sala que economiza tempo e etapas, na qual será um prazer trabalhar e viver - uma sala que seja fácil de manter limpa e “manter-se”.

¹¹⁶ “War Bond” é um “título de dívida” emitido pelo governo dos Estados Unidos aos estadunidenses para financiar as operações militares durante a Segunda Guerra Mundial. No contexto deste documento, sugere-se que o dinheiro revisto ao final do conflito seja investido na construção ou reforma da casa e da cozinha.

Em segundo lugar, considere o tamanho de sua família, a quantidade de entretenimento que você oferece, bem como sua renda, esteja você construindo uma nova casa ou reformando uma casa existente.

Terceiro, você deve se guiar pelo seu gosto pessoal quando se trata de selecionar cores e cortinas e o esquema decorativo geral. Aqui está uma sala que é distintamente sua. Deixe-o refletir sua própria personalidade. E acima de tudo, faça dela uma sala da qual você se orgulhe – e seus amigos a admirem.¹¹⁷

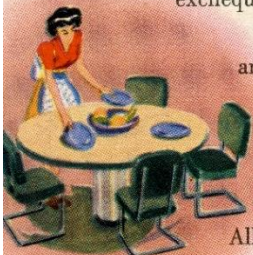
O ponto de vista afirmado neste trecho mostra que o “prazer” em viver e trabalhar na cozinha seria proporcionado pela sua “nova” configuração e ornamentação. A decoração baseada no “gosto pessoal” dos moradores mostraria que este espaço é capaz de “refletir a sua personalidade”. Decorar a cozinha também é uma ação motivada pela possibilidade de receber amigos neste espaço da casa e, portanto, de torná-lo um ambiente social. Ali, os convidados admirariam o “bom gosto” na decoração e constatariam a condição financeira dos moradores, que possibilitou a compra de aparelhos “modernos”. Neste modelo apresentado na figura 99, destaca-se a conexão da cozinha à copa, que está localizada em frente a uma janela ampla, o que proporciona luz natural ao espaço e possibilita que os frequentadores admirem o jardim externo à casa.

¹¹⁷ First, and foremost, that dream kitchen built by War Bond savings should be the kind of time-and-step saving room in which it will be a pleasure to work and live – a room that be easy to keep clean and “keep up”. Second, consider the size of your family, the amount of entertaining you do, as well as your income, whether you are building a new home or remodeling an existing home. Third, you should be guide by your own personal taste when it comes to selecting colors and curtains and the general decorative scheme. Here is a room that is distinctly yours. Let it reflect your own personality. And above all, make it a room of which you’ll be proud – and your friends will admire. Cf: “Home Electric Architectural Competition”, General Electric Company, 1934, n.p.



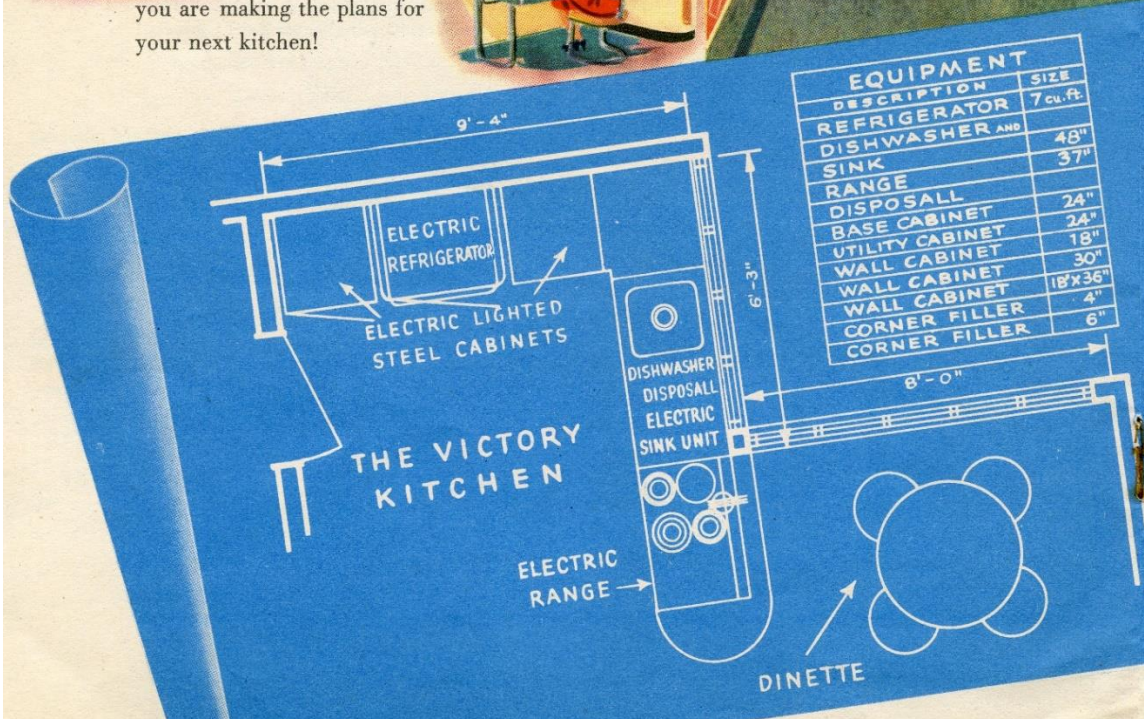
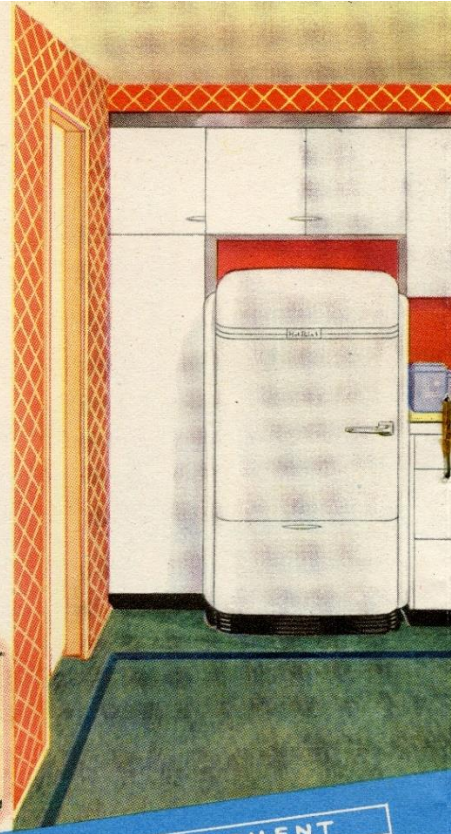
THERE ARE, in addition, other units which your kitchen might include. Perhaps you'd find it convenient to have a *Cleaning Center*—a closet sufficiently large to store mops, brooms, cleaners and polishes . . .

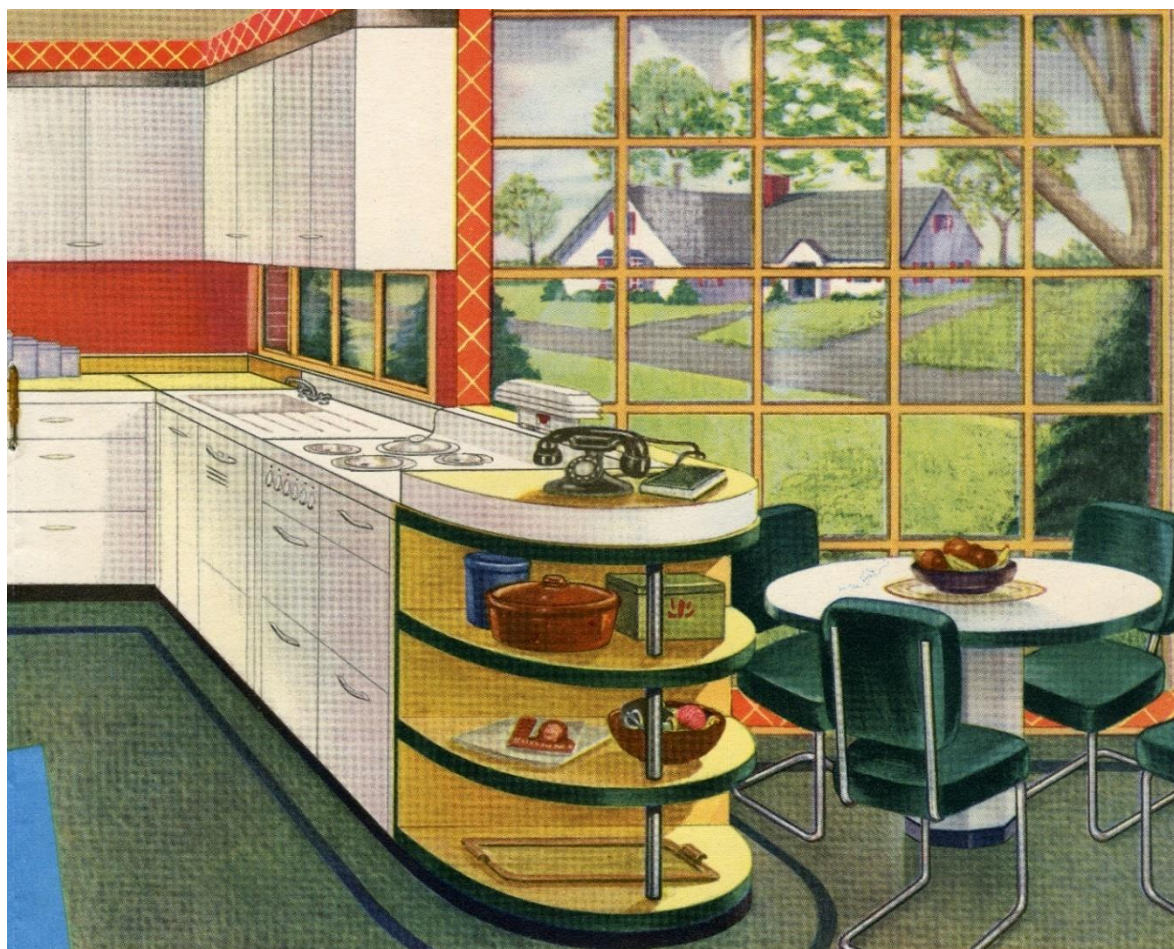
If there are young children in the family—or you do considerable informal entertaining—you might want an *Eating Center* where lunches and snacks can be conveniently served. Or maybe you are the family exchequer—the orderly type of woman—who



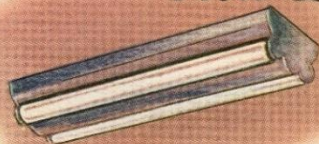
wants an *Office Center* where recipes are kept, menus planned and bills paid. Automatic clothes washers make it possible to have *Laundry Centers* adjacent to the kitchens of some homes . . .

All these things should be considered when you are making the plans for your next kitchen!





New Light on an Old Subject



Psychologists don't have to tell us that the right colors and lighting arrangements can have a marked effect on our spirits. A colorful kitchen with an abundance of natural light is a cheerful room.

It is often advisable to place a window over the sink so that you can enjoy a view of the outdoors (or keep a parental eye turned on the youngsters).

In addition to a center lighting fixture, it is also desirable to have adequate lighting at the sink and the storage and food mixing center. The electric range is lighted by a non-glare lamp, and the oven is illuminated when the door is opened. Steel cabinets equipped with indirect lighting are desirable. The electric refrigerator has an automatic interior light which flashes on when the door is opened. Kitchens have passed beyond "the Dark Ages—to an era of light!"

Figura 85. Página do prospecto "Your Next Kitchen". Your Next Kitchen by Hotpoint. General Electric Company, 1944. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

São Paulo, a cozinha moderna é a nova sala de estar

A primeira vez que as mulheres paulistanas leram a expressão “cozinha moderna” em textos sobre conselhos domésticos foi em 1917, quando a *Revista Feminina* a utilizou para entitular um artigo. Isso se repetiu no ano seguinte, dando início à recorrência numerosa do termo em periódicos e manuais domésticos durante toda a primeira metade do século XX. Ao longo das décadas, os sentidos atribuídos à modernidade sofreram ajustes, o que, conseqüentemente, motivou adaptações na ideia de “cozinha ideal”.

As preocupações a respeito da cozinha já estavam presentes na primeira edição do *Livro das Noivas*, de Júlia Lopes de Almeida, publicado em 1896, e no manual doméstico de Vera Cleser, de 1898. Apesar de não fazerem referência à modernidade, as autoras compartilhavam a importância de se reformar a cozinha segundo os preceitos médico-higienistas e, por isso, aconselhavam a implementação de novas rotinas de trabalho e a mudança de hábitos dos habitantes da casa e de seus empregados. Para Cleser, a cozinha deveria se basear em dois pilares: asseio e ordem. O “asseio” seria alcançado pela rotina assídua de limpeza, enquanto a “ordem” se realizava pela organização adequada do mobiliário e utensílios.

A descrição da “cozinha ideal” de Cleser ajuda-nos a compreender o espaço doméstico modelar em cidades urbanizadas, como São Paulo e Rio de Janeiro, na virada do século XIX para o XX. Localizada para receber muita luz natural, mas pouca incidência de sol, a cozinha deveria ser contígua à copa e à despensa. As paredes seriam revestidas de azulejos brancos ou azuis e, quando pintadas, poderiam ser “caídas de ocre, saturado de pedra hume ou pintada de óleo de louro e ocre”. O assoalho também era de material impermeável, preferencialmente de ladrilhos “alegres” e “claros”. O emprego de “óleo de louro” na madeira das portas e janelas as tornavam “antipáticas às moscas”. A configuração dos objetos no espaço se dava em torno de três zonas principais: a pia, a mesa e o fogão. O “fogão econômico” deveria estar posicionado longe da correnteza de ar para evitar que se gastasse carvão ou lenha em excesso e que a fuligem se espalhasse pela cozinha ou sujasse a cozinheira. Ao lado dele, estariam o depósito de lenha e de carvão, pintado de cor escura – provavelmente para não dar a ver a fuligem –, um “caixote” para alguns acessórios, como argolas e tampas de ferro, e ganchos para segurar os “ferros” usados na limpeza do equipamento. As duas pias seriam instaladas em lugar iluminado, servidas com água quente e fria. Logo ao lado delas, uma “prateleira de marmore ou de pinho” com elementos usados

na higienização da louça, uma “saboneteira de ágatha, um pote com potassa e outro com areia peneirada” e ganchos para panos. Longe do calor e da umidade do fogão, haveria três prateleiras “de pinho branco alvíssimo”, cada uma organizada de acordo com as características dos utensílios ali guardados. O armário onde se guardava as panelas precisava ser envernizado e pintado de cor escura, tendo prateleiras de pinho branco forradas com papel. Ao lado do fogão, colocava-se uma “mesa de cortar” coberta com pedra de mármore e, ao lado dela, “o cepo para esmiuçar os ossos”, que também podia ir na despensa. Por fim, dispunham-se na cozinha duas cadeiras e uma espécie de banco¹¹⁸.

O significado de “ideal” para Vera Cleser era o estabelecimento da higiene do espaço e dos corpos que frequentavam a cozinha. Como pode ser observado na descrição, ela destaca o uso de materiais facilmente laváveis, como o mármore, o zinco e o esmalte da “ágatha”. A madeira, que podia apodrecer com a umidade, era revestida de produtos que assegurassem a sua longevidade, como o verniz, a tinta e o “óleo de louro”. A iluminação e a ventilação pesaram na decisão sobre o lugar que este cômodo ocuparia no edifício e a posição dos objetos no seu interior. Apesar disso, nota-se que a cor branca, aconselhada pelos higienistas nas décadas seguintes, ainda não estava estabelecida já que o armário e o depósito de lenha e carvão eram pintados de “cor escura”. A madeira também escurecia o ambiente, além das portas e janelas, ela estava presente nos armários, prateleiras, cadeiras, banco e no tradicional utensílio de corte da carne, o cepo.

No início do século XX, o modelo de “cozinha ideal” em circulação em São Paulo passa a ser definido pela presença de água canalizada, gás encanado e eletricidade. João Máximo da Silva identifica que artigos publicados na *Revista Feminina* mobilizavam o discurso de reforma da cozinha baseado nos padrões médico-higienistas com a intenção de promover as redes de abastecimento urbano (2008, p. 121). Vânia Carvalho não encontra nestes textos “preocupações com compactação, contiguidade e proximidade das áreas de trabalho” como orientavam as irmãs Beecher (2008, p.252). Segundo a autora, a despreocupação em aplicar o método gestado pela economia doméstica estadunidense estava relacionado ao fato de, nessa época, a cozinha ser um espaço desprestigiado, porque ocupado, sobretudo, pela empregada doméstica. Assim, ordenação

¹¹⁸ A autora utiliza o termo “tamborete” que, segundo o Dicionário de Língua Portuguesa do padre Rafael Bluteau, trata-se de uma “cadeira rasa sem braços nem espaldar”. Cf: SILVA, Antonio de Moraes. Bluteau, Rafael. Dicionário da língua portuguesa composto pelo padre D. Rafael Bluteau, reformado, e acrescentado por Antonio de Moraes Silva natural do Rio de Janeiro. 1. ed. Lisboa, Simão Tadeu Ferreira, MDCCLXXXIX [1789]. 2v.: v. 1: xxii, 752 p.; v. 2: 541 p.

e higiene foram as principais preocupações direcionadas às donas de casa de São Paulo, enquanto nas revistas femininas estadunidenses a cozinha era tão bem equipada quanto as áreas sociais da casa (2008, p.250). Neste sentido, a eficiência significava a aplicação de métodos adequados de limpeza, enquanto “o princípio de ordenação dos objetos da casa gratificava muito mais as necessidades simbólicas ligadas a funções psicossociais de controle, tranquilidade e estabilidade, do que os objetivos pragmáticos da planificação do trabalho” (CARVALHO, 2008, p. 250).

Em continuidade com o que observa Carvalho, a partir da década de 1920, os artigos da *Revista Feminina* mostram que ao lado da higiene a estética tomou cada mais espaço no significado que se dava à modernidade na cozinha. O artigo “A cosinha ideal” começa afirmando: “Limpa, clara e alegre são os três principais requisitos de uma boa cosinha”. A limpeza e a claridade seriam obtidas pelo revestimento em azulejos, pintura clara e janelas com vidro transparente, e a “alegria” pela organização “harmoniosa” do mobiliário e dos utensílios, curiosamente tratados como elementos de decoração: “Alegre é o terceiro requisito tão indispensável quanto os outros. Entende-se por alegria em uma cozinha uma sábia e harmoniosa disposição das peças que compõem esse apartamento indispensável de uma casa”¹¹⁹.

Neste ponto de vista, percebe-se que cores, como o branco, e materiais, como o vidro e os metais, ganham qualificativos estéticos mesmo tendo como função primordial o favorecimento da limpeza. Em “Uma cosinha bem montada” o mesmo sentido de “alegria” é conferido a este espaço (figura 86). O texto comemora o “desaparecimento dos últimos vestígios das velhas cozinhas”, graças ao “bom gosto dos construtores”, que a teriam dotado “de melhoramentos e enfeites”, fazendo-a com que se tornasse “uma dependencia espaçosa, banhada pelos raios de sol”, onde “paredes, tectos, moveis e prateleiras tudo é branco, de um branco leitoso que lhe dá aspecto de limpeza e de alegria”. O aspecto “alegre”, neste caso, é constituído por uma série de objetos: os ladrilhos brancos são “rodeados por um lindo friso vermelho cereja” e, acima dele, “corre á volta uma fileira de fructas: tomates e as cerejas ahi misturam suas côres vivas ao ouro das laranjas e dos melões”; os móveis “de faia branca, de uma simplicidade absoluta, ornamentam-se apenas de modestas molduras” e o friso reproduzindo frutos amarelos e vermelhos “dão-lhes um parentesco com os moveis dinamarqueses e noruegueses”; nas paredes, um “engenhoso dispositivo de nickel recebe as belas baterias de cobre ou de aluminio” e, numa prateleira acima dele, as vasilhas de

¹¹⁹ COMO organizar a minha casa. A cozinha ideal. *Revista Feminina*, São Paulo, set.1924, n.124, n.p.

temperos “trazem suas inscrições em letras modernas e são enfeitadas na base por desenhos floridos de uma só cor”; também nesta prateleira, o tacho para doces “brilhante de mil fogos” está ao lado da chaleira e do caldeirão. Vê-se aqui um diálogo com as concepções modernistas, que valorizavam a “simplicidade” e a abolição de seus móveis e projetos arquitetônicos daqueles ornamentos sem função, ao mesmo tempo em que se apresentam ornamentos que “combinariam” com os móveis e artefatos funcionais.



Figura 86. “Uma cozinha bem montada”. *Revista Feminina*, São Paulo, n.130, mar. 1925, n.p. Acervo do Arquivo Público do Estado de São Paulo.

As contradições do modelo difundido nas revistas ilustradas ficam ainda mais evidentes na coluna sobre “Arte Decorativa” da revista *Vida Domestica*, onde ilustrações da cozinha aparecem ao lado da fotografia de uma sala de estar (figura 87). A proposta do texto é apresentar para as leitoras o gabinete Hoosier, um armário de madeira que foi desenvolvido nos Estados Unidos no início dos anos 1900 e ficou conhecido pelo nome da empresa que o fabricava. No bojo dos estudos de otimização do tempo e do esforço dedicados ao trabalho doméstico, o gabinete Hoosier garantia a compactação de várias funções da cozinha em um único móvel. Nele havia diversos compartimentos, prateleiras, gavetas e ganchos para guardar e organizar utensílios e mantimentos. A bancada era como uma mesa de operações da dona de casa. Ali ela podia deixar à mão equipamentos mecânicos e uma espécie de dosador de cereais.

No entanto, o cerne do artigo não é promover a venda de gabinetes Hoosier no Brasil, já que o produto não era distribuído no país¹²⁰. A própria autora sugere que as leitoras que quisessem reproduzir o móvel em sua casa deveriam pedir a um “marceneiro qualquer” que o copiasse. A preocupação tampouco versa sobre a otimização do trabalho nas cozinhas brasileiras. Enfatiza-se, na verdade, as qualidades estéticas do gabinete e como ele guiava as leitoras para ornamentar o mobiliário de suas cozinhas de forma a se encaixar no repertório visual e estético “moderno”. Afinal, cabia às donas de casa adaptar os conceitos estrangeiros para suas realidades: “As condições de vida em cada paiz indicam automaticamente a adaptação das novas invenções: é porém, o gosto individual da dona de casa, que une tudo em linhas agradáveis, creando com côres, linhas e arranjo pratico – um ambiente lindo e confortavel até na cosinha!”. Aconselhava-se, então, que os móveis fossem “sempre pintados com esmalte ou laqueados” de “branco, crême ou outra côr clara, que agrada a vista”. As paredes deveriam “ser graduadas pela côr escolhida ou pintadas com uma côr complementar”. “Móveis brancos com parede azul-clara” era um arranjo “agradável”. Os “moveis pintados de gris perola” combinavam com “azulejos com desenho de xadrez azul e branco” e assoalho “de ladrinhos pretos ou azul escuro” e também podiam ornar com a “parede azul clara” e assoalho “azul e branco”. As cortinas, por sua vez, deveriam ser curtas e escolhidas de acordo com a “côr dominante” da cozinha.

¹²⁰ Viviane Soares Aguiar verifica que, apesar de o gabinete Hoosier não ter sido vendido em São Paulo, outros produtos produzidos no Brasil o imitavam, como as despensas Alexandre. Cf: AGUIAR, 2022, p. 153-154.

ARTE DECORATIVA

COMO MOBILAR E DECORAR A CASA

Sra. A. de S. Ferreira (Braço de Prata, Lisboa) — O problema duma cozinha pratica, moderna e ao mesmo tempo de certo gosto e certa graça, tem sido alvo de muitas considerações, pois a cozinha sempre foi prejudicada pelos architectos. Não é sufficiente pôr ladrilhos e azulejos — se as dimensões e proporções não correspondem ás necessidades. Uma cozinha pequenina é um inferno, pois precisa-se de lugar e espaço neste compartimento, além de outras qualidades praticas para poder ser organizada.

do não bem como merece esse laboratorio, o mais importante do mundo. Já que surgiram architectos no paiz adiantadissimo que é os Estados Unidos, como em Inglaterra e nos paizes escandinavos, o problema ganhou em importancia, pois muitas destas architectas são tambem boas donas de casa, que conhecem a fundo as condições da vida domestica. Nos Estados Unidos, onde, como é sabido, só familias de grande fortuna, podem dar-se ao luxo de ter uma ou mais criadas, a dona da casa, tem, graças ás multiplas invenções, auxiliares silenciosos e obdientes no trabalho caseiro, em apparatus verdadeiras maravilhas, movidos a electricidade, que fazem grande parte do serviço — installados em cozinhas lindas e graciosas, e lá, como no paiz da senhora e como aqui, uma cozinha bem installada é o orgulho da boa dona da casa.

Com o espaço, ás vezes limitado nos edificios de hoje, é necessario aproveitar-se muito o lugar. As gravuras, que a redacção da *Vida Domestica*, por especial deferencia, admittiu nesta secção, nas suas paginas elegantes, embora o assumpto esteja um pouco ao lado da "arte decorativa" — mostram uma cozinha moderna e com moveis simples, praticos e de linhas agradaveis. Os moveis devem sempre ser pintados com esmalte ou laqueados — podem ser brancos, cremes ou outra cor clara, que agrada a vista, e as paredes devem então ser graduadas pela cor escolhida ou pintadas com uma cor complementar.

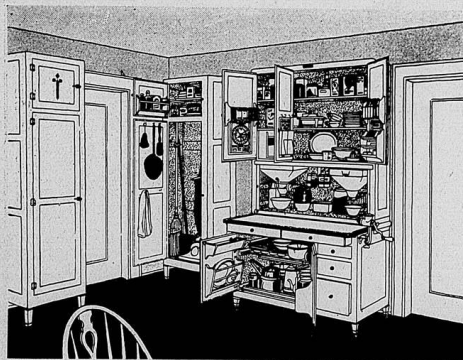


LIVING-ROOM

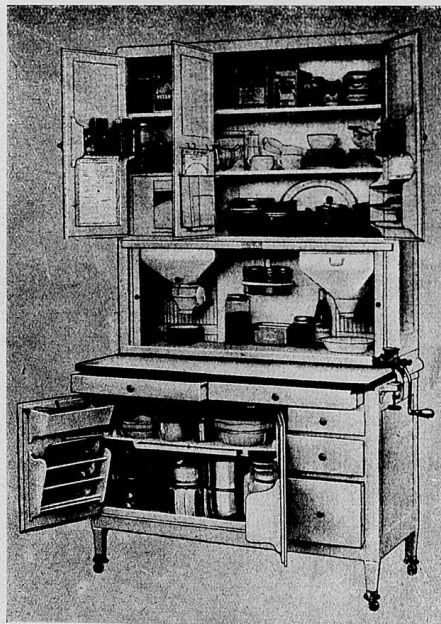
Como é agradável a vista desta sala! E ao mesmo tempo muito simples e não difficil de conseguir. Cretone inglez de cor creme com bouquets alegres, serve para as capas dos moveis estufados, e lindas almofadas de seda dão a nota de luxo ao conjunto. Nas paredes gravuras antigas, coloridas, em molduras simples — em toda a parte flores lindas — e objectos de estimação. Paredes de cor uniforme e tapete sem desenhos — tudo bem pensado para unir bem cores e linhas dos moveis e decorações.

N. B. — pintados a oleo ou com azulejos até altura de 1m,80, e a parede por cima pintada a oleo. Moveis brancos — azulejos e parede azul-clara é uma combinação agradável. Moveis pintados de gris perola e azulejos com desenho de xadrez azul e branco e parede azul clara é outra boa combinação. O soalho sempre de ladrilhos — pretos ou azul escuro, para a primeira sugestão — e azul e branco em xadrez de maiores dimensões para a segunda.

As cortinas devem ser curtas — de fazenda lavavel, por exemplo de organdy, com uma cercadura na cor dominante. Os armarios são "dernier cri", quanto á concentração dos objectos de uso na cozinha. Qualquer dos modelos aqui apresentados podem ser copiados e adaptados por um marceneiro qualquer. É interessante de



COSINHA MODERNA



ARMARIO PARA COSINHA

Responde-se nesta secção ás perguntas feitas pelas gentis leitoras da "Vida Domestica". As perguntas devem ser formuladas com clareza e acompanhadas d'um pseudonymo para ser utilisado na publicação e do nome e endereço da pessoa para informe da redacção. Toda a correspondencia desta secção deve ser dirigida exclusivamente a Mme. J. Brandt, Caixa Postal n. 2, Petropolis, Estado do Rio.

Figura 87. "Como mobiliar e decorar a casa". *Vida Domestica*, Rio de Janeiro, n. 125, ago.1928, n.p. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

Apesar de sabermos que os gabinetes Hoosier eram fabricados em madeira laqueada de cores claras, todo o restante da descrição não condiz com a “cozinha moderna” que ilustra o artigo. Mas, a fotografia do “living-room” parece ter sido colocada na mesma página para suprir o efeito “agradável” que se pretendia alcançar com a sugestão sobre a decoração da cozinha. Com tecidos floridos nos sofás, tapetes, almofadas e capa no abajur, a sala de estar fotografada é o oposto do ideal de higiene e funcionalidade que guiou o modelo de “cozinha moderna”, o mesmo que deu origem aos gabinetes Hoosier nos Estados Unidos. No entanto, o aconchego dos estofados, as flores e as “gravuras antigas” nas paredes parecem ter a função de amenizar a rigidez dos materiais fabricados industrialmente – como o verniz, os metais, a porcelana dos ladrilhos – e as cores frias reivindicadas para a nova cozinha. Colocando as imagens lado a lado, é como se a cozinha, enquanto ambiente de trabalho, ganhasse os qualificativos atribuídos à sala de estar e, então, se tornasse um ambiente confortável, ao menos visualmente.

Vânia Carvalho (2008, p. 283) explica como a decoração, apreendida pela visão, é essencial para a sensação de bem-estar físico dos moradores da casa:

O conforto visual é entendido nesse novo contexto como uma organização de elementos materiais cujo resultado de conjunto, apreendido pela visão, realiza necessidades de natureza simbólica responsáveis por sensações de bem-estar. Concretamente, trata-se de alcançar, pela construção de uma ordenação estética doméstica, a transcendência do mundo real para um mundo de representações prazerosas constituídas em torno de práticas e objetos tranquilizadores.

Não por acaso que a sala de estar representada na figura 87 é repleta de elementos da natureza e tecidos trabalhados artesanalmente pelas mulheres, como as capas dos sofás, as almofadas e os abajures. Juntos, eles formam um cenário apaziguador da experiência externa à casa, vinculada ao trabalho e à agitação das cidades (CARVALHO, 2008, p. 286-291). Os elementos da natureza são importantes para a constituição do “conforto visual” na cozinha, como vemos em “Enfeitamos o lar. Uma cozinha chic”, publicado pela *Vida Domestica*, que se dirige às leitoras que moram em casas pequenas, apenas com quarto e cozinha (figura 88). Dispondo de habilidades manuais, elas poderiam transformar suas cozinhas em espaços “agradáveis de estar”, bordando patos brancos nas cortinas colocadas nas janelas e naquelas usadas para “proteger” ou encobrir as panelas penduradas em ganchos. Nas portas dos móveis e cerâmicas, a figura de um pato ainda podia ser usada pelas leitoras que “manejassem com perícia o pincel”.

ENFEITEMOS O LAR UMA COSINHA CHIC

NEM todos possuem uma casa contendo muitos compartimentos e grande é o numero de pessoas que se contentam com um quarto e uma cosinha. Ora quando esta ultima é bem grande e clara, pôde-se cogitar em dar-lhe um aspecto chic e garrido, o que a tornará num aposento agradável de estar.

Nesta mesma pagina teem as nossas amáveis leitoras uma idéa para um buffet pratico que constituirá o movel principal desta cosinha.

A parte inferior contém a baixella e cada uma das portas é enfeitada com um pato branco, que resalta do fundo verde agua dos apainelados.

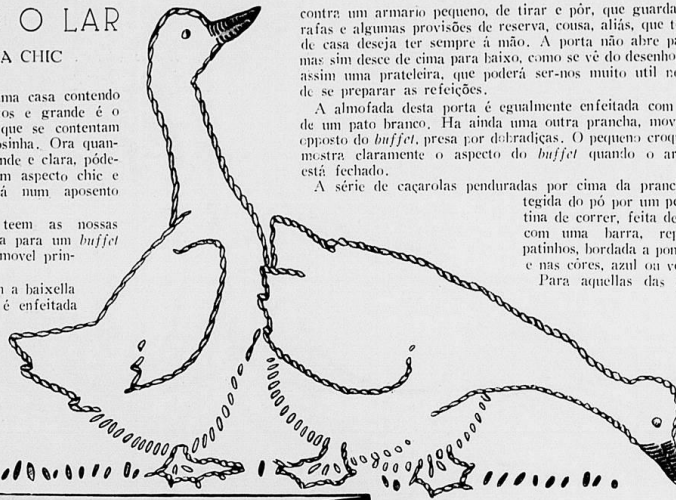
Sobre esse buffet, num dos cantos, se en-

contra um armario pequeno, de tirar e pôr, que guardará as garrafas e algumas provisões de reserva, cousa, aliás, que toda a dona de casa deseja ter sempre á mão. A porta não abre para o lado, mas sim desce de cima para baixo, como se vê do desenho, formando assim uma prateleira, que poderá ser-nos muito util no momento de se preparar as refeições.

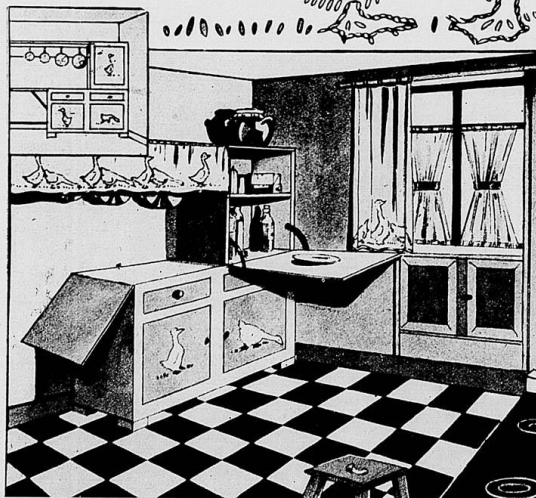
A almofada desta porta é igualmente enfeitada com o desenho de um pato branco. Ha ainda uma outra prancha, movel, do lado opposto do buffet, presa por dobradiças. O pequeno croquis, abaixo, mostra claramente o aspecto do buffet quando o armariosinho está fechado.

A série de caçarolas penduradas por cima da prancha, é protegida do pó por um pequena cortina de correr, feita de linho crú, com uma barra, representando patinhos, bordada a ponto de haste e nas cores, azul ou vermelho.

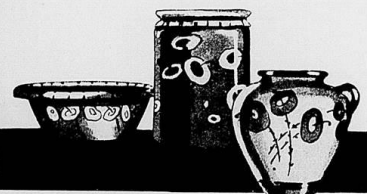
Para aquellas das nossas lei-



O grupo de patos, para bordar na cortina da cosinha moderna. (Tamanho a executar).



Conjunto da chic cosinha moderna.



As vasilhas de barro decoradas com pintura laqueada.

TER A CERTEZA DE CON-FORTO, ELEGANCIA E ORIGINALIDADE, SÓ NA

CASA AYRIES

Movéis estofados

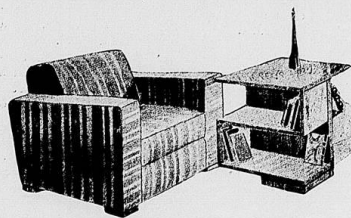
DECORAÇÕES INTERNAS EM GERAL

Ru. Mem de Sá, 37

TEL. 2-4695

Rio de Janeiro

Domingos Rodrigues Ayres



"MIRAGIA" INTERIORES

Figura 88. "Enfeitemos o lar. Uma cosinha chic". *Vida Domestica*, Rio de Janeiro, n.174, set. 1932. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

Observa-se a continuidade do sentido estético atribuído à “cozinha moderna” nos textos publicados a partir dos anos 1930. Aparentemente, os projetos de racionalização, que vinham sendo amadurecidos nos Estados Unidos e na Europa nessa época, não foram divulgados nos veículos que as donas de casa de São Paulo tinham acesso cotidianamente. Procurados, os nomes de Catherine Beecher, Christine Frederick, Lilian Gilbreth, Erna Meyer e Margarete Schütte-Lihotzky não foram encontrados nas páginas de revistas ilustradas e manuais domésticos direcionados a este público. Logo, a redução do trabalho doméstico aparece sem a proposta de medidas concretas para a otimização do movimento corporal. A “cozinha moderna” citada nesses documentos continuou a significar a adoção de medidas de higiene e incorporação de novas tecnologias e materiais fabricados pela indústria. Desta maneira, o aspecto decorativo da “cozinha moderna” seguia encontrando lugar na argumentação, caminhando, assim, para o sentido oposto à eficiência e ao utilitarismo extremos sugeridos pelas modernistas europeias.

A página da revista *O Cruzeiro* exibida na figura 89 mostra como textos ressignificam as imagens que os acompanham, incentivando a interpretar aspectos da cozinha racional pelo viés da higiene e do arranjo estético. Neste caso, observa-se que o destaque é dado ao mobiliário, cujas partes recortadas e distribuídas pela página da revista ajudam a destacar prateleiras, suportes retráteis, ganchos e nichos planejados para organizar os utensílios e mantimentos da cozinha. Ao centro, a cena do cozinheiro que manipula os botões sugere que a possibilidade de organização desse tipo de móvel se comportaria como uma máquina automática. As fotografias da bateadeira e do fogão elétrico completam a soma dos itens necessários à “cozinha moderna” sugerida no título. No entanto, o curto parágrafo que acompanha as imagens não explora a ideia de racionalidade e funcionalidade, como se poderia supor, mas foca na substituição de uma “velha cozinha” por outra, mais higiênica. É a higiene, no ponto de vista do texto, que torna a cozinha comparável à sala de visitas porque a deixa “brilhante”:

A cosinha, actualmente, não é mais o “puxado” desprezível da casa que parecia envergonhar as habitações. Era uma das peças mais sujas e menos cheirosas, cheia de fuligem e tresandando a restos de alimentos mais ou menos deteriorados. Agóra, é uma peça de honra, higienizada e brilhante como uma sala de visitas. Deve ser também uma peça prática. Nossa página – de origem “yankee”, naturalmente – mostra como realizar vários acessórios para que exista em cada cosinha lugar para cada coisa¹²¹.

¹²¹ COSINHAS Modernas. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, n. 23, 1934, p.40.

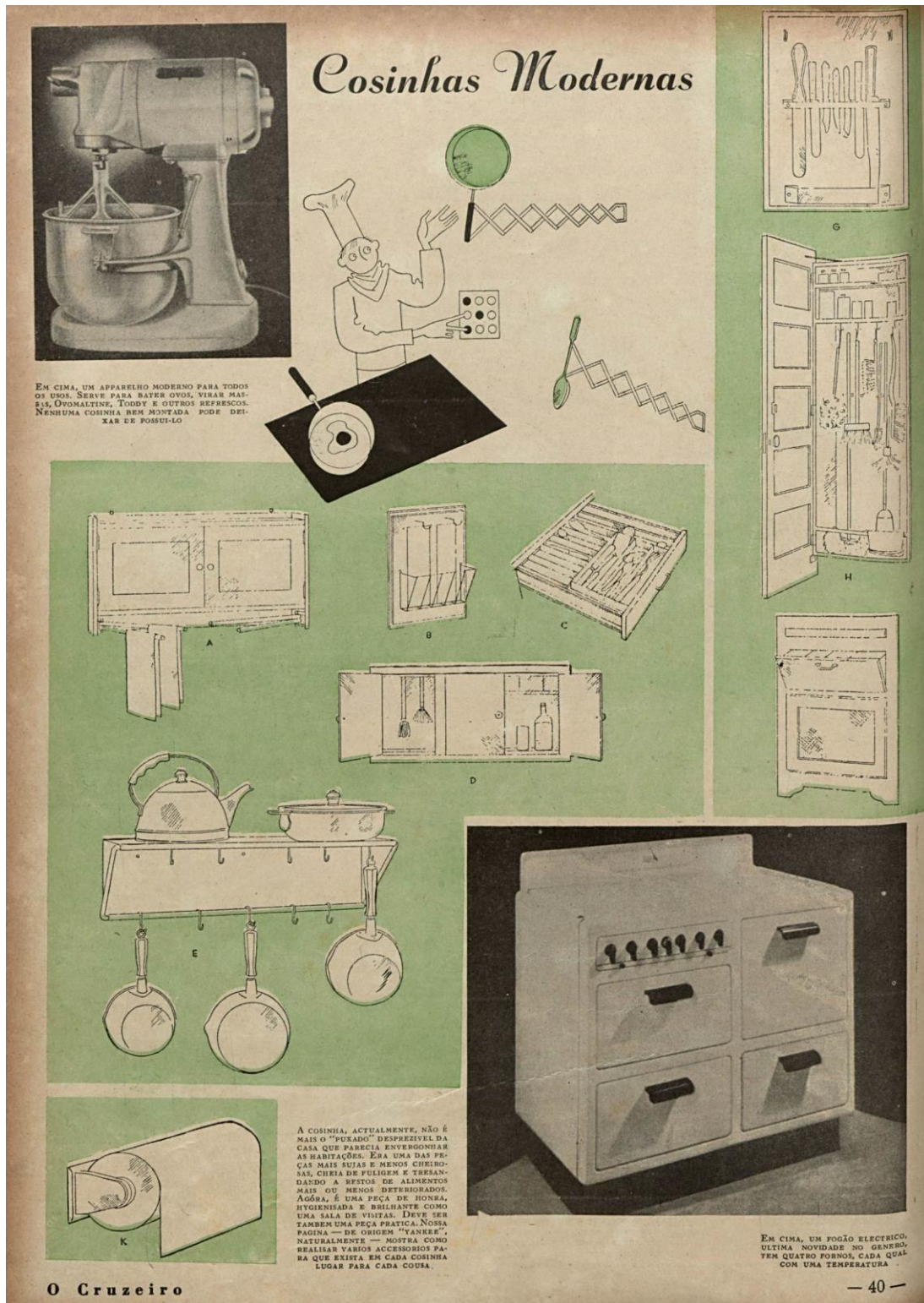


Figura 89. "Cosinhas Modernas". *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, n. 23, 1934, p.40. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

Essa perspectiva sobre a “cozinha moderna” continua sendo comum nas décadas seguintes, como mostra “A cozinha é um prazer” divulgado em 1951 (figuras 90). Neste artigo, afirma-se que a “cozinha americana”, de instalação “demasiado dispendiosa” para as mulheres brasileiras, era um “sonho” que se tornaria alcançável cumprindo as sugestões do texto. A primeira propõe colocar os objetos em lugares de fácil acesso e aproveitar todos os lugares disponíveis com mobiliário, e a segunda remete à instalação de “simples e alegres cortinas nas janelas” que, junto dos “pequenos jarros com plantas, arrumados sobre seu parapeito”, dariam um “ar simpático à cozinha”. Assim, a obrigação de cozinhar se transformaria em “prazer”:

É preciso tornar o ambiente deste lugar tão alegre como se fôsse uma sala de estar, pois a obrigação nos faz despendar muito do nosso tempo útil.

Transformemos esse lugar, onde só entramos com a idéia de trabalho, num ambiente simpático e alegre e o nosso dever jamais nos parecerá uma obrigação e se tornará num verdadeiro prazer.¹²²

Ao analisar o conjunto de imagens de “cozinhas modernas” divulgado nas revistas femininas percebe-se que quase a totalidade é de cozinhas do estilo “americano”, que têm espaço amplo, iluminado, armários fixos às paredes, eletrodomésticos embutidos e, muitas vezes, mesa ou bancada para refeições. Como afirma o texto, este modelo era praticamente inalcançável para as leitoras paulistanas e, dessa maneira, as imagens reproduzidas nos periódicos serviam para contemplar o cenário idealizado de uma “cozinha moderna”, que era “moderna” porque era estrangeira. As fotografias da “Cosinha Ideal” apresentadas no *Anuario das Senhoras* em 1948 são exemplos disso (figura 91). Nesse caso, trata-se do interior das residências dos artistas de Hollywood, James Cagney e Foye Emerson, cujas cozinhas eram comparáveis em termos de beleza às salas de estar e jantar. É interessante como, na prática, as fotografias apresentam ambientes completamente opostos, evidenciando as contradições nesse argumento: a cozinha, de um lado, é branca, clara, tem linhas retas e detalhes em metal, enquanto as salas de estar e de jantar, do outro lado, têm paredes pintadas coloridas, pouca incidência de luz natural, estofados, tapetes e uma profusão de objetos decorativos.

¹²² A COZINHA é um prazer. *A Cigarra*, São Paulo, n. 210, set.1951, p140, 141, 159.



ARMÁRIO prático para guardar utensílios.

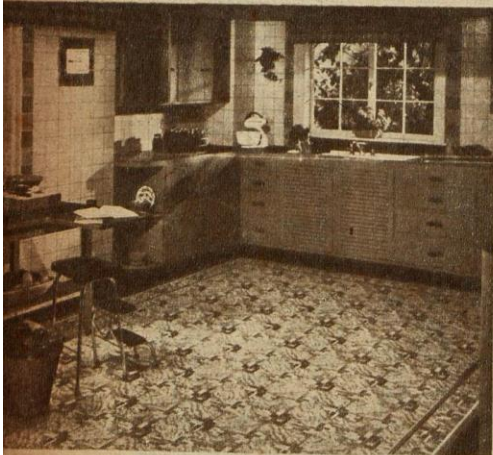
DECORAÇÃO

A COZINHA É UM PRAZER

SE o trabalho na cozinha consistisse apenas em fazer as refeições, muitas donas de casa não torceriam o nariz ao pensar nela.

Acontece, porém, que o maior e o pior serviço está na sua arrumação e limpeza. Uma co-

(CONCLUI NA PÁGINA 159)



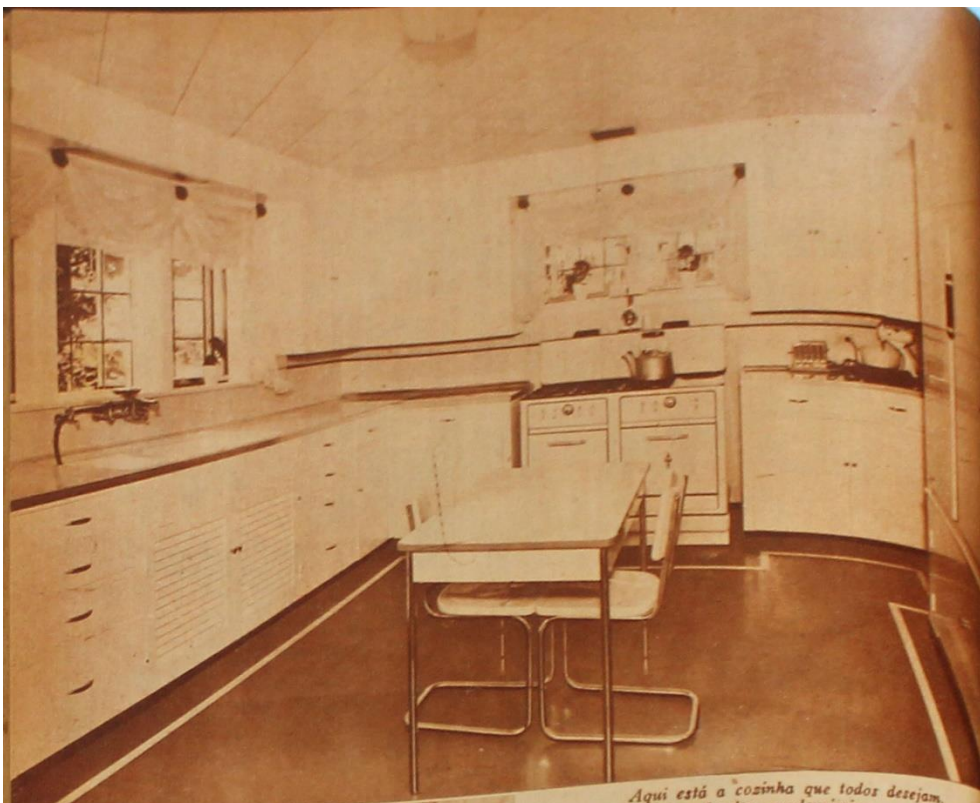
UMA COZINHA das mais modernamente equipadas.



OS NORTE-AMERICANOS talvez sejam o povo que gavetas para guardados de despensa, são ligados à ma



Figura 90. “A cozinha é um prazer”. *A Cigarra*, São Paulo, n. 210, set.1951, p. 140 e 141.
Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.



Aqui está a cozinha que todos desejam. Prática, bonita, moderníssima, a mesa ao centro servindo para as pequenas refeições. Esta cozinha foi instalada na residência do artista do cinema James Cagney, em Coldwater Canyon, perto de Hollywood.



COSINHA Ideal

Faye Emerson, artista da Warner em "The Very Thought of You", é muito ciosa da sua casa, ela própria dando o último toque de limpeza na cozinha de sua residência.



DOIS AMBIENTES BELOS

Cinza azulado é o tom do estôfo dos móveis, do tapete e das paredes desta sala de jantar luxuosa.

Móveis de madeira escura e clara, estôfo branco marfim, tapete igual, cortinas altas e leves, sanefas de seda verde esmeralda — sala de estar confortável e bonita.



Figura 91. “Cosinha Ideal”. *Anuario das Senhoras*, Rio de Janeiro, 1948, n. p. Coleção particular.

3.4 Cozinha elétrica: espaço de trabalho ou de descanso?

No livro *A Alegria de Cozinhar*, a culinária, economista doméstica e escritora Helena Sangirardi dedica um de seus capítulos à “cozinha elétrica”, que era entendida por ela como a “cozinha do futuro”. As imagens que ilustram este texto foram enviadas à editora pela General Electric, o que nos leva a supor que a empresa tenha patrocinado a publicação do livro. Sangirardi lista cada um dos eletrodomésticos fabricados pela GE e comenta quais as funções deles na sua “cozinha ideal”:

A Cozinha do Futuro é ampla e clara. Tudo é irrepreensivelmente limpo – brancas as paredes e o forro; o piso de linóleo, colorido. Fogões, pias, fornos, mesas de construção metálica, são alvos e brilhantes. Por cima deles, à volta da parede, os armários também alvos e brilhantes que, juntamente com as inúmeras e amplas gavetas, resolvem o problema do espaço. Não há utensílios à vista, quando a cozinha está arrumada. Apenas os aparelhos elétricos, completando o conjunto. A janela, com as cortinas alegres. Pequenas cantoneiras com livros de cozinha ou alguns bibelôs. E, de um lado, a copa, com as cadeiras e mesa de cores claras. Sobre a mesa, um vaso de flores.¹²³

Há continuidade entre a descrição de Sangirardi e o que vinha sendo publicado nas revistas ilustradas aos longo das cinco primeiras décadas do século XX. Neste trecho, a higiene junto à estética compõe a “cozinha elétrica”. A higiene está presente nas superfícies brancas e alvas, brilhantes por causa da limpeza, e a decoração fica a cargo das cortinas “alegres” nas janelas, bibelôs e um vaso de flores sobre a mesa. A ressalva sobre o fato de que “apenas” os aparelhos elétricos são expostos quando a cozinha está arrumada mostra que esses objetos também eram importantes para representar visualmente o conjunto do ambiente “moderno”.

O papel da General Electric como promotora de uma “iconosfera”¹²⁴ da “cozinha moderna” é representativo desde os final dos anos 1920, quando a empresa começou a vender refrigeradores em São Paulo. A publicidade em anúncios foi o principal mecanismo de distribuição das imagens, mas existiram outros, como a ilustração de textos de ampla divulgação e a montagem de cenários que permitissem ao cliente mimetizar a experiência de estar na cozinha e usar eletrodomésticos.

¹²³ SANGIRARDI, Helena. “A cozinha do futuro... a cozinha elétrica”. In: _____. *A alegria de cozinhar*. São Paulo: Livraria Martins Editora, 1949, p. 672.

¹²⁴ Segundo Ulpiano Meneses (2003, p.15), “iconosfera” é “o conjunto de imagens que, num dado contexto, está socialmente acessível”.

Não há indícios documentais que comprovem que a General Electric montou exposições no Brasil como as realizadas nos Estados Unidos. Sabe-se apenas que a empresa participou da iluminação de grandes eventos, como o Centenário da Independência do Brasil, em 1922, celebrado no Rio de Janeiro, e a Exposição Farroupilha realizada em Porto Alegre, em 1935. Todavia, as fotografias das lojas da GE no Brasil sugerem que esses espaços podiam ter cumprido a mesma função que estandes das exposições norte-americanas. Como mostra a figura 92, a montagem de ambientes para demonstração de uso dos produtos elétricos era uma prática entre os vendedores brasileiros. Na figura 6 (p.55), o quadriculado do piso da loja de São Paulo ainda sugere que ele possa ter sido escolhido com a finalidade de aproximar-se da “cozinha modelo” norte-americana, que já fazia parte do repertório visual das mulheres paulistanas, como vimos no tópico anterior¹²⁵. Também as luzes e a decoração usadas nas vitrines (figura 3, p. 52 e 5, p.54) surtiam efeito semelhante àquele explorado nas exposições para deslumbrar os visitantes que não estavam acostumados com o uso da eletricidade nessa época.

A biografia da figura 93 exemplifica como as imagens produzidas pela General Electric nos Estados Unidos foram distribuídas em São Paulo. Trata-se de uma imagem reproduzida na página de uma edição da revista *O Cruzeiro* lançada em novembro de 1947, apresentada entre receitas culinárias e intitulada “cozinha ideal do futuro”. Na curta legenda, o destaque foi dado para o fato de a cozinha representada ter sido construída próxima à sala de jantar:

Aí está uma cozinha com que tôdas as donas de casas sonham. Notem o interessante detalhe da sala contigua, que tanto pode ser copa, sala de almoço ou de jantar, como mesmo um “living-room”, dependendo do tamanho da casa ou do apartamento.¹²⁶

¹²⁵ O piso quadriculado é recorrentemente utilizado nas representações de “cozinhas modernas”, como mostrado nas figuras 35, 69, 86 e 88.

¹²⁶ A COZINHA ideal do futuro. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, n. 2, nov.1938, p.68.



Figura 92. Sala de demonstração de rádios na loja da General Electric em São Paulo, 3.mar.1932. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).



Figura 93. “A cozinha ideal do futuro”. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, n. 2, nov.1938, p.69. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

Sabemos que essa imagem foi reproduzida do catálogo “Your Next Kitchen”, publicado em 1944 pela GE dos Estados Unidos, como mostra a figura 85. O fato de a empresa não ter sido citada mostra que o objetivo na divulgação desta figura não era propagandar os eletrodomésticos e, sim, ajudar a construir uma “iconosfera” da “cozinha moderna” idealizada, baseada no modelo estadunidense. Afinal, vender os eletrodomésticos dependia da aceitação de uma “nova cozinha”, aquela onde seria possível realizar as refeições e “conviver”, como o “living-room”.

A flexibilidade que essas imagens têm para a construção de significados para a “cozinha moderna” é observada no uso dessa mesma figura no anúncio da “Cozinha Elétrica General Electric” publicado em novembro de 1945 também na revista *O Cruzeiro* (figura 94). Nele,

convida-se a leitora a “fazer chegar à cozinha todo o sopro de renovação” possibilitado pelos aparelhos elétricos:

[Faça chegar à cozinha o sopro da renovação] E por que não? É na cozinha que a dona de casa passa boa parte do seu dia. E como tôdas as peças da casa, a cozinha também deve refletir a personalidade de sua dona: simpatia, atração, alegria, senso prático, bom gosto; Moderna e bonita, a cozinha elétrica General Electric é, acima de tudo, conveniente. A disposição racional do fogão elétrico, do refrigerador, do lava-pratos, das mesas e armários, da iluminação fluorescente, adapta-se a qualquer tamanho, forma e tipo de cozinha. Torna mais leve e mais agradável a lida cotidiana. Ponha-se de acordo com sua época e sua geração, personalizando sua cozinha segundo seus desejos e necessidades: possua uma cozinha elétrica G.E.!¹²⁷

¹²⁷ Anúncio de “cozinha elétrica” General Electric. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, n. 3, 10.nov.1945, p. 84.

Faça chegar à cozinha o sôpro da renovação

COZINHA MODERNA

COZINHA TÔDA ELÉTRICA

GENERAL ELECTRIC

2018

Figura 94. Anúncio de “cozinha elétrica” General Electric. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, n. 3, 10.nov.1945, p. 84. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

Dessa vez, a conexão com a sala de jantar não é mencionada, mas sim as qualidades que os eletrodomésticos atribuiriam à cozinha e, por conseguinte, à dona de casa, que, ao comprá-los, passa a ser “simpática, atraente, alegre, prática, com bom gosto”.

Esses aspectos relevam o potencial das imagens de “cozinhas elétricas” na construção de significados para a cozinha e como elas reforçam a noção de que este espaço é um lugar de prazer, onde se desfruta de um conforto semelhante àquele experimentado na sala de estar. O “prazer” e o “conforto” não são atribuídos apenas à diminuição do esforço físico pelo uso de eletrodomésticos, como é comum supor, mas também à configuração deles na cozinha e aos resultados que a eletricidade traz ao ambiente e ao corpo da mulher, que o frequenta e que realiza o trabalho doméstico.

Os efeitos da eletricidade afetavam os cinco sentidos do corpo humano e a publicidade soube muito bem mobilizar a sua agência para a construção de noções de “conforto”, como veremos a seguir.

3.5.1 Visão: iluminação, cores e linhas agradáveis

A iluminação é um requisito importante para a cozinha apresentar-se como espaço higiênico. A “claridade” é proporcionada pelos ladrilhos de cores claras, tinta branca nas paredes, mobiliário, utensílios e eletrodomésticos, mas também depende de uma fonte de luz, seja ela natural ou artificial. Por isso, a instalação de janelas na cozinha é uma das medidas higienistas mais comuns nos conselhos domésticos. A luz natural também era entendida como necessária para o processamento dos alimentos, sua cocção e a limpeza dos utensílios e, em função disso, uma grande janela estava prevista na cozinha racional de Frankfurt em frente à bancada principal de trabalho.

A luz elétrica potencializa a iluminação natural vinda das janelas durante o dia e a substitui à noite, possibilitando a continuidade do trabalho e também decorando a cozinha. Afinal, segundo Agnes Pitts, “A instalação eléctrica não deve ser esquecida para que á noite a cosinha seja tão clara e alegre como é durante as horas do dia”¹²⁸. Nos anúncios de lâmpadas elétricas (figura 95), a eletricidade é abordada como uma solução para tornar o lar mais “encantador”, proporcionando o conforto encontrado em ambientes destinados ao descanso, como a sala de estar e o quarto:

Nas salas de estar e jantar, cria um ambiente convidativo. Nos quartos, a iluminação fluorescente criará nova beleza. A cozinha terá mais luz nos

¹²⁸ PITTS, Agnes. Trad. Dahlia. Cozinhas modernas. *Vida Doméstica*, Rio de Janeiro, n.214, jan.1936, n.p.

pontos onde for preciso. No banheiro, além da luz do teto, a iluminação ao lado do espelho proporcionará conforto.

Assim, onde quer que as tarefas visuais exijam mais luz, onde quer que pretenda obter um efeito decorativo, a luz fluorescente aumentará em todos os aposentos do seu lar, o conforto e o encanto de viver.¹²⁹

Rio — Maio de 1946 125

**Encante
SEU LAR COM A
ELETRICIDADE**

Uma Nova Era em Iluminação Residencial

As pesquisas científicas da General Electric no campo da iluminação abrem magníficas possibilidades para a iluminação fluorescente em seu lar. A iluminação fluorescente é fria e tão abundante e suave que V. S. certamente desejará utilizá-la em todos os cômodos de sua casa. Nas salas de estar e jantar, cria um ambiente convidativo. Nos quartos, a iluminação fluorescente criará nova beleza. A cozinha terá mais luz nos pontos onde for preciso. No banheiro, além da luz do teto, a iluminação ao lado do espelho proporcionará conforto. Assim, onde quer que as tarefas visuais exijam mais luz, onde quer que pretenda obter um efeito decorativo, a luz fluorescente aumentará em todos os aposentos do seu lar, o conforto e o encanto de viver. Através da colaboração com o arquiteto e os construtores, a General Electric terá o máximo prazer em ajudar V. S. a projetar a iluminação fluorescente para sua residência.

Aparelhos Elétricos G.E. ... Criados Fiel e Dedicados

FOGO

MAQUINA DE LAVAR LOUÇA

RADIO

MAQUINA DE LAVAR PRATOS

REFRIGERADOR

8.102

Lâmpadas
GENERAL ELECTRIC

Figura 95. Anúncio de lâmpada da General Electric. *A Cigarra*, São Paulo, n. 143, maio.1946, p. 125. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

¹²⁹ Anúncio de lâmpada elétrica da General Electric. *A Cigarra*, n. 143, mai.1946, p.125.

Se considerarmos que a eletricidade não estava presente em todas as casas de São Paulo até 1960, e que durante décadas a luz elétrica vinha sendo explorada pelo viés da espetacularização, não podemos deixar de considerar que a iluminação artificial instalada no interior de refrigeradores e fornos também podia chamar a atenção dos consumidores enquanto item decorativo, como sugere a fotografia da figura 96.



Figura 96. “Refrigerador Doméstico GE 1938 em uso a noite”. 26.nov.1937. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Além disso, o “conforto visual” da “cozinha-sala de estar” se beneficia das linhas e cores dos eletrodomésticos, sejam eles brancos, coloridos, grandes, pequenos, de cantos retos ou arredondados. Ao longo do tempo, e a depender do design predominante na época, os aparelhos elétricos sempre estiveram em sintonia com o conjunto de artefatos que compuseram a cozinha. Isso não significa dizer exclusivamente que o seu design foi influenciado de maneira passiva por alterações no mobiliário e no revestimento, mas que o formato e as cores dos eletrodomésticos também agenciaram transformações visuais nos modelos de cozinha.

Assim, em diferentes épocas, vemos os eletrodomésticos serem anunciados como elemento estético. No anúncio publicado em 1946 (figura 97), o refrigerador é um “elemento de beleza para a cozinha”, laqueado na cor branca, de cantos arredondados e embutido no mobiliário. Segundo outra peça publicitária do mesmo modelo: “A brancura imaculada e a perfeita estilização dos novos refrigeradores General Electric será um motivo de atração irresistível dessa sala moderna e alegre, cheia de comodidades, em que V.S. converteu a cozinha de sua casa”¹³⁰. Aqui, finalmente, a cozinha é explicitamente nomeada com o termo “sala”.

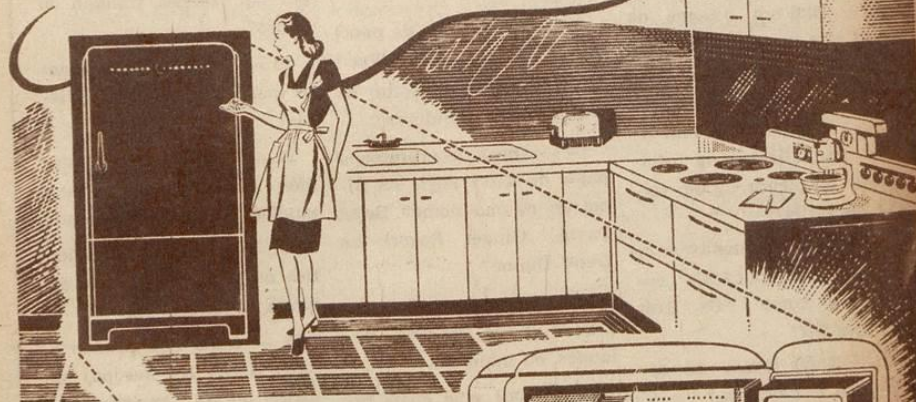
Quando a fabricação de eletrodomésticos coloridos começou a ser uma realidade, o uso das cores catalisou o sentimento de “alegria” nos textos sobre a cozinha:

Outra inovação revolucionária se está verificando em matéria de côr. Ninguém até bem pouco tempo, sonharia em utilizar equipamento de cozinha noutra côr que não fôsse o branco. Atualmente, porém, os refrigeradores começaram a aparecer em diversos tons: azul-turquesa, amarelo-canário, verde-alface, etc. A princípio muita gente se revoltara. Uma geladeira que não seja branca! Que absurdo! Mas depois que verificarem a nota de alegria que isto trará às cozinhas, tôdas aplaudirão a idéia, tal como já fizeram milhões de norte-americanas, pois foi nos Estados Unidos que surgiu a novidade. Teremos então esta dependência do nosso lar tão colorida e viva como o próprio “living”!¹³¹

¹³⁰ Anúncio de refrigerador General Electric. *A Cigarra*, São Paulo, n.145, jul.1946, p.57.

¹³¹ [Stella]. Cozinhas modernas, *A Cigarra*, São Paulo, n.173, nov.1948, p.126.

Encante seu lar com a Eletricidade



EIS O SEU NOVO REFRIGERADOR G-E!

O primeiro passo para a modernização da sua cozinha deve ser a instalação de um refrigerador General Electric. O seu distribuidor General Electric já está em condições de anotar o seu pedido e fornecer-lhe, logo que possível, esta recentíssima contribuição G-E ao conforto da vida de hoje.

A refrigeração elétrica é a solução mais moderna e conveniente do problema doméstico da conservação dos alimentos. E o refrigerador General Electric é dotado de um mecanismo de refrigeração hermeticamente fechado, garantido por cinco anos. Amplo e espaçoso, este novo refrigerador, obra-prima de engenharia da General Electric, lhe proporcionará, aliado a um funcionamento perfeito, um elemento para a beleza da sua cozinha. Procure hoje mesmo o seu revendedor General Electric e faça desde já o seu pedido.



Refrigeradores

GENERAL  ELECTRIC

2.099

Figura 97. Anúncio de refrigerador General Electric. *A Cigarra*, São Paulo, n. 142, abril.1946, p. 11. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

Alguns anos mais tarde, no artigo “Coloridos equipamentos modernos tornam mais alegres as cozinhas” (figura 41, p.93), Graciela Elizarde afirma que “a imaculada cor branca do refrigerador e do fogão elétrico [...] abriu caminho para a opinião, muito espalhada, de que a cozinha deveria ser inteiramente branca, ou pelo menos, muito clara”, aspecto que “sem sombra de dúvida constituía um progresso considerável, em comparação com o antigo fogão prêto e com a velha geladeira”. No entanto, na opinião da autora, o branco deixou as cozinhas com um “aspecto inegavelmente desagradável de uma sala de operações de hospital”. Depois da Segunda Guerra Mundial, o excesso de trabalho das donas de casa teria sensibilizado os arquitetos e construtores a desenvolver uma cozinha conjugada à sala de jantar, o que justificava a aplicação de cores variadas nos eletrodomésticos em harmonia com os móveis e papéis de parede coloridos e estampados, comuns ao lugar onde se realizavam as refeições¹³². Continuidade deste ponto de vista pode ser observada no anúncio de refrigerador GE, em que as linhas e cores introduziram “um novo conceito de conforto doméstico” na cozinha (figura 98).

¹³² ELIZARDE, Gabriela. Coloridos equipamentos modernos tornam mais alegres as cozinhas. *Vida Domestica*, Rio de Janeiro, n. 438, dez. 1954, n.p.

Conceito moderno de conforto doméstico

**NOVA GELADEIRA
CUSTOM**



e lembre-se:

GELADEIRA COMEÇA COM G-E

Nosso Mais Importante Produto é o Progresso

GENERAL  ELECTRIC

GENERAL ELECTRIC S. A. — BRASIL

Observe, por exemplo, o compartimento para laticínios, ou o de ovos com capacidade para 2½ dúzias! E as linhas e as cores da Nova Custom G-E introduzem, realmente, um novo conceito de conforto doméstico em sua cozinha! A Nova Custom G-E de 10,3 pés cúbicos é mais bonita... é mais espaçosa... é mais Geladeira! Venha conhecê-la hoje mesmo no seu Revendedor Autorizado G-E.

93

Figura 98. Anúncio de refrigerador General Electric. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, n. 22, 15.mar.1958, p. 92. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

3.5.2 Olfato e audição: espaço livre de odores e barulho

No início do século XX, a batalha contra o fogão a lenha e a carvão foi a justificativa principal para a compra de fogões a gás na cidade de São Paulo, como mostra João Máximo da Silva (2008). Apesar de a adesão ao fogão elétrico no Brasil não ter sido significativa se comparada ao modelo abastecido com gás, ele sempre esteve presente na mídia impressa por meio da publicidade, e um dos argumentos pela sua utilização era a extinção de odores desagradáveis na cozinha, causados pela fuligem e fumaça resultantes da queima da lenha ou do carvão. Como vemos na figura 35 (p.83), um dos elementos responsáveis por tornar a cozinha a nova sala de estar é a salubridade do ambiente “sem odores, sem calor, sem gases tóxicos”.

Nesse sentido, o exaustor foi vendido com a promessa de circular o ar na cozinha e dissipar os odores resultantes da cocção dos alimentos. Principalmente em casas que tinham instalações elétricas e a gás, mas permaneceram usando fogões a lenha e a carvão, ele pode ter sido uma peça importante para eliminar a fumaça e a fuligem do ambiente, como mostra o anúncio do exaustor Contact “Trabalhar na cozinha é um prazer... quando se tem um exaustor Contact” (figura 100). Nesse caso, o “prazer” é proporcionado pela diminuição do mau odor, especialmente o cheiro dos alimentos preparados com óleos. Os cheiros diversos vindos da cozinha chegavam ao restante da casa, principalmente em cômodos que poderiam estar próximos à área de serviço, como sala de jantar e de estar (figura 99).

A possibilidade de um ambiente supostamente inodoro também era atribuída à presença do refrigerador. A partir do momento que esta tecnologia substituísse outros métodos de conservação, como a defumação e a secagem de carnes, por exemplo, os frequentadores da cozinha se viriam livres da convivência com esses alimentos, expostos em jiraus ou mesas de apoio. Em seu manual, Vera Cleser mostra que esses odores eram uma realidade nas cozinhas do final do século XIX:

Na cosinha, na despensa, nos quartos, no quintal, o sentido do olfacto e uma sentinella vigilante que mostra sollicitamente si os generos alimenticios sao bons ou deteriorados, si tem o seu aroma conveniente, si emanações estranhas exigem urgentemente uma limpeza geral e uma desinfecção cuidadosa da casa, etc.¹³³

¹³³ CLESER, Vera. *O lar doméstico: conselhos para boa direcção de uma casa*. Rio de Janeiro; São Paulo: Laemmert & C., 1902 [1898], p. 71.

Também no interior do refrigerador, o sistema tecnológico e os materiais utilizados na fabricação do aparelho, como o metal e a porcelana, evitariam a transferência de cheiro entre os alimentos armazenados ou do alimento para o revestimento do gabinete:

Deixe que esta marca o conduza para o que ha de melhor em refrigeração. Ella identifica o unico refrigerador no mundo, dotado de "Paredes Refrigeradas", a sensacional innovação Frigidire, que renova a seiva vital dos alimentos. E não precisa sequer cobri-los... porque, com as "Paredes Refrigeradas", o cheiro dos alimentos não se transfere de uns para os outros.¹³⁴

Apesar de o ruído ser um aspecto intrínseco ao funcionamento de motores, é comum que a publicidade de eletrodomésticos explore a ausência de barulho para convencer que o consumidor adquira determinado produto. Isso aconteceu na venda dos primeiros modelos de refrigeradores em São Paulo, que prometiam ter motor “silencioso”¹³⁵, e permaneceu no lançamento do Liquidificador Perfeição Absoluta em 1960, cuja velocidade tinha tecnologia nomeada de “Toque Pluma” ou da batedeira “Super Silent” da Arno, vendida em 1955¹³⁶. Nos liquidificadores, desde 1950 os modelos Walita previam “amortecedores” e “pés de borracha”, que neutralizariam as vibrações do aparelho. Semelhante ao que sugere Márcia Arruda, a “turbulência” dos aparelhos elétricos pode ter contribuído para a resistência em utilizá-los, o que explica o anseio pela “cozinha silenciosa” prometida pela indústria por meio da publicidade (2010, p.166-175).

¹³⁴ Anúncio de refrigerador Frigidaire. *Vida Domestica*, n. 150, set.1930, n.p.

¹³⁵ Anúncio de refrigerador Frigidaire. *Vida Domestica*, Rio de Janeiro, n. 53, 1938, n.p.

¹³⁶ Anúncio de batedeira Arno. *O Cruzeiro*, São Paulo, n. 26, abr. 195, p. 29.

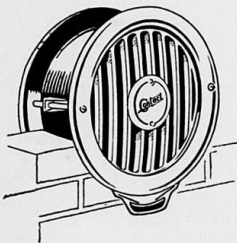
VIDA DOMÉSTICA

Trabalhar na cozinha
é um prazer...



...quando se tem
um exaustor

Contact



É só ligar o interruptor e pronto: lá se vão a fumaça, os odores enjoativos, o calor. O ar se renova imediatamente; a atmosfera fica leve e agradável! Contact mantém sua cozinha livre dos vapores gordurosos que encardem móveis e paredes. E consome apenas Cr\$ 3,00 de energia por mês! Qualquer eletricitista pode colocá-lo em meio dia de serviço.

SOVIC

SOC. DE VENDAS E INSTALAÇÕES CONTACT LTDA.

Rua Cezário Mota, 383 — Fone 33-4725 — S. Paulo
Av. Churchill, 109 — Fone 52-3925 — Rio de Janeiro

— 102 —

Figura 100. Anúncio de exaustor Contact. *Vida Domestica*, Rio de Janeiro, n. 438, set.1954. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

**COISAS QUE UMA
DONA DE CASA
DETESTA:**



Móveis e janelas engorduradas...

Paredes encardidas...



Cortinas pretas de fumaça...

"Cheiro de cozinha" no interior da casa...



por isso, a dona de casa experiente tem na cozinha um exaustor

Maior capacidade de aspiração • Mais fácil de limpar-se • Luz vermelha indicando quando está ligado • Pintado com esmalte creme especial - não risc.

SÃO PAULO

GUERRA & CIA. LTDA.

Rua 7 de Abril, 397 — Tels. 34-1044 — 34-1045

RIO DE JANEIRO

AMIMPEX S. A. — Ind. e Comércio
Rua Ubaldino do Amaral, 20-A — Tel. 52-8943

Figura 99. Anúncio de exaustor Contact. *Vida Domestica*, Rio de Janeiro, n. 456, mar.1956. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

3.5.3 Paladar: comida mais gostosa

Como vimos no capítulo 2, a eletricidade aplicada ao processamento dos alimentos é usada para convencer as consumidoras de que elas cozinhariam receitas mais gostosas e saudáveis para seus filhos e maridos. A intensificação do sabor dos alimentos é um argumento construído a partir da função de cada um dos equipamentos: as velocidades da batedeira proporcionariam mais maciez ao bolo¹³⁷, o liquidificador, por sua vez, liberaria o sabor do ingrediente ao processá-lo em suas hélice e, no caso do refrigerador, a baixa temperatura tornaria as sobremesas mais apetitosas:

O meu Refrigerador General Electric, conserva sem me impôr a menor preocupação, a uma temperatura que cientificamente evita o desenvolvimento de bacterias. O leite se conserva por duas semanas. Fructos, legumes e saladas conservam-se frescos e apetitosos... e as sobremesas e gelados ficam ainda mais saborosos.¹³⁸

Os manuais de instrução de refrigeradores apresentam uma série de ilustrações dos pratos frios sugeridos na seção “receituário”, que nos levam a acreditar que até mesmo a aparência dos alimentos – ao menos a representação deles – estimulava o paladar. Observa-se nas figuras 25 e 29 (capítulo 1), a exploração de cores variadas e a decoração delicada dos pratos. Nas figuras 26 (p.77) e 30 (p.79), a cesta de frutas, legumes e vegetais se assemelha à uma natureza-morta, o que ratifica o aspecto do alimento fresco, intacto em sabor e aparência.

Ademais, o sabor dos alimentos aparece nas fontes documentais como atributo intrínseco à “cozinha moderna”:

Hoje a cozinha é moderna e requer para ser perfeita, quatro básicos conceitos:

1. Deve incorporar qualidades estéticas que transmitam prazer, bonito ambiente, satisfação visual: fazer parte da decoração.
2. Deve possuir meios mecânicos capazes de suavizar todos os trabalhos penosos que uma cozinha requer, estar a par com tôdas as invenções modernas, destinadas a êste fim.
3. Deve ser engenhosamente arquitetada, visando diminuir a quantidade dos passos dados pela cozinheira em sua faina diária.
4. E deve ser bastante espaçosa, limpa, higiênica, que permita aos que ali se reúnam, bem-estar, e uma certeza absoluta de que daquela bonita e bem cuidada cozinha, sairão os mais apetitosos acepipes.¹³⁹

¹³⁷ Anúncio de batedeira Walita. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, n. 17, fev.1957, p. 30.

¹³⁸ Anúncio de refrigerador General Electric. *Vida Domestica*, Rio de Janeiro, n. 150, set.1930, n.p.

¹³⁹ Uma cozinha moderna. *A Cigarra*, São Paulo, n.239, 1953, p. 108-109

A recorrência do argumento de que a eletricidade deixaria a comida mais gostosa nos leva a acreditar que ele possa ter sido desenvolvido justamente para superar as resistências em aceitar os aparelhos elétricos como processadores dos alimentos. Assim, no embate entre o “atrasado” e o “moderno”, os utensílios e métodos tradicionais tinham a seu favor o aspecto afetivo da culinária, que tentou ser superado pela exatidão da ciência aplicada à indústria.

3.5.4 Tato: gestos e percepção corporal da temperatura

O conforto do corpo da mulher na cozinha é explorado amplamente pela publicidade de eletrodomésticos para promover a ideia de “cozinha elétrica” e equipará-la à sala de estar da casa. Isso não significa que, na cozinha, a mulher relaxe a musculatura da mesma maneira que faria se estivesse desfrutando de momentos de descanso em uma poltrona generosamente estofada, tal qual a forma como os homens são representados na sala de estar (SANTOS, 2015, p. 66). Pelo contrário, a figura mais utilizada para representar o corpo feminino na cozinha é uma mulher branca, longilínea, que veste um vestido coberto por um avental, calça sapatos de salto alto, tem unhas pintadas e maquiagem intacta. Ela permanece em pé constantemente e, quando representada sentada, não parece estar em uma posição aconchegante (figura 101). Assim, a ideia de conforto corporal explorada para promover a “cozinha elétrica” significa a inércia ou pouca movimentação dos membros para realizar o trabalho, isto é, sem que seja necessário levantar os braços, torcer os punhos, ou flexionar as pernas.



Figura 101. “Módulo de cozinha da GE. Instalação de canto. Visão da mesa de preparo em uso”.
07.ago.1936. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Na “cozinha elétrica”, a ventilação proporcionada pela janela e pelo exaustor favoreceria a baixa temperatura corporal da cozinheira, evitando-se o suor e a conseqüente emanação de odores corporais considerados desagradáveis. Mas, o fogão elétrico também contribuiria para diminuir a temperatura do ambiente, substituindo a emissão de calor da chama dos fogões a lenha e a carvão pelo processo de indução eletromagnética, ajustável por botões: “RAPIDEZ: calor constante e uniforme, em temperaturas controladas. Requer menos água, dispensa vigilância e elimina perigo de queimaduras, tornando mais rápido o cozinhar com eletricidade”¹⁴⁰.

Não obstante, a interação com os eletrodomésticos, ou seja, entre corpo e os objetos, é o principal elemento da publicidade que justifica o conforto corporal na “cozinha elétrica”. Para isso, os botões e alavancas são planejados para que as mãos e os pés executem gestos sem a necessidade de usar braços e pernas para aplicar força muscular à tarefa, realizando-a de maneira “simples” e “rápida”. No refrigerador Monitor Top da GE ou no Leonard de 1937¹⁴¹, um pedal abria a porta do aparelho com a distensão do tornozelo. Em outro modelo da GE, o movimento do dedo mínimo permitia acionar a maçaneta (figura 102). No refrigerador Frigidaire, com a “leve pressão dos dedos”, a fôrma de gelo se desprendia “como por encanto”¹⁴² da superfície do congelador. Também preocupada com o gelo, a GE desenvolveu um mecanismo que permitia retirar os cubos sem precisar descongelá-los ou bater a fôrma contra a mesa (figura 103). Nas batedeiras, os botões posicionados na alça possibilitavam que os comandos fossem dados “com um simples toque de dedos”¹⁴³, como ligar e desligar o aparelho, controlar as velocidades e desprender os batedores.

O peso dos aparelhos também é importante já que, em alguns casos, é possível movê-los de um lugar a outro da cozinha, como é o caso das batedeiras portáteis:

A única verdadeiramente leve e portátil - facilíma de manejar. Simplifica seu trabalho, reduz seu esforço, poupa seu tempo no preparo das mais deliciosas receitas. Use em qualquer recipiente... no fogão ou em qualquer parte da cozinha. Seu possante motor é Arno, "super-silent", de 3 velocidades. Uma razão a mais para conhecê-la ainda hoje.¹⁴⁴

¹⁴⁰ Anúncio de fogão Admiral. *A Cigarra*, São Paulo, n. 128, nov.1944, p. 119.

¹⁴¹ Anúncio de refrigerador Leonard. *Vida Domestica*, Rio de Janeiro, n.228, mar.1937, n.p.

¹⁴² Anúncio de refrigerador Frigidaire. *Vida Domestica*, Rio de Janeiro, n.222, abr.1941, p.112-113.

¹⁴³ Anúncio de batedeira Arno. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, n.2, out.1954, p.82.

¹⁴⁴ Anúncio de batedeira Arno. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, n. 26, abr.1955, p. 29.



567724

G-E ELECTRIC REFRIGERATOR, MODEL B-8, ABOUT TO BE OPENED WITH FINGER-TIP DOOR LATCH. IN G-E SPECIALTY-APPLIANCE DIVISION AT NELA PARK, CLEVELAND, OHIO.

FILING NO.9933

E327.95 E320

1-10-39

Figura 102. “Refrigerador elétrico da GE, modelo 8-9, prestes a ser aberto com a trava da porta na ponta dos dedos. Na Divisão Especial de Aparelhos em Nela Park, Cleveland, Ohio”. 10.jan.1939. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).



Figura 103. “Bandeja de geladeira ‘rápida’ prester a remover de cubos de gelo sem derreter”.
23.nov.1938. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

3.5 Invisibilidade do trabalho feminino na cozinha

Retomemos a ideia de “conforto visual” definida por Vânia Carvalho em seu livro *Gênero e Artefato*. Para a autora, a ornamentação do ambiente doméstico tem por função garantir o bem-estar físico e mental dos habitantes da casa, principalmente do marido que, ao chegar do trabalho, desfruta de um lugar “confortável”, onde a ordenação dos objetos informa que os ciclos diários de serviço doméstico estão sendo cumpridos de maneira adequada. Em última instância, isso significa “o bom andamento da casa e da família”, aspecto que é essencial para a “tranquilidade espiritual” do homem, “o sentido mais profundo do descanso” (CARVALHO, 2008, p. 289). Essa sensação de “tranquilidade espiritual” depende que o trabalho feminino esteja oculto, escondido em meio à própria decoração da casa, como sugere o uso das “mesinhas femininas para trabalho”,

identificadas por Vânia Carvalho em sua pesquisa, que eram usadas em São Paulo ao menos nos anos 1920. Tratava-se de uma pequena mesa compostas de nichos internos que podiam ser tampados por uma superfície removível, onde a dona de casa guardava os objetos usados para costurar. Era ali que, próximo ao horário que o marido costumava chegar em casa, ela organizava toda a “bagunça” de forma a esconder qualquer elemento que denotasse a execução do seu trabalho (CARVALHO, 2008, p. 286).

Como vimos neste capítulo, a partir dos anos 1920, torna-se possível ornamentar a cozinha. Figuras de patos, frutas e verduras bordadas nos tecidos de cortinas e toalhas e pintadas nos azulejos passam a ser mais comuns nesse ambiente, ao menos publicamente. Da mesma maneira, o “aparato higiênico-racional” composto de novos materiais e mecanismos vindos do universo do trabalho, externo à casa, foram interpretados como elementos estéticos que compunham o cenário “agradável” e “confortável” da “cozinha moderna” paulistana, baseada na higiene e na ordem. Os eletrodomésticos obedecem a essa lógica na medida em que também são entendidos como parte integrante da decoração do ambiente e prometem anular o trabalho feminino, abstraído pela máquina. Assim, na medida em que a cozinha foi integrada ao corpo da habitação, as regras que regiam os outros cômodos da casa passaram a ser aplicados também a ela.

Nesse processo, a dona de casa é entendida como parte integrante da cozinha, o espaço é organizado, decorado e o serviço é administrado por ela, como veremos no próximo capítulo. Nas palavras de Carvalho (2008, p.291), a cozinha é, então, “feminizada” e os qualificativos atribuídos a ela são os mesmos que descrevem a forma física e características psíquicas entendidas como “femininas”, como beleza, elegância, alegria, atração, conveniência. Isso torna possível, por exemplo, a reivindicação dos mesmos qualificativos pelos eletrodomésticos, como é o caso do refrigerador Frigidaire (figura 104), que se destacaria pela “beleza” e “virtudes”, aspectos que também deveriam ser considerados pelo homem na escolha de sua companheira.

"Sua beleza me fascinou,
mas o que me decidiu
foram suas virtudes"



A beleza atrai... mas não conquista. Eis um pensamento consagrado pela experiência universal. No amor... na escolha da companheira... ou na própria seleção de uma casa ou de um objeto, após a sedução da *beleza*, é a análise das virtudes e das qualidades superiores que marca em definitivo a *decisão*. Por isto, em todo o mundo, milhões de pessoas teem se decidido por Frigidaire — o refrigerador que *fascina* pela beleza e *se impõe* por seus caraterísticos técnicos. Examine, também, um Frigidaire.

FRIGIDAIRE

UM PRODUTO da GENERAL MOTORS



Figura 104. Anúncio de refrigerador Frigidaire (General Motors). *Vida Domestica*, Rio de Janeiro, n. 184, dez.1941, p.105. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

A “modernização” e “feminização” da cozinha permitem que ela seja frequentada pelos outros moradores da casa e seus visitantes. Desse modo se torna mais comum encontrar peças publicitárias que representam o marido nesse espaço, abrindo o refrigerador para “furtar” sorrateiramente um alimento já preparado, como se naquele momento, ele invadisse um espaço inapropriado, que não é dele, como sugere a expressão facial de desaprovação esboçada pela mulher fotografada no anúncio da GE (figura 105), ou o fato de o homem da figura 96 (p.200) abrir a porta do refrigerador no meio da noite, escondido de todos. Como vimos no capítulo 2, isso não anula o fato de homem ser o responsável financeiro da casa, quem adquire os objetos destinados à cozinha justamente porque deve zelar pelo bem-estar e saúde da sua família:

De anno para anno as donas de casa, tendo encontrado maiores facilidades, como seja a grande quantidade de utensilios destinados aos fins mais diversos, foram achando cada vez menos deshonrosa, menos suja e menos trabalhosa a actividade da cosinha. Por esse motivo e desde que o tempo que ellas passavam ahi augmenta sempre é logico que os chefes de familia tivessem tambem a sua attenção chamada para essa parte final da casa, achando de muito bom aviso ir modernizando as referidas dependencias. E isso é o melhor que um homem póde fazer pela sua mulher e pela sua familia.

Penso que os maridos iam muito pouco á cosinha e alguns durante toda a vida, talvez nunca vissem como ellas eram. No caso contrario a modernisação das cosinhas devia ter sido uma cousa executada em épocas mais remotas. É realmente de se lastimar que só neste momento se esteja cogitando de um problema que encerra condições da maxima relevancia, como sejam: o asseio, a suavidade do trabalho, a melhor qualidade dos alimentos que a familia ingére e consequentemente a sua saude.¹⁴⁵

¹⁴⁵ PITTS, Agnes. Trad. Dahlia. *Cosinhas modernas. Vida Doméstica*, n.214, jan.1936, n.p.



8.594

O Nº 1...

Seu Refrigerador G-E é indispensável em todos os sentidos...
Tem 10,5 pés cúbicos de espaço a seu dispor! É amplo, espaçoso... extremamente econômico. Conheça um novo conforto - com o Refrigerador G-E.

GENERAL ELECTRIC S. A.



RIO DE JANEIRO — SÃO PAULO — RECIFE — SALVADOR — PÔRTO ALEGRE — CURITIBA — BELO HORIZONTE

Figura 105. Anúncio de refrigerador General Electric. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, n. 19, 25.fev.1956, p. 72. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Por fim, importa dizer que nessa simbiose entre a cozinha e a mulher, a cozinha torna-se um “escritório doméstico”, onde a dona de casa organiza as tarefas da casa, calcula as contas, faz ligações, escreve cadernos de receitas, guarda seus livros e os manuais de instrução dos eletrodomésticos:

Existem casos em que um canto é como um pequeno escriptorio, onde a pessoa encarregada dos serviços culinários póde tomar suas notas, consultar livros de receitas, ou distrahir-se na leitura, e em outros casos ha um appendice completamente separado, ao qual se tem acesso por porta, e nelle póde-se repousar, lêr, estudar ou palestrar.¹⁴⁶

No próximo capítulo, veremos que os padrões estéticos e o conforto atribuídos à “cozinha moderna” totalmente eletrificada colaborou para que, ao longo das cinco primeiras décadas do século XX, a cozinha fosse entendida como domínio da dona de casa, lugar onde ela gerenciava e vigiava a cozinheira.

¹⁴⁶ *Ibid.*, n.p.

Capítulo 4. Objetos, saberes e corpos racializados

O primeiro artigo da *Revista Feminina* que trata do uso da eletricidade na cozinha é de 1915, quando não havia ainda muitos equipamentos elétricos à venda na cidade de São Paulo. Mesmo assim, a Light & Power tentava convencer as consumidoras de que eram cobrados preços “módicos” pelo consumo doméstico de energia elétrica, o que tornaria a tarefa de cuidar da casa mais cômoda¹⁴⁷. Ainda em 1908, a Light foi responsável por inserir pequenos aparelhos elétricos no mercado brasileiro, como ferros de passar roupa, ventiladores e torradeiras para uso na sala de jantar e na copa (SILVA, 2008, p.134; BRITO, REIS, 2001, p.232-233). Na cozinha, esses aparelhos cumpriam funções já exercidas por seus equivalentes manuais ou mecânicos, como vimos. Em São Paulo, a casa de Veridiana da Silva Prado foi uma das poucas a equipar-se com exemplares já nesta época. O alto custo dos equipamentos importados e a mudança na infraestrutura das casas, necessária para receber a fiação elétrica de lâmpadas e tomadas, restringiram a adoção da tecnologia às classes abastadas (HOMEM, 2010, p. 103).

Ainda que o consumo fosse restrito no início do século percebe-se, depois dos anos 1920, a circulação de anúncios e textos mencionando a eletricidade como possibilidade a ser aplicada na cozinha. Mais do que vender, parece haver a intenção de se criar um mercado consumidor cativo, que estivesse convencido das vantagens da eletricidade para o trabalho doméstico. As mulheres eram o principal público-alvo dessas matérias, porque via-se nas leitoras dos periódicos ilustrados um grande potencial de fomento ao consumo. Falamos aqui de um segmento de mulheres que, nos anúncios publicados por importadoras, eram representadas como “modernas” por estarem atentas às novidades do mercado, conformando-se aos modelos franceses ou norte-americanos (MARTINS, 2008, p. 371-387).

Como muitas das revistas femininas publicadas em São Paulo e Rio de Janeiro traziam textos traduzidos ou baseados em artigos de revistas norte-americanas, como *Ladies' Home Journal* (1884-2014) e *Good Housekeeping* (1885-2015), é comum encontrar nelas imagens e afirmações que não representavam a realidade do espaço doméstico brasileiro. Mesmo assim, o estudo dessas revistas nos permite entender o que estava em jogo na aceitação dos equipamentos elétricos como ferramentas de processamento dos alimentos ainda no começo dos novecentos. A

¹⁴⁷ A ELECTRICIDADE no lar. *Revista Feminina*, São Paulo, n.18, nov.1915, p.26-27.

partir do artigo “Notas de economia doméstica: a electricidade na cozinha” veremos neste capítulo que o uso da eletricidade contribuiu para que mulheres de setores abastados e médios incorporassem os papéis de donas de casa, mães e esposas conforme o modelo burguês de organização social e de gênero. Para isso, reforçaram-se as clivagens raciais entre patroas e empregadas.

O ideal da optima dona de casa é a eliminação de todo o vehiculo de sugidade, e a diminuição, já que não é possível a completa supressão, do trabalho manual. O forninho electrico, que substituiu com vantagem o fogão a gaz, veio simplificar extraordinariamente alguns trabalhos domesticos, que por sua natureza eram quasi incompativeis com o decoro pessoal de uma senhora de fina educação. A este respeito a dona de casa achava-se á discreção absoluta dos creados. Hoje, com a aplicação da electricidade á maioria dos objectos e pequenos mecanismos de uso domestico, a ‘menagere’ pode substituir sem nenhum inconveniente qualquer pessoa de servir, sem que por esse facto tenha que quebrar com seus habitos de ‘toilette’. A cozinha, com installações electricas modernas é um verdadeiro laboratorio de arte culinaria, sem fumaça, sem cinza, limpo, arejado, brilhante de metaes, mesmo de assoalho encerado, como qualquer outro aposento.¹⁴⁸

O texto afirma que a dona de casa que até então se encontrava alheia ao preparo das refeições pode, por meio da aquisição de equipamentos elétricos, dispensar seus empregados e executar sozinha as tarefas, sem correr o risco de ferir o “decoro” característico de sua posição social. A ideia de “simplificação” do trabalho atribuída ao forno elétrico permite que, no decorrer da argumentação, o eletrodoméstico seja apresentado como um objeto que pode ser “manejado por qualquer creança”. Sendo assim, a eletricidade abstrai o mecanismo que executa as atividades e estas, portanto, são passíveis de serem feitas sem o empenho do corpo que é exigido para a manipulação da lenha e a exposição constante ao calor do fogo. Esses aspectos são reforçados pelas imagens de uma mulher branca, de postura ereta, que veste um avental limpo e utiliza um moedor de carne e um espremedor de frutas elétricos com os braços levemente levantados (figura 106). A abstração do corpo pela nova tecnologia torna a racionalidade do trabalho igualmente abstrata e com isso é possível condenar o modo tradicional com que era executado o trabalho doméstico nas cozinhas. Este jogo de oposições entre o manual e o mecânico associado ao

¹⁴⁸ NOTAS de economia doméstica: a electricidade na cozinha. *Revista Feminina*, São Paulo, n.120, mai.1924, p. 27-28.

contraste entre o sujo e o limpo cria hierarquias entre o esforço físico, destinado apenas aos criados, e o resguardo do corpo, apropriado para uma “senhora de fina educação”.

MAIO REVISTA FEMININA 27

Notas de economia domestica

A ELECTRICIDADE NA COZINHA

Ha pouco mais de meio seculo ninguem teria previsto os prodigiosos serviços que a electricidade presta á sciencia e á industria em todas as suas modalidades, desde as industrias extractivas ás da locomoção e transportes.

A electricidade applicada á economia domestica, nestes ultimos annos tem apresentado verdadeiras maravilhas.

Innumeros são os objectos de uso domestico cujas funções a electricidade tomou a si, transformando-as, de pesadas e desagradaveis em faccis e simplissimas.

Grande parte dessas pequenas tarefas que, apesar de insignificantes tomavam á dona de casa a maior parte de seu tempo, são realisadas, agora, no menor tempo e com um minimo de esforço graças ás machinas de uso domestico ultimamente inventadas.

Por isso em todos os numeros desta revista vimos tratando do assumpto, que para as boas "menagères" tem o maior interesse.

O ideal da optima dona de casa é a diminuição de todo o vehiculo de suidade, e a diminuição, já que não é possivel a completa supressão, do trabalho

manual. O forno electrico, que substituiu com vantagem o fogão a gaz, veio simplificar extraordinariamente alguns trabalhos domesticos, que por sua natureza eram quasi que incompativeis com o decoro pessoal de uma senhora de fina educação. A este respeito a dona de casa achava-se á discreção absoluta dos creados.

Hoje, com a applicação da electricidade á maioria dos objectos e pequenos machinismos de uso domestico, a "menagere" pode substituir sem nenhum inconveniente qualquer pessoa de servir, sem que por esse facto tenha que quebrar com seus habitos de "toilette".

A cozinha, com as installações electricas modernas é um verdadeiro laboratorio de arte culinaria, sem fumaça, sem cinza, limpo, arejado, brilhante de metais, mesmo de assalho escurado, como qualquer outro aposento.

Certo, nas pequenas localidades onde a energia electrica custa mais que a lenha ou que o carvão, a economia manda que se continue a adaptar o velho systema do fogão a lenha.

Nas cidades, porém, onde a electricidade constitua artigo ao alcance de todos, as vantagens destas installações são indiscutiveis.



Machina electrica para espremer o succo das fructas



Machina para trituraer carne



Apparelio para moer o lizo

Figura 106. “Notas de economia doméstica: a electricidade na cozinha”. *Revista Feminina*, São Paulo, n.120, mai.1924, p.27. Acervo digital do Arquivo Público do Estado de São Paulo.

4.1 Crise dos criados à brasileira

A noção de otimização do trabalho baseada na figura de uma dona de casa que realiza o serviço doméstico sem ajuda de empregados originou-se nos Estados Unidos ainda em meados do século XIX. Essa ideia é explorada no Brasil a partir das iniciativas de reforma da cozinha e, aqui, foi usada como justificativa para a aquisição de equipamentos elétricos que visavam diminuir o esforço e o tempo dedicados à manutenção da casa e ao cuidado com a alimentação. No entanto, o cenário brasileiro deu sentidos diferentes ao que ficou conhecido como a “crise dos criados” nos Estados Unidos. Aqui, o entendimento de que os eletrodomésticos seriam substitutos do corpo da dona de casa condenou o conhecimento das empregadas, acirrando os conflitos entre elas e suas patroas.

O *servant problem* ou “crise dos criados” foi o nome atribuído à diminuição da mão de obra de empregadas domésticas nos Estados Unidos entre a Guerra Civil (1861-1865) e a Primeira Guerra Mundial (1914-1918). Nesse período o país passava por processos de urbanização e industrialização acelerados e a expansão da classe média associada a essas mudanças motivou o desequilíbrio entre demanda e oferta de empregados domésticos. David M. Katzman (1978, p.228) calcula que, enquanto em 1870, existiam 127 empregados para mil famílias, em 1930 eram 67 para cada milhar. A diminuição da disponibilidade de mão de obra doméstica também tinha a ver com a preferência por vagas de trabalho na indústria e no comércio, onde as condições de trabalho eram consideradas melhores porque não se baseavam no personalismo e na subordinação características das relações de trabalho domésticas, em que se exigiam mais horas de dedicação, havia poucas folgas e os salários eram baixos, além de os patrões darem pouca liberdade para os trabalhadores, que, na maioria dos casos, moravam em suas casas (KATZMAN, 1979, p. 241-242).

Entre as desvantagens também estava o baixo *status* desse tipo de trabalho, que sofria com o estigma derivado da escravidão, abolida em 1865. Assim, era mais “digno” para uma mulher pobre se ocupar da costura, jardinagem, apicultura ou oferecer pensão em sua casa, do que trabalhar como cozinheira ou faxineira. Nas escolas de ciência doméstica frequentadas majoritariamente por mulheres brancas, o treinamento para o serviço doméstico não fazia parte dos programas. Essa realidade era diferente para as mulheres negras, que eram ensinadas a trabalhar como empregadas domésticas e lavadeiras, principalmente na região sul dos Estados Unidos. Em 1920, apenas 9% das mulheres nativas e 23% das estrangeiras brancas empregadas

em ocupações não agrícolas trabalhavam como empregadas domésticas e lavadeiras, entre as mulheres negras a porcentagem era de 40%. Considerando todas as mulheres brancas no país naquele mesmo ano, 2% das nativas e 4% das estrangeiras eram pagas para trabalhar nas casas contra 20% do total de mulheres negras (KATZMAN, 1979, p. 244-246).

Em *Seven Days a Week* (1979), obra de referência para os estudos sobre trabalho doméstico nos Estados Unidos, David M. Katzman (1979, p. 348-265) mostra que em diferentes momentos a economia doméstica norte-americana sugeriu reformas que pudessem mudar o ambiente de trabalho das empregadas domésticas. Catherine Beecher e outras da sua geração apelaram para os valores cristãos e as atitudes benevolentes das donas de casa. Mas, mesmo quando a taylorização promoveu a profissionalização do trabalho doméstico, havia resistência em abandonar os métodos tradicionais de trato com as empregadas. Para o autor, “em uma época que idolatrava o progresso e a eficiência, era difícil defender a tradição, e raramente as revistas e jornais deram plataforma aos tradicionalistas” (KATZMAN, 1979, p. 260).

No Brasil, a disponibilidade de mão de obra depois da abolição da escravidão, o estímulo à imigração de europeus¹⁴⁹ e uma baixa oferta de vagas nas indústrias ainda incipientes no país garantiram uma grande oferta de empregados domésticos. Maria Izilda Santos de Matos estima que dos 375 mil habitantes de São Paulo em 1914, 40 mil trabalhavam como empregados domésticos (MATOS, 1994, p. 206; GRAHAM, 1992, p. 18-29). Nos palacetes paulistanos construídos na primeira década do século XX, as famílias abastadas tinham à disposição uma variedade de cozinheiras, passadeiras, engomadeiras, lavadeiras, arrumadeiras, costureiras, copeiros, jardineiros e motoristas, além de governantas, que eram, em sua maioria, mulheres brancas, francesas e alemãs (HOMEM, 2010, p. 223, 225, 231, 239). Entre as famílias de setores médios e baixos, era comum manter uma empregada para todos os serviços ou adotar meninas órfãs que trabalhassem em troca de cama e comida, a maior parte delas negra ou considerada “parda”, segundo os dados levantados por Lorena Telles (2011, p.149-150).

Ao contrário do que aconteceu nos Estados Unidos e na Europa, Margareth Rago (2014, p. 642) afirma que as mulheres brasileiras foram progressivamente expulsas do ambiente fabril entre

¹⁴⁹ No estudo realizado por Rachel Soihet sobre mulheres pobres no ambiente urbano brasileiro, a autora identifica também a menção a mulheres imigrantes que realizavam trabalho doméstico nos processos criminais. É o caso de Mariana Janibelle, italiana, alfabetizada e que residia numa estalagem onde hoje é o bairro do Bom Retiro, em São Paulo (SOIHET, 2004, p.416).

o final do século XIX e a primeira metade do século XX: se em 1876, 76% do operariado era feminino; em 1950, esse número representava apenas 23%. Isso se deu, sobretudo, porque não havia vagas suficientes para homens e mulheres, carência que era ainda camuflada por um forte discurso moralista, que associava o trabalho na fábrica à promiscuidade. Diferente do reduto do lar, lugar onde a mulher deveria estar para cuidar dos filhos e do seu marido, “o mundo do trabalho era apresentado pela metáfora do cabaré” (RAGO, 2014, 648). Entre as mulheres negras, a oportunidade de trabalhar nas linhas de produção eram ainda mais escassas porque elas foram alijadas do ambiente fabril por conta das teorias eugenistas que ambicionavam que “os novos trabalhadores brasileiros” fossem imigrantes brancos europeus. Essa barreira fez com que a mão de obra de mulheres negras se tornasse barata para o trabalho doméstico (RAGO, 2014, p. 643).

O estudo de Flávia F. de Souza sobre o cenário carioca mostra que a “crise dos criados”, que circulou nos periódicos brasileiros, estava relacionada à transição da dinâmica patriarcal do escravismo para a relação entre trabalhadores assalariados e seus empregadores. Esta mudança não modificou apenas os acordos de trabalho, mas o julgamento sobre a conduta dos empregados. Conforme o vínculo se tornou monetizado, eles passaram a ser vistos como inimigos da integridade da casa e da moralidade da família e, desta maneira, foram constantemente acusados de roubo e mau comportamento. A possibilidade de rejeitar a moradia na área de serviço dos patrões e o fato de circularem pela rua com mais frequência, associaram os empregados ao espaço externo da casa e, portanto, a hábitos opostos àqueles da família. Como muitas vezes moravam em cortiços, pensões e favelas, eram tidos como sujos e transmissores de doenças (SOUZA, 2017, p. 321-324, p. 330-335).

A mudança nas configurações de trabalho incentivou a criação de novas formas de poder dentro da casa baseadas na vigilância e regulamentação das tarefas e dos corpos das empregadas. Sônia Roncador identifica na literatura que “a disciplinarização dos domésticos consistia na assimilação de valores burgueses, tais como a higiene, a economia, o gosto pelo trabalho, pela ordem e método, assim como na incorporação de certas maneiras e posturas ‘servis’ (modos de se dirigir aos patrões, maneiras de olhar, andar, se vestir, etc.)” (RONCADOR, 2011, p.132).

Nessa perspectiva, a modernização da cozinha vinculou a limpeza do espaço à higiene do serviço e dos corpos dos criados e, assim, garantiu a permanência da cozinheira, muitas vezes negra, sob novas regras. O saber-fazer das cozinheiras, pautado no conhecimento empírico de

manipulação do fogo e dos utensílios, foi desafiado pelas prescrições técnicas de novos equipamentos e pela padronização das rotinas no processamento dos alimentos. Sendo assim, o seu conhecimento “tradicional” foi desprezado pelos códigos adotados pelas donas de casa, leitoras dos manuais e adeptas dos preceitos da economia doméstica. Para Vânia Carvalho, o gerenciamento das tarefas em contraposição ao esforço físico exigido das empregadas garantiu o estabelecimento de uma “cultura doméstica superior” entre as patroas (CARVALHO, 2008, p.256).

Anúncios da loja de departamento Mappin Stores (figuras 108 e 109) permitem compreender as particularidades da racionalização das cozinhas em São Paulo, que podiam contar com as empregadas domésticas. Engenhocas mecânicas e outras manuais destinadas à redução do trabalho, os “labour-savings gadgets”, servem para dar prazer à empregada, que ficaria contente com a “suavização” do seu trabalho. O contentamento da patroa-consumidora está em “poupar os nervos” com a reclamação das criadas, tendo suas “ordens prontamente executadas” e a cozinha renovada com novos e “modernos” equipamentos.

Ao analisar as representações corporais nos anúncios do Mappin, Raissa Monteiro dos Santos afirma que a noção de prazer atribuída à dona de casa está relacionada à satisfação de se ter um lar bem-organizado e o trabalho doméstico executado com eficiência, elementos que garantiriam o bem-estar da família. Ao destacar essa mesma peça publicitária em sua pesquisa, ela nos mostra que a possibilidade de contar com uma empregada era também um dos elementos de conforto das mulheres, a quem se direcionava essa propaganda. Por sua vez, os homens são representados nos anúncios usufruindo de poltronas na sala de estar e, portanto, o conforto destinado a eles derivava do relaxamento do corpo e do distanciamento do trabalho, voltando-se para o próprio prazer (SANTOS, 2017, p. 79, 83).

ESTADO 6/3/36 31/10/36

Converta em prazer as lides caseiras!

Nos melhoramentos de sua cozinha, nos aféis aprestos com que a houver dotado está a melhor maneira de V. Exa. poupar os seus nervos!

A sua criada, melhor do que ninguém sabe o quanto valem estes prestimosos auxiliares, da tarefa quotidiana! Dote, pois, a sua cozinha com os engenhosos "labour-saving gadgets" ora expostos em nossos salões do 2.º andar, e verá com que satisfação as suas ordens serão prontamente executadas.

Algumas sugestões dentre os milhares de artigos:



CORTADOR de ovo em alumínio.
45500



FORMA para creme em aço inox, em ferro galvanizado.
13 cms. 85000
14 cms. 125000



GELADEIRA "MAPPIN" eficiente e econômica. Pintura laqueada em folhas cortas. Tampa de metal nickelado.
N.º 22 330\$000
N.º 23 420\$000
N.º 44 530\$000
N.º 55 660\$000



FORMAS para pudim, creme etc.
10\$000



FORMAS "Tala" para bolos em dois tamanhos.
14\$ e 10\$



MÁCHINA "Universal" para refregar café.
N.º 1 24\$000
N.º 2 28\$000



MÁCHINA para apressar farinha.
34\$000



MÁCHINA para cortar trigo, pão, farinha, etc.
48\$000



LOUÇA ESMALTADA "JUDGE" fino artigo inglês. Excelente acabamento.
14\$500 - 8\$000



SERINGAS p.º injetar doces, etc. e 2 blocos.
14\$500 - 8\$000



BATEDORES para cocktail em vidro com Tampa de alumínio.
14\$000
O MESMO, todo de alumínio, novo aparelho, modor no tempo. 12\$000

• Visite nos V. Exa. e verá quando e como lhe apresentar os nossos interessantes exposições de Utensílios Domésticos.

MAPPIN STORES

— Praça do Patriarcha, 2 — S. Paulo

6/1/36 MAPPIN STORES

Sua creada está satisfeita?

— É possível que sim... é possível que não! Tudo depende dos meios que V. Exa. lhe proporciona para a boa execução da sua tarefa. Mantenha-a contenta! Suavize-lhe os serviços caseiros, renovando a sua cozinha e o seu lar com os novos praticos e modernos

UTENSÍLIOS DOMÉSTICOS

Das milhares de artigos expostos em nosso departamento do 2.º andar, destacamos os artigos:



LUGAR de lavar louça em aço inoxidável. Base removível. Tamanho 18x20.
85000



FERVEDOR para 6 litros.
145000



PANELA de alumínio para 6 litros. Tamanho 18x20.
145000



PANELA de vidro "PYREX", com 10 litros. Excelente material de vidro e transparente.
56\$000



BATEDOR de ovos para 6 litros.
35000



COBERTOR de banho para 10 litros.
85000
15 litros 95000
20 litros 125000



BANCADAS de cozinha para 10 litros.
13000



BANCADAS de cozinha para 15 litros.
195000



PANELA de alumínio para 10 litros.
35000
15 litros 145000
20 litros 125000



PANELA de alumínio para 15 litros.
60\$000
20 litros 150000



PANELA de alumínio para 20 litros.
25500
75000



PANELA de alumínio para 25 litros.
10\$000



PANELA de alumínio para 30 litros.
45000 - 60000 - 85000



PANELA de alumínio para 35 litros.
50\$000



PANELA de alumínio para 40 litros.
50\$000



PANELA de alumínio para 45 litros.
55\$000

Tudo o que V. Exa. quiser conhecer, visite os nossos salões expostos no 2.º andar.

MAPPIN STORES

Figura 108. "Converta em prazer as lides caseiras!". Anúncio do Mappin Stores. 06.set.1936. Acervo do Museu Paulista da Universidade de São Paulo, São Paulo.

Figura 107. "Sua creada está satisfeita?". Anúncio do Mappin Stores. 03.jan.1936. Acervo do Museu Paulista da Universidade de São Paulo, São Paulo.

No artigo “Maravilhas electricas”, a máquina de lavar roupa é um exemplo de como o argumento a favor da compra dos eletrodomésticos leva em conta as relações tensas entre mulheres brancas e negras para promover o produto como substituto da lavadeira:

A lavagem da roupa é também um problema. O serviço das lavadeiras só excepcionalmente é que satisfaz. Se a lavadeira se recommenda pela alvura com que apresenta as peças de roupa, é, ainda assim, passível de censura por outras coisas, como por exemplo, a falta de uma peça que consta do rol, a troca de uma peça por outra, um rasgão produzido pelo varal de arame farpado... Esses são ainda os inconvenientes menores, sobre os quaes a mãe de familia é obrigada, não raro, a fazer vistas grossas para não ferir as sceptibilidades exaggeradas da lavadeira... As lavadeiras, nas capitaes, são exigentissimas e têm o direito de ser assim, porque não ha concorrência na praça. [...] Porisso (sic) as donas de casa são forçadas a sofrer todas as faltas da lavadeira, pelo receio de lhe desagradar. Ora, esses inconvenientes desapareceriam se se adoptasse um dos ultimos inventos electricos, que é uma machina de lavar roupa, que possui grandes e indiscutíveis vantagens: economisa largas horas de árduo trabalho, gasto de energia, impertinencia da lavadeira, etc.¹⁵⁰

A identificação das lavadeiras pela “impertinência”, “exigência” e “exagero” corrobora o ponto de vista difundido desde o século XIX sobre a posturas dessas trabalhadoras. Acostumadas à vivência das ruas, elas circulavam pelas beiras dos rios e chafarizes e estavam sujeitas a apreensões da polícia por acusação de “vadiagem”, porque causavam brigas, envolviam-se em pequenos furtos e, não raras vezes, eram flagradas embriagadas (TELLES, 2011, p.159-175). Para as propagandas voltadas para as donas de casa, a máquina de lavar roupa – que ainda não era uma realidade nas lojas da época – seria uma solução para dispensa do trabalho das lavadeiras, economia do dinheiro pago a elas e manutenção da higiene da casa.

4.2 Do salão rumo à cozinha

As menções à cozinha estão em uma parcela pequena dos textos publicados nas revistas ilustradas nas duas primeiras décadas dos novecentos. A maior parte dos conteúdos desses periódicos é de conselhos de etiqueta, modelos para artesanato e histórias sobre o universo feminino. Os textos sobre a “cozinha moderna”, as prescrições sobre a alimentação higiênica e as

¹⁵⁰ MARAVILHAS electricas: porque não ter em casa utensilios que facilitem o trabalho? *Revista Feminina*, São Paulo, n.79, dez.1920, n.p.

colunas de receitas culinárias ocupam, geralmente, as últimas páginas, como acontece com “O Menu do Meu Marido” (1914-1936) na *Revista Feminina*. Ainda assim, nota-se que as receitas prescritas para a dona de casa estão longe de representar as refeições do dia a dia de sua família. São, ao contrário, pratos requintados, preparados para ocasiões especiais. Isso tem a ver com o lugar da alimentação na rotina das mulheres de classes abastadas e como, prática e simbolicamente, elas estavam distantes da cozinha trivial e mais próximas da sala de visitas, ambiente onde exerciam a função de anfitriã e cuja performance do corpo contribuía para resguardá-lo. Como veremos, a introdução dos equipamentos elétricos para processamento dos alimentos na cozinha ressaltou as semelhanças entre este espaço e o salão para incentivar as donas de casas a aceitar se apropriar das tarefas domésticas.

O artigo “Rumo á cozinha!”, publicado em agosto de 1920 (figura 109), articula argumentos a favor do uso desses objetos. A expressão “Rumo á cozinha” era um “brado de alerta contra o decadentismo dos costumes”, chamava a mulher a assumir a área de serviços, deixando de lado os hábitos “frívolos” da vida social feminina. Ao sair de casa para participar de bailes e ir a cafés, as jovens moças das camadas altas e médias de São Paulo “desertariam” do lar e das suas funções de mães e esposas, deixando de se responsabilizar pela saúde e alegria da família. Elas deveriam, por outro lado, “conhecer todos os segredos do fogão” para deixar de apenas “estalar ovos” e passar a controlar os processos culinários com propriedade. Assim, dominar o fogão concretizaria o controle sobre os empregados, a família e a casa, atribuições que, se não lhe foram ensinadas por suas mães e avós, precisariam ser aprendidas e exercidas tais quais funções naturais: “É justo, pois, que sem desdouro, a mulher cuida da cosinha quasi que como uma função sacerdotal hereditaria”¹⁵¹.

¹⁵¹ RUMO á cozinha!. *Revista Feminina*, São Paulo, ago.1920, n. 75, n.p.

RUMO A' COZINHA!

Depois das classicas phrases dos estadistas: "Rumo à terra!" preconizando, pelo regresso à vida agraria a resurreição das finanças e dos costumes; depois da ce-



As moçinhas que interveem a lição de piano para a cozinha preparar um quitandão.

lebre phrase do almirante Alexandrino de Alencar, quando ministro da marinha: "Rumo ao mar", prophetizando o prestigio da patria no seu vasto do oceano, o grido: "Rumo à cozinha" é uma especie de brado de alerta contra o decadentismo dos nossos costumes.

As moçinhas de hoje, quando ouvem falar em panelas e quietudes, franzem o beiço, como se lhes propozesse um aviltamento. Entretanto, a mulher, para ser boa dona de casa deve conhecer todos os segredos do fogão. Não é tempo nem oportunidade esta para se repisar as vantagens d'esses conhecimentos technicos, nem tão pouco repetir a velha anedocta da joven desposada que só sabia estalar ovos, isso mesmo com lampada de alcool.



Os "mistress d'hotel" cozinham a ser, como eram antes, ríspidas e imperturbáveis.

A grande guerra, aproveitando todas as actividades humanas, arrancou aos sazes francezes muita boneca enfeitada, humanizando-a e pondo-lhe nas mãos uma escaróla e uma esmaltadeira. A sorte tem caprichos e bem diz a philosophia tragica da biblia: "memento homo etc."

A mulher, tambem, necessita sempre desse novo "memento", que lhe recorde que sua missão, além das grandes que o fado lhe destina, ha as menores e familiares, entre as quacs está o fogão do lar...

O "fogão" é tão importante na historia da humanidade que entre os povos antigos tinha um verdadeiro culto. Delle era sacerdotiza a dona da casa. Tão importante foi a sua função secular, que elle passou a

symbolizar o lar todo: "foyer", "lareira" etc. E' justo, pois, que, sem desdouro, a mulher culde da cozinha, qual que como uma (antção sacerdotal hereditaria).

O facto de existirem cozinheiras, que se pagam e que trabalham como animaes de carga, não exime a boa esposa de ser pelo menos a directora espiritual da cozinha. Sob seu olhar vigilante tudo corre melhor e com mais celeridade.

Hoje em dia, preocupadas em mil frioliziras mandanças, passios, chá, tangos e visitas, a mulher deserta do lar. E' como se a um templo se evadisse um idolo. E' como se a um frasco se evolasse um perfume.

A vida exterior, desperdiçada em banalidades, é um criminoso esbanjamento de energia. A familia se dissolve e perde a midura firme e ancestral dos seus lares; as palavras descoram e a belleza da vida se vulgariza trivialmente na agua chizra do convencionalismo.

"Rumo à cozinha!" eis o lema do momento. No que possa parecer de ridiculo na phrase ha, quando nada, a nobreza de uma abnegação, de um sacrificio.

Isso não impede que a mulher continue a ser o que deve: a alegria, a graça e o encanto do lar.

De resto, não ha incompatibilidade entre a elegancia e os deveres domesticos. Ao contrario. Quando se sabe que tal senhora elegante, apontada por todos pelas suas encantadoras prendas de salão, tambem é uma excellente dona de casa, que é uma cozinheira esmerita, que é uma verdadeira artista na arte culinaria, ou, pelo menos, que se não despreza de se empenhar nas tarefas da cozinha, a sua elegancia não fica por isso diminuida. Será esta uma nova prenda, e não das menos interessantes, entre as outras prendas de que ella se pôde gabar.

A cozinha! Porque desprezar a cozinha? E' naquella laboratorio que se prepara o verdadeiro elixir da saúde. O sabio dr. Pereira Barreto disse que a boa cozinheira é o anjo do lar. Delle depende a saúde como a enfermidade, a alegria como o máu humor.



No seculo XVIII as moças e as grandes damas cozinham com gosto e suprema elegancia.



Muitas senhoras da alta sociedade já sabem, hoje, preparar uma panela.

Figura 109. "Rumo à cozinha!". *Revista Feminina*, São Paulo, ago.1920. n.75, n.p. Acervo digital do Arquivo Público do Estado de São Paulo.

Os viajantes que relataram o cotidiano de São Paulo no século XIX observaram que as mulheres paulistanas raramente saíam à rua ou recebiam visitantes desconhecidos nessa época. De dentro da casa, elas observavam o movimento nas ruas por trás das rótulas, mandavam os pajens às compras, organizavam a fabricação de doces, a arrumação dos tabuleiros e a confecção de peças de roupas que eram levadas para vender por suas criadas (SAINT-HILARIE, 1851; BARROS, 1947 apud HOMEM, 2010, p.41). Em meados dos oitocentos, tanto em habitações rurais quanto urbanas, a dona da casa se ocupava do comando e “adestramento” dos empregados, da organização da casa e da vida familiar. Pela manhã, ela “encomendava o almoço que ficava a cargo de uma preta cozinheira e seus auxiliares” e “acompanhava a produção dos pães e das broas feitos pela forneira”. Era dela a responsabilidade de confeccionar os doces feitos de frutas, como goiabada e marmelada, que, junto dos queijos, eram costumeiramente trancados à chave (AGUIAR, 2021, p. 133). Normalmente posicionada na sala de jantar, “sentada numa cadeira ou na rede instalada no canto”, a “sinhá” controlava os empregados empunhando “o chicote ou a vara de marmelo”. Também nesse espaço, ela costurava, bordava e recebia parentes e amigos próximos (HOMEM, 2010, p.43).

O chamado à cozinha clamado no artigo da *Revista Feminina* é uma metáfora sobre a mudança do papel social das mulheres nas primeiras décadas do século XX. A ascensão da burguesia em cidades como São Paulo modificou não apenas a organização e a maneira de habitar a cidade, mas também a estrutura do ambiente doméstico e o comportamento esperado das mulheres, momento de “passagem das relações senhoriais às relações sociais de tipo burguês”. Nessa nova ordem, elas assumiram o papel de anfitriãs, recebendo convidados nas salas de visitas e de jantar, ambientes que se tornavam cada vez mais especializados. Sobretudo numa sociedade baseada em preceitos de higiene, era importante que a função primordial das mulheres fosse a dedicação integral à casa e à família. Por isso, era desejável que elas exercessem os serviços da casa de forma metódica e assumissem o controle sobre a saúde e o bem-estar do marido e dos filhos, estando desobrigada de qualquer trabalho produtivo (D’INCAO, 2004, n.p.):

Convém não esquecer que a emergência da família burguesa, ao reforçar o imaginário do amor familiar e do cuidado com o marido e com os filhos, redefine o papel feminino e ao mesmo tempo reserva para a mulher novas e absorventes atividades no interior do espaço doméstico. Percebe-se o endosso desse papel por parte dos meios médicos, educativos e da imprensa na formulação de uma série de propostas que visavam “educar”

a mulher para o seu papel de guardiã do lar e da família – a medicina, por exemplo, combatia severamente o ócio e sugeria que as mulheres se ocupassem ao máximo dos afazeres domésticos (D'INCAO, 2004, n.p.).

O artigo “Entretenimento para moças”, publicado em 1921, nos mostra que os hábitos de toalete envolviam tanto a higiene quanto a movimentação do corpo para a preservação da saúde. Ele incentiva as jovens a se exercitarem praticando os cuidados com a casa, aspecto que mostra uma discurso claro contra o ócio, típico das aristocracia e da elite burguesas. O exercício, no entanto, deve ser feito de maneira comedida, o texto condena a aplicação exagerada da força nos afazeres domésticos, sugerindo a sistematização e a economia de movimentos sem que houvesse “exaustão”. Assim, “se faz o serviço em muito menos tempo e com um gasto menor de energia”¹⁵². Na figura 110 é possível entender como se dava a aplicação desse método na limpeza da casa. Uma mulher branca lustra os vidros da janela com os braços levemente erguidos, movimento semelhante ao utilizado também para limpar a parte superior da lareira. Nota-se que há certa rigidez na postura e suavidade nos movimentos, o que também fica evidente na forma como ela se inclina para varrer o piso de madeira. O avental e a touca de cor branca indicam que ela se arrumou com antecedência para o desempenho dessas tarefas, conservando limpas as roupas que utiliza e preservando o penteado. A proximidade dos utensílios de que necessita, como a bacia e o banco, evita que ela se desloque para umedecer o pano ou saia da postura, distendendo os braços para alcançar a área a ser limpa.

Conforme nos mostra Carvalho, neste momento de ascensão dos setores médios na cidade de São Paulo houve a disseminação de normas de etiqueta que envolviam a padronização das práticas corporais. Os hábitos característicos do ambiente rural foram condenados em prol de códigos de comportamento que acabaram por produzir novas clivagens nas categorias de gênero colocadas em prática no cotidiano. A mulher de classe abastada é conhecedora dessas normas e, portanto, detentora da performance corporal considerada aceitável pelo grupo social de que faz parte. Em análise das fotografias de Militão Augusto de Azevedo, a autora nos mostra como as mulheres se diferenciaram dos seus maridos por meio do sentar-se com menos conforto, em postura ereta com as costas afastadas do encosto da cadeira e braços suavemente apoiados (CARVALHO, 2008, p. 204-205).

¹⁵² ENTRETENIMENTO para moças. *Revista Feminina*, São Paulo, n.91, dez.1921, p. 127-128.

Entretenimento para moças

E' com pesar que dizemos que, entre as nossas patricias, tanto as da capital como as do interior, os entretenimentos domésticos que ellas preferem é narcizar-se a o espelho, polir as unhas, ler novelas romanescas, que nem sempre são edificantes, ou, quando muito, fazer crochet ou outras tarefas absolutamente inúteis. O dia, pois, para a



maior parte das nossas jovens e lindas patricias, é muito difficil de encher, tornando-se-lhe o dia, portanto, fastidioso e aborrecido.

Não ha nada que comprometta mais a frescura da juventude que o fastio e o tédio. A ociosidade abre rugas no rosto. Não ha juventude, por mais brilhante que seja, que lhe resista.

Para que a saude seja perfeita e para que a mocidade seja duradoura, é necessario que haja alegria no espirito, serenidade no pensamento e vivacidade nos movimentos. A ociosidade provoca as grandes preguiças, as séstas demoradas, e isso, ao mesmo tempo que entorpece a intelligencia e torna pesado o corpo, apressa a chegada da velhice.

A velhice! Cá está uma palavra que fará rir a muitas das nossas leitoras. Como são jovens, nunca conduzem o pensamento para essa phase afastada da existencia, cuidando que ella custará tanto a chegar que nem vale a pena pensar nella. E' um engano. Ella custa, de facto, muito a vir quando a joven consegue, com o seu proprio esforço, afastal-a o mais possivel, prolongando a sua juventude; mas se se deixar vencer ociosamente, se nunca sentir o prazer delicioso do dever cumprido, a mocidade será curtissima, e muito antes

da idade propria virão as rugas e engelhas com todas as suas fealdades.

Mas não é disso que vamos tratar.

Em geral, as moças que têm por habito ajudar a criada ou as mães no arranjo da casa, ou porque a isso são obrigadas pelas contingencias da vida, ou porque nisso têm prazer, á noite, quando se vão deitar, estão exaustas, com dores nos musculos do braço e das pernas. A tarefa domestica, sendo assim pesada, acaba por alterar a saude e comprometter seriamente a belleza.

A virtude reside no meio termo. Trabalhar muito é ainda peor que nada fazer. Mas, como diziamos, as moças que se exaurem no trabalho, devem a sua exaustão, não ao excesso do trabalho, mas á falta de methodo. Uma moça que se dispuzer a executar essas tarefas tão complexas, que offerece a governo de uma casa, com metho-

do rigoroso e com o proposito de se não afastar do seu programma methodico, finalizará o seu serviço antes de manifestar a fadiga; ao contrario, aquella que trabalha sem methodo, será forçada a muito mais movimentos, fará um serviço notoriamente fahlo e fatigar-se-á demais.

Vejamos um exemplo. Se a sua attenção é reclamada na cozinha, ella, ao passar pela sala de jantar, deve dar uma vista de olhos pelos objectos que precisa levar consigo, como copos a lavar e outros objectos do guarda-



da-comida ou "étagere"; e isso para não ser obrigada a dar de voltar, o que a forçaria a uma massada que podia evitar.

Não é preciso conceber e estudar um programma de serviço; o programma é inventado de in-



Figura 110. "Entretenimento para moças". *Revista Feminina*, São Paulo, dez.1921, n.91, p.127. Acervo digital do Arquivo Público do Estado de São Paulo.

O que se observa nas imagens da figura 110 é uma extensão desses códigos agora aplicados às posturas de trabalho. A rigidez e os movimentos muito bem programados caracterizavam um estado constante de vigilância de si e da rotina da casa, situação diferente da posição de relaxamento costumeiramente praticada pelas senhoras do período colonial. O sentar-se de cócoras, muito utilizado nas áreas rurais e por pessoas urbanas de classes pobres que mantiveram essa tradição, não diferenciava os momentos de descanso daqueles destinados a trabalhar. A racionalização do trabalho vai ao encontro, então, da postura rígida do corpo previstas nos padrões de etiqueta. Sendo assim, a dona de casa mantém o “decoro” e a “toalette” correspondentes às senhoras de “fina educação” quando fosse necessário – ou pelas “contingencias da vida”, “prazer” ou pela preservação da saúde – realizar o trabalho doméstico.

Como pode ser observado no trecho abaixo, em um momento de intensa disciplinarização da mulher burguesa, o convencimento pela função ativa nas tarefas da casa – aqui materializado na tomada de controle sobre a cozinha – teve de levar em consideração posturas e hábitos que faziam parte da estética e da higiene dessas mulheres, que temiam o rebaixamento de sua posição social ao assumir funções consideradas degradantes para o corpo e o espírito. Sendo assim, deveria haver compatibilidade entre o trabalho doméstico e a manutenção da elegância feminina. Por isso, “Rumo á cozinha!” argumenta que o esmero com a casa é uma forma dos convidados perceberem a dedicação da anfitriã como mãe e esposa, quase que, assim como analisa Carvalho, numa continuidade com o cuidado de si¹⁵³:

De resto, não há incompatibilidade entre elegancia e os deveres domesticos. Ao contrario. Quando se sabe que tal senhora elegante, apontada por todos pelas suas encantadoras prendas de salão, tambem é uma excellente dona de casa, que é uma cozinheira emerita, que é uma verdadeira artista na arte culinaria, ou pelo menos, que se não despreza de se emiscuir nas tarefas da cozinha, a sua elegancia não fica por isso diminuida. Será essa uma nova prenda, e não das menos interessantes, entre as outras prendas de que ella póde se gabar.¹⁵⁴

¹⁵³ Vânia Carneiro de Carvalho (2008, p.219-240) mostrou que o fenômeno de aburguesamento dos setores médios paulistanos exigiu das mulheres o equilíbrio entre a administração do lar e a atuação pública em eventos sociais, cafés, teatros, restaurantes e clubes onde, por meio da vestimenta e dos hábitos de etiqueta requintados, elas davam visibilidade para a posição social de suas famílias. Dentro da casa, a decoração em cômodos destinados à recepção de convidados colaborava também para a exposição pública dessas “mulheres-ornamento” que, segundo a autora, constituíam suas identidades na relação entre os corpos e os objetos decorativos numa “ação centrífuga”.

¹⁵⁴ RUMO á cozinha!, *Ibidem*, n.p.

As imagens que acompanham o artigo (figura 109) representam bem a ideia de que não é necessária nenhuma mudança de comportamento para que as práticas culinárias sejam apropriadas por essas mulheres. No canto direito superior vê-se uma mulher de vestido requintado, característico do século XVIII, cozinhando próxima ao fogão. No canto superior esquerdo, três jovens brancas, de aventais também brancos e salto alto, cozinham e conversam na cozinha. A legenda afirma que elas “interromperam a lição de piano para ir á cozinha preparar um quitute”. Abaixo, no canto direito, a figura feminina longilínea mostra que “Muitas senhoras de alta sociedade já sabem, hoje, provar uma panella”¹⁵⁵. O conjunto dessas figuras parece mostrar para as leitoras que a sua relação com a cozinha estaria longe de ser conflituosa, há certa naturalidade em migrar do piano para a cozinha, tal qual a figura do século XVIII vai do salão para o fogão.

Mesmo assim, caso trabalhar na cozinha fosse uma atitude arriscada para uma “senhora elegante” em uma sociedade que preservava valores tradicionais, o artigo se mostra conciliador e atenua o tom do discurso: “O facto de existirem cosinheiras, que se trabalham como animaes de carga, não exime a boa esposa de ser pelo menos a directora espiritual da cosinha. Sob seu olhar vigilante tudo corre melhor e com mais celeridade”. Ou seja, diferentemente da França, onde “a grande guerra [...] arrancou aos lares francezes muita boneca enfeitada, humanizando-a e pondo-lhe nas mãos caçarola e uma espumadeira”¹⁵⁶, numa sociedade onde havia disponibilidade de empregadas, frequentar a cozinha significava ao menos supervisioná-las, principalmente a cozinheira.

Existiam no imaginário da elite paulistana do início dos novecentos referências à estrutura e à rotina das casas coloniais, onde a cozinha era espaço de domínio da cozinheira negra escravizada que sabia dominar o fogão a lenha e possuía um exímio conhecimento sobre a culinária do dia a dia, muitas vezes transmitido entre gerações. Essa “velha” cozinha, de paredes escuras, chão de terra batida e de fronteiras tênues com o quintal, era um lugar muito diferente daquele que previam os padrões de higiene e racionalidade da medicina, que começou a atuar reformando os palacetes urbanos. Na cozinha tradicional, os pratos “requeriam preparações laboriosas e sanguinolentas”, o que tornava o espaço sujo e o trabalho cansativo (GRAHAM, 1992, p. 62). Por isso, a reforma da estrutura e a inserção de novos objetos e materiais fizeram da cozinha um espaço

¹⁵⁵ *Ibidem*

¹⁵⁶ *Ibidem*

teoricamente mais adequado para ser habitado pela dona de casa, como vimos no capítulo anterior. No entanto, o seu domínio sobre os processos alimentares esbarrava no poder que as cozinheiras exerciam baseado no saber-fazer culinário e, por isso, ele foi paulatinamente questionado pelo conhecimento técnico dominado por suas patroas.

Os conselhos de Vera Cleser sobre o ato de cozinhar são um sintoma do que, na prática, significava dominar a cozinha: saber controlar o tempo, adquirir habilidade, garantir exatidão:

Para cozinhar bem é preciso saber quaes os tempêros, as proporções e medidas exactas, qual a intensidade do fogo para este ou aquelle alimento e muitas, muitas coisas mais. Uma bôa dona de casa prepará sempre uma comida saborosa, sem jámais ultrapassar os limites da mais severa economia e saberá alcançar os melhores resultados com os pequenos meios que tem á disposição.¹⁵⁷

Se a comida era ou não preparada por ela, o que importava era conhecer o processo para manter o controle sobre a receita e a empregada:

Numa casa em que a dona por ignorancia ou preguiça se subtrae á meticulosa inspecção do serviço da cozinha, em que tudo está entregue á criada, achar-se-á frequentemente comida ruim na mesa [...] A ignorancia ou a preguiça de uma dona de casa que abandona um serviço de tamanha importancia ás mãos de uma criada desmazelada e suja, esbanja vergonhosamente aquilo que o marido adquiriu á força de energia e trabalhos, ás vezes penosíssimos [...]. Não deixeis a vossa cozinha entregue á criada minhas jovens amigas; seja ella perfeita cozinheira. A actividade de uma senhora caprichosa é indispensavel na cozinha e a sua presença a salva de constantes prejuizos.¹⁵⁸

Os eletrodomésticos e os equipamentos mecânicos industrializados fizeram parte dessa disputa de poder. Eles privilegiam a dona de casa porque são prática e simbolicamente fruto da técnica industrial e da pesquisa científica, da exatidão de movimentos e de resultados, aspectos que faziam dessas mulheres gerentes do lar, esposas e mães ideais. As fontes documentais disponíveis raramente informam sobre o uso efetivo desses objetos e quem realmente os manipulava. No entanto, elas mostram que os sentidos atribuídos aos artefatos hierarquizaram os corpos, as experiências e os saberes de patroas e empregadas, como veremos a seguir.

¹⁵⁷ CLESER, Vera. *O Lar Domestico*, p. 238.

¹⁵⁸ CLESER, Vera. *O Lar Domestico*, p. 240.

4.3 Mãos negras e mãos brancas

Além da reestruturação da cozinha, mais próxima ao interior da casa e revestida de materiais facilmente laváveis, a associação com a sala de visitas se deve certamente às novidades mecânicas e elétricas vendidas para facilitar o trabalho. Em “Pequenos objetos que interessam toda a dona de casa” e “A execução moderna dos trabalhos caseiros” o conjunto de materiais de que são compostos os objetos – madeira envernizada, vidro, metal – configura um cenário “elegante”:

Hoje, que é de “bom ton” as senhoritas occuparem-se de guizados e menus, o aposento destinado á manipulação dos acepipes, – a velha e patriarchal cozinha, que representava para os nossos avós, sabios gastronomos e apreciadores da bôa mesa, um aposento absolutamente veneravel, - atavia-se, modernisa-se, segue como todas as coisas de nosso tempo, as injuncções da Moda soberana... Muitas cozinhas, hoje em dia, deixam-se na duvida, si se trata effectivamente desse lugar da casa destinado á manipulação do almoço e do jantar, ou si achamo-nos... num elegante salão de visitas. São cadeiras elegantes, mesas envernizadas, armarios com portas de vidro, etc. E, ao longo das paredes, numa ordem rigidamente militar, as baterias de metal scintilante, que é um verdadeiro regalo para os olhos!¹⁵⁹

Observa-se que a progressão dos argumentos que levam a “menagere” à cozinha se dá na exploração das imagens que exemplificam o uso de “engenhocas” mecânicas e elétricas (figuras 111, 112 e 113). Apesar desses aparelhos não estarem disponíveis nas lojas importadoras paulistas¹⁶⁰ nessa época, o que deve ser levado em consideração é que a sua representação tenta tornar palpável a ideia abstrata de diminuição do tempo e do esforço no trabalho por meio da otimização do gestos e dos uso desses equipamentos. As fotografias exploram, sobretudo, mãos brancas e finas que manejam os objetos majoritariamente com os dedos, sem usar a palma da mão, que tradicionalmente é utilizada para dar força aos movimentos dos braços. O pouco empenho do corpo pode ser observado, por exemplo, na imagem do lado superior esquerdo da figura 113, em que uma mulher de vestido e sapatos de salto alto, mantendo o tronco ereto, destrava a porta do refrigerador com a ponta dos pés enquanto equilibra um prato na mão direita e segura uma garrafa

¹⁵⁹ PEQUENOS objectos que interessam toda a dona de casa”. *Revista Feminina*. São Paulo, ago, 1923. n. 111, n.p.

¹⁶⁰ A maioria dos objetos mecânicos e elétricos representados em artigos de revistas femininas nos anos 1920 não são encontrados nos anúncios de lojas da época. Além disso, no acervo de objetos de cozinha adquiridos pelo Museu Paulista e, em outros, como o Museu da Casa Brasileira, não se verifica a presença desses objetos, indicando que eles não foram vendidos ou efetivamente usados nesse período.

na mão esquerda. Ao lado desta imagem, o máximo da redução de mobilidade da mão é representado por um equipamento peculiar que pretende substituir a colher. Várias imagens mostram apenas as mãos e as ferramentas de cozinha, demonstrando que o corpo, como um todo, não está mais engajado na tarefa de cozinhar.

A preservação do corpo também é um atributo dos objetos explorados nas imagens mesmo que isto não esteja explicitamente citado nos textos que as acompanham. Percebe-se que os equipamentos distanciam as mãos das fontes de calor e sujeira que podem ser danosas para a higiene e a pele, como vemos no “aparelho para escamar peixes”, que garante o mínimo contato com o alimento (figura 112). Também é esse o caso da alavanca que “torce rapidamente a água do esfregão, sem que haja necessidade de pegar-lhe com as mãos”, da frigideira-assadeira que tem cabo removível e evita o contato com a superfície quente retirada do forno e da “placa de metal” adaptada à pia para proteger a roupa dos respingos de água (figura 113). Além disso, a garantia de higiene do espaço também é proporcionada pela “caçarola para ferver leite” e o “aparelho para o ponche” (figuras 111 e 112), usados para o líquido não pingar ou transbordar na mesa. Este último, intencionalmente ou não, imita uma pipeta de laboratório científico.

Assim, a racionalidade do tempo, do corpo e do espaço são construída a partir das ideias de agilidade, eficiência, automatização, versatilidade e higiene. Esses conceitos criam uma área de cientificidade em ambos os artigos ilustrados de forma a influenciar até mesmo a interpretação de objetos representados e pouco explicados, como se eles fossem capazes de imanar esses qualificativos a partir da sua própria materialidade, o que não é possível. É o caso do “aparelho para conservar o pão sempre fresco” (uma espécie de sanduicheira que vai ao fogo), do “aparelho eléctrico para limpar talheres” (figura 111), do “fogão a gas” (figura 112) e do “ligeiro e jeitoso ralador” (figura 113). Afinal, por que eles poderiam ser considerados modernos dentro destes parâmetros? A leitura do texto não permite responder a esta pergunta.

Pequenos objectos que interessam toda a dona de casa

Tudo quanto se relacione com os misteres caseiros, tem para nós um especial interesse.

Por isso, apresentamos ás nossas queridas leitoras, as gravuras que nestas paginas reproduzimos.



Pressa para extrair o succo das fructas



Cacinda para ferver leite sem o perigo delle transbordar

alguns objectos de cozinha, de modelos recentes, ou, como poderíamos dizer, de ultima moda.

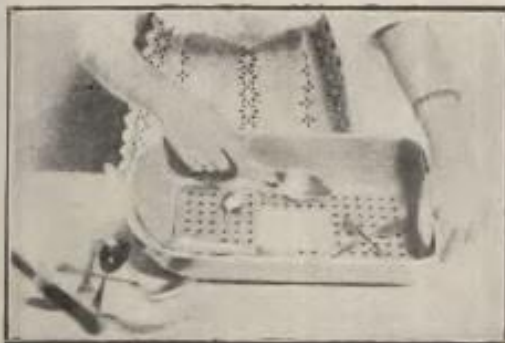
Hoje, que é de "bon ton" as senhoritas occuparem-se de guizados e menus, o aposento destinado á manipulação dos acepipes, — a velha e patriarchal cozinha, que representava para os nossos avos, sabios gastronomos e apreciadores da boa mesa, um aposento absolutamente veneravel, — atavia-se, modernisa-se, segue como todas as coisas de nosso tempo, as injunções



Apparelho para conservar o gao sempre fresco

da Moda soberana... Muitas cozinhas, hoje em dia, deixam-nos em duvida, si se trata efectivamente desse lugar da casa destinado á manipulação do almoço e do jantar, ou si achamo-nos... num elegante salão de visitas.

São cadeiras elegantes, mesas envernizadas, armarios com portas de vidro, etc. E, ao longo das paredes, numa ordem rigidamente militar, as baterias de metal scintillante, que é um verdadeiro regalo para os olhos!



Apparelho electrico para liquez calbas



Apparelho para o punch

Figura 111. "Pequenos objectos que interessam toda a dona de casa". Revista Feminina. ago, 1923. n. 111, n.p. Acervo digital do Arquivo Público do Estado de São Paulo.

Em qualquer dessas cozinhas, onde a luz penetra sabiamente através de alegres *stores* de cretone inglês, encontraremos os utensílios que as nossas gravuras reproduzem. A pequena prensa de porcelana é indispensável para a extracção do succo das fructas com que se fazem os refrescos deliciosos. A caçarola para ferver leite tem uma pequena esphera, presa por uma cadeia a uma das azas, que serve para avisar a pessoa encarregada do serviço de que o leite está prestes a ferver, e que portanto achá-se no ponto de ser retirado do fogo antes que sinha e transborde como a miúdo succede...

O fogão a gaz, com seu respectivo forno, é indispensável a todas as donas de casa que têm o bom gosto de fazer bolinhos e pasteis...

Com este raspador de metal evita-se o trabalho de escamar o peixe.

Quando as tampas das caçarolas ou outros quaisquer objectos perdem o seu brilho, limpam-se com soda sobre a placa electrica collocada dentro de sua correspondente bandeja isoladora.



Apparelho para escamar peixe.

Entre nós, são de pouco uso os grandes pães, como na Alemanha, de onde veem todos estes utensílios; porém muitas pessoas comem-no sob a forma de torradas.

Para conservar o pão sempre fresco basta cobri-lo com o aparelho denominado *Immer frisch*.

Neste particular o engenho allemão é fertilíssimo, como o demonstram as machinas para limpeza caseira, verdadeiras maravilhas em seu genero.

Para terminar, reproduzimos essa especie de ampola de crystal, que absorve o punch ou outra qualquer bebida, e traslada-o da vazilha em que foi fervido, para os copos, sem que se derrame uma unica gotta.

Para regar as flôres ahí temos um novo regador, que melhor pulverisa, transformando a agua numa especie de bruma delicadissima.

Por tudo o que acabamos de expôr, bem se vê que o aparelhamento de uma cozinha, é hoje em dia, um problema de importancia nada desdenhavel.



Apparelho para hervir as flôres.

Nem podia ser de outra fórma, dadas as principaes características da vida hodierna, onde a facilidade e o conforto são condições indispensaveis de todo o bem estar.

A vida, hoje em dia, na febril anxiedade geral de se não perder um unico minuto, justifica bem aquelle dicto britannico de que, *tempo é dinheiro*. A mulher, com o acervo enorme de suas obrigações sociais, como visitas, reuniões de arte, de beneficencia, etc., já não dispõe integralmente de seu dia. Portanto tudo o que venha facilitar suas tarefas domesticas, será sempre bem acceito por ella.

A industria, em sua continua evoluçao tende a simplificar todas as tarefas manuaes.

Será um bem, será um mal?

Nós nada affirmamos a respeito... Apenas, no interesse das leitoras, iremos sempre informando-as das novidades que apparecerem.

Principalmente em se tratando de objectos, utensílios, etc., de utilidade immediata, como estes que as nossas gravuras mostram, e que, quer por seu custo, quer por seu facil manejo, não devem faltar em toda a casinha... elegante.



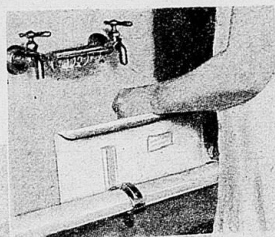
Fogão a gaz e seu respectivo forno.

A
EXECUÇÃO
MODERNA
DOS
TRABALHOS
CASEIROS



Rapidamente se obtém uma porção de água fervendo, com esta chaleira electrica. Uma unidade aquecedora de mil watt, acha-se adaptada no fundo.

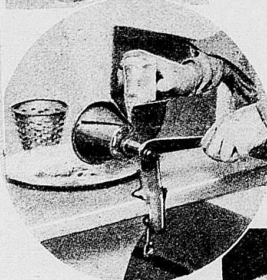
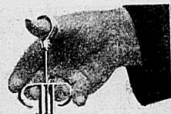
A pressão feita sobre um pedal abre a porta desta nova geladeira, sem que haja interferencia das mãos occupadas. Em frente ha um thermometro com mostrador circular, que indica se é necessario gelo.



Para os borrifos d'agua. Uma placa de metal adaptada ao rebordo da pia, torna desnecessario o uso de aventaes de borracha, evitando-se assim que a servical fique com a roupa molhada.

Além da agua quente comum, este aquecedor fornece promptamente agua de qualquer temperatura desejada, entre 110 e 190 graus. Possui um control automatico, feito por meio de ligação electrica, e para entrar em acção basta que se lhe abra a torneira.

Taboa de engommar com duas superficies, uma de largura normal, e outra mais estreita para desamarratamento de mangas, etc. E' atarrachada á mesa da cosinha.



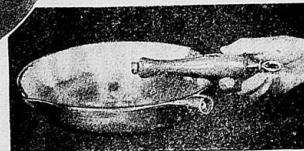
Este aparelho que não é moedor de carne, tem dois tambores que se podem permutar; um destina-se a cortar batatas, etc., o outro a moer queijo e nozes.



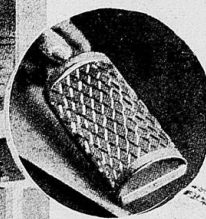
Substitua uma colher. Esta engenhosa invenção mexe o conteúdo de um copo, bastando para isso que se lhe levante o cabo, substituindo assim perfeitamente a colher.

Este lavador electrico enxuga tambem os pratos. E' munido de um ventilador.

Que se vê de interessante nesta pagina, sob o suggestivo titulo *execução moderna dos trabalhos caseiros*, bem se poderia condensar nesta synthese: economia de tempo e aperfeiçoamento de methodos, como o requer a evolução actual.



Frigideira e assadeira. O cabo deste prato de aluminio é adaptavel e isto o torna muito proprio para fogão e para forno.



Ligeiro e gelitoso ralador, com grade em metal. Rala muito bem batatas, queijo, maçãs, ovos cozidos, etc.

Com esta alavanca se torce rapidamente a agua do estregão, sem que haja necessidade de pegar-lhe com as mãos.

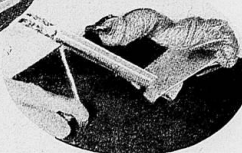


Figura 113. "A execução moderna dos trabalhos caseiros". *Vida Domestica*, Rio de Janeiro, mar, 1931. n. 156, n.p. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

Esses conceitos tiveram origem no ambiente fabril, de onde saíram as propostas de taylorização da cozinha. Nele, o operário se tornou um mero operador de máquinas e a qualidade da produção passou a ser medida pelo grau de domesticação de seu corpo, que deveria ter movimentos exatos e velozes. Desta forma, mesmo que esteja sujeito à fadiga muscular dos movimentos repetitivos, o “homem-máquina” tende a ter menos marcas visíveis no corpo, como atrofias, calos, arranhões, queimaduras, mudança da coloração da pele e alterações ósseas. Para atender à reforma médico-higienista das fábricas, o corpo dos trabalhadores sofreu interferências médicas a fim de garantir a qualidade e o rendimento da produção a partir da higiene, boa saúde e alimentação (BERCITO, 2004, p. 374-375, 380; MOREIRA, RAGO, 1996, p.19).

Como mostra Margareth Rago e Eduardo Moreira (1996, p.19, 26-27), além de “adestrar” o corpo do trabalhador, o método taylorista colocava de lado as “tradições” e os saberes que ele detinha para dar lugar à “ciência do trabalho”, em posse da gerência científica, que planeja, concebe e dirige as tarefas executadas pelo operário. A noção de “organização científica do trabalho” supõe a idéia (sic) de uma racionalidade inerente ao processo de produção, como se este fosse dotado de leis naturais a que os homens e sua ciência devessem subordinar-se e obedecer”:

Assim, “organização” pode ser lida enquanto um conceito que implica a idéia de dispor em ordem, segundo princípios racionais e objetivos, que estão fora dos homens, inscritos de uma maneira neutra no mundo; “científico” – conceito que traz em si a idéia de um saber racional, empiricamente constatável e provável de acordo com a racionalidade inscrita na natureza das coisas. A idéia de ciência passa a legitimar o método de Taylor, já que nessa perspectiva ele se fundamenta em um saber objetivo, competente e acima de tudo neutro, apolítico, desinteressado, isto é, da ordem da “verdade”, opondo-se à “anarquia” dos métodos empíricos tradicionais (RAGO, BERCITO, 1996, p. 26-27).

No cotidiano da casa, a racionalidade fabril aplicada à ciência doméstica mudou as regras e a definição de trabalho bem-feito. A sistematização do tempo e dos gestos foi criada em sincronia com o uso de objetos mecânicos e elétricos, o que causou para as donas de casa e empregadas consequências semelhantes às aquelas experimentadas pelos operários. Os padrões estabelecidos pela ciência, pela racionalidade e pela higiene categorizaram e hierarquizaram os seus corpos e colocaram sob a responsabilidade das patroas a “gerência” das tarefas. As regras prescritas nos manuais de economia doméstica eram entendidas como superiores aos saberes e às “tradições” que as empregadas carregavam consigo. Assim, o conhecimento sobre a disciplina do corpo de que

está munida a dona de casa a diferencia de suas empregadas e a autoriza a corrigir os hábitos e as posturas para encaixá-las nos padrões racionais e higiênicos.

Os princípios tayloristas tiveram no IDORT seu principal representante em São Paulo. A partir da década de 1930, o IDORT empenhou-se em aplicar os seus princípios fundadores – eficiência, cooperação e racionalidade – na construção de casas populares e na publicização de uma rotina considerada ideal para as donas de casa de famílias operárias. Essa atividade envolveu a instrução sobre economia doméstica e ordenação da cozinha na *Revista do IDORT* e em campanhas como a “Jornada Contra o Desperdício” realizada em 1938. No contexto brasileiro, onde a mão de obra das empregadas domésticas permanecia, a palestra “A educação da criada no lar”, proferida por Mariateresa Ellender na mesa presidida pela Associação Cívica Feminina na Jornada Contra o Desperdício, mostra como no Brasil a racionalidade do trabalho doméstico envolvia o controle sobre os empregados:

Difícil é também ensinar a criada a adotar na atitude durante o trabalho, maneira prática de proteger a própria saúde. Não se curvar sobre o lixo ao depositá-lo quer no fogão ou na lata para não aspirar o bafo sujo. Como se proteger de queimaduras, cortes, etc. Proteger os olhos e os cabelos na faina doméstica, e tantas, tantas minúcias quotidianas. A princípio é uma luta convencer a criada da necessidade de tais aproveitamentos, mas pouco a pouco ela se habitua e compreende a facilidade do sistema de disciplina.¹⁶¹

A autora atribui a relutância da empregada à vontade pela permanência dos maus hábitos. Este descuido está marcado no seu próprio corpo: queimaduras causadas pela manipulação do fogo, cortes feitos por instrumentos afiados, cabelos queimados e olhos vulneráveis a qualquer respingo. No entanto, como nos mostra o relato de Dona Risoleta colhido por Ecléa Bosi, o resguardo da saúde e o cuidado com os movimentos estavam longe de significar uma opção, e não se encaixavam na rotina de trabalho ininterrupto das empregadas.

Nascida em Campinas, Dona Risoleta era filha de um homem escravizado vindo “do Norte” com uma mulher livre. Desde os 8 anos, trabalhou na casa da ex-senhora de seu pai, D. Lalá, acompanhando-a na mudança para a cidade de São Paulo. A narrativa de sua experiência como cozinheira envolve menções à rotina árdua das tarefas que lhe “deformaram” as mãos: “Mocinha

¹⁶¹ ELLENDER, Mariateresa. A educação da criada no lar. *Trabalhos apresentados por ocasião da Jornada contra o desperdício*. São Paulo: Instituto de Organização Racional do Trabalho, 1938, p. 199.

fiquei com reumatismo, saía pelotes deformando as mãos, entornando tudo. Não sei como peguei esse reumatismo tão feio; eu lavava quintal, descalça... quem sabe”. Ainda criança, ela relata ter ajudado uma senhora “empregada preta bem velha” que, tendo o “dedão do pé torto” posicionava-se “na beira do fogão, arcadinha”. Ainda que não fosse a causa real, tamanho era o desgaste do seu corpo com o trabalho que ao mesmo fogão a lenha ela atribuiu a causa da sua cegueira: “Quando minha filha recebeu o diploma, a catarata começou a nascer nos meus olhos. Veio por causa do muito calor do forno, desde pequena lidei com fogão de lenha, de carvão” (BOSI, 1994, p. 381, 401).

ARTE DA BELLEZA

II

CURSO COMPLETO DE
CONSERVAÇÃO E CULTURA
DA BELLEZA.AS MÃOS E
OS BRAÇOS

O cérebro e a mão são os órgãos que constituem a superioridade do ser humano sobre todos os animais.

Quando se examina attentamente a conformação da mão, descobrem-se nela todas as condições de perfeição no grau mais admirável. Armada de dedos flexíveis e bem articulados, apresenta o polegar, cuja fácil opposição aos demais dedos era necessária à completa execução dos seus movimentos, e o dedo estivo protegido na extremidade livre pela unha e guardado em uma espécie de almofada, que tem um grande número de papilas nervosas, dispostas em forma de papilomas, as quais são a rede do tacto. Um systema muscular tão simples como variado faz mover seus dedos de tal modo, que possa segurar todos os corpos cujo volume, forma, consistencia, peso e asperez são apreciados com tanta exactidão, que até já houve quem affirmasse que a finura do tacto em alguns cegos chegava ao ponto de elles distinguirem as cores.

O braço torneado e bem proporcionado, assim como uma linda mão, são dois attractivos que realçam a belleza, e por esse motivo as mulheres prodigalissimamente a esta parte do corpo os mais sollicitos cuidados. Uma mão bem formada deve ser um tanto ou quanto alongada, tendo o dorso de maneira que se percebam as veias que correm, azuladas, debaixo da epiderme. Não ha de ser larga nem estreita, grossa nem delgada, e deve distinguir-se pela pelle branca e fina. Os dedos, para que sejam bellos e bem feitos, deverão descrever uma curva no dorso; hão de ser levemente planos pela parte



interior, e as articulações, pouco salientes, não apresentarão nenhuma nodosidade desagradavel. As unhas terão a forma abobadada; serão rasadas, com um pequeno segmento esbranquiado na raiz. O mais lindo corte das unhas é o oval, e não se devem cortar demasiadamente compridas, nem demasiado curtas.

A moda das unhas longas, e chineza, que se introduziu ha alguns annos, não constituiu nenhum attributo da belleza. As Venus gregas, as Helenas, Laís e outras mulheres celebres da antiguidade classica, typos perfectos da belleza physica, nunca tiveram a maldadida idéa de deixar crescer as unhas, como algumas das nossas elegantes de máo gosto, pois pensavam ellas, e com sobejas razões, que as delicadas mãos da mulher foram creadas, não para arranhá-las, mas para produ-

gular carinhos e suaves delicadezas. A flouza das mãos e a brancura da pelle que as cobre, são pelo geral um privilegio das pessoas de alto tom, e as veias mais ou menos pronunciadas, as protuberancias tendenciosas, a grossura dos dedos e as calosidades dão a conhecer o individuo que se entrega a trabalhos physicos. Com effeito, pela mão distingue-se o ferreiro, o sapateiro, o lavrador, o artista, o homem de letras, o que leva a alguém a dizer que o homem traz nas mãos o selo da sua condição social.

As mãos grossas, ornadas de dedos curtos, torcidos e mal conformados, revelam, ora sentimentos baixos ou faltos de nobreza, ora grosseira e ferocidade. As mãos compridas, cujos dedos são bem conformados, encontram-se communmente nas pessoas de hábitos finos, notaveis pela sua amabilidade e cortezia. Sendo a mão o órgão do corpo de que se faz mais fre-

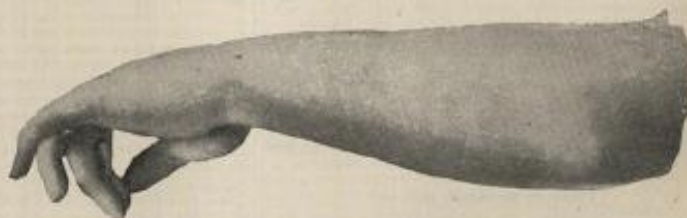


Figura 114. "A arte da beleza". *Revista Feminina*, São Paulo, n. 74, jul.1920, p. 49-50. Acervo digital do Arquivo Público do Estado de São Paulo.

quente uso, devem evitar-se as variações influencias que podem ou poderiam interessar os diversos tecidos de que ella é composta. Os cortes, os golpes, contusões, queimaduras, etc., são sempre prejudiciaes á belleza da



pelle, e algumas vezes n'ella a má-mãe do que se supõe, á intelligencia do gesto, á facilidade dos movimentos e á figura do tacto. Deve-se evitar o manuseio de corpos duros e angulosos, assim como as substancias acidas, irritantes e causticas; mas no caso de ter que tocar estas substancias, deve-se, antes unctar as mãos com gordura, azeite, cerbato, ou qualquer outra preparação oleaginosa, como a pomada de pepinos ou o creme de neve.

Depois de lavadas as mãos com agua quente, deve-se ter o cuidado de não as expor immediatamente ao contacto da agua fria, assim como depois de as aquecer ao fogo em tempo de inverno, não devem ser expostas ao frio humido da rua. A passagem repetida do frio ao calor ou do calor ao frio, altera o tecido cutaneo, endurece-o, gretta-o e emnegrece-o. As luvas são necessarias no inverno para resguardar a mão contra o frio, e no verão para evitar a acção dos raios do sol.

Elas aqui algumas formulas para aformosar e suavizar a pelle das mãos e do resto do corpo:

Pasta callidermica

Tucão de sabão	500 grammas
Mel	450 "
Óleo de amendoas doces	400 "
Farinha branca de amendoas	150 "
Glicerina	100 "
Agua de rosas	100 "
Sabão em galatras	100 "

Pês leucodermicos

Farinha de amendoas doces	300 grammas
Farinha de arroz	125 "
Pês de Lyrio de Florença	50 "
Vin branco de sabão	100 "

Mistram-se estas substancias, aromatizando-as com algumas gotas de essencia de geranio ou rosa.

Pasta de amendoas com mel

Farinha de amendoas amargas	500 grammas
Óleo de amendoas doces	1000 "
Mel	1000 "
Gemma de ovos	12 "

Derrete-se o mel, lance-se nelle a farinha das amendoas e jnalem-se á mistura as gemmas de ovos. Acrescenta-se então o óleo e torna-se a amassar até estar formada a pasta.

O meio mais efficax de suavizar a pelle das mãos e dar-lhe a finura que tanto realça a belleza, é o seguinte:

Toma-se um pedacinho, do tamanho de uma amendoa, de creme de neve, e, á noite, antes de deitar, friccionar-se as mãos em todas as direcções durante um minuto. Quando a pelle estiver bem impregnada deste perfume, cubram-se as mãos com luvas de pelica. Na manhã seguinte lavam-se com a pasta callidermica, que

é a preparação mais recommendavel, e ellas adquirão a brancura da neve e a suavidade do setim.

As mãos vermelhas, da mesma sorte que as que têm as veias demasiado apparentes consistem uma fealdade na mulher.

Recommenda-se ás jovens que padecem de tal defeito, que não lavem as mãos em agua quente, não usem collcts ou vestido muito apertado na zona das axillas, porque a pressão exercida nesta parte do corpo origina a parada do sangue nas veias dos braços e das mãos.

Rejeitem-se da mesma maneira os punhos muito estreitos; mas, em troca, aconselham-se as luvas muito justas, bialmente recommenda-se como meio chimico para fazer desaparecer as veias as loções com um liquido composto de 125 grammas de cyanureto de potassa.

Luvas. — O uso das luvas é indispensavel. Na sua fabricação empregam-se as pelles, a lã, o algodão, o linho e a seda. São preferenciaes a todas, as luvas de pelle macia e elastica, pois não encaçam as mãos, antes a suavizam.

As luvas variam tambem segundo as estações. As da pelle de gannho e de castor convem para o inverno, assim como para o verão são as mais proprias as de pelle de cabrito, linho, seda, etc. Recommenda-se especialmente que se não tragam luvas muito apertadas no punho, porque, além de rasgar-se depressa, tem o inconveniente de magoar as mãos delicadas, impedindo a circulação e occasionando a dilatação das veias.

Fabricam-se luvas perfumadas, cujo uso não aconselhamos, porque podem causar, com o cheiro que exhalam, dermatites ou syncofes nas senhoras acovoadas. Contudo, para as pessoas que desejam possuir a pomada de alguma agua destinada a perfumar as luvas, publicamos a seguinte:

Lyrio de Florença	160 grammas
Estorvaque	60 "
Cinamo aromatizado	60 "
Leão de síria	50 "
Canella	5 "
Cravo de espice	5 "

Reduzem-se estas substancias a pó fino, vertendo-o depois em duas libras de agua. Deixem-se em maceração durante tres dias em temperatura suave e junte-se:

Agua de rosas	95 grammas
Agua de ôr de laranja	95 "

Distillo-se a mistura em banho-maria.

Molham-se as luvas nesta agua e seccam-se á sombra. As luvas preparadas deste modo conservam durante muito tempo o perfume que a agua lhes communicou. As leitoras elegantes agradecerão-nos, sem dúvida, que lhes indiquemos um meio facil e simples para limpar as luvas.

A composição mais segura é a seguinte, a qual se deu o nome de "guanteina":

Sabão branco em pó	250 grammas
Agua de rosas, ou dissolução de chlorureto de potassa em agua	145 "
Amoníaco liquido	10 "
Agua	151 "

Misture-se tudo e faça-se uma pasta, que se conservará numa vasilha tapada.

Estende-se sobre um pedaco de flanela quantidade sufficiente desta pasta e esfregam-se as luvas com ella até que fiquem limpas. Tornam-se então a esfregar com um panno secco, topram-se para que ellas se alarguem, e deixem-se seccar á sombra.

Evitem-se as luvas perfumadas.



Figura 115. "A arte da beleza". Revista Feminina, São Paulo, n. 74, jul.1920, p. 49-50. Acervo digital do Arquivo Público do Estado de São Paulo.

As mãos marcadas das empregadas comparadas às mãos preservadas das donas de casa são metáforas utilizadas com frequência desde os anos 1920 para diferenciar os corpos negros e brancos e os tipos de trabalho destinados a cada um deles. No artigo “A arte da beleza”, a mão ideal é branca e não denota a execução do trabalho (figuras 114 e 115):

A finura das mãos e a brancura da pelle que as cobre, são pelo geral um privilegio das pessoas de alto tom, e as veias mais ou menos pronunciadas, as protuberancias tendenciosas, a grossura dos dedos e as calosidades dão a conhecer o individuo que se entrega a trabalhos phisicos. Com effeito, pela mão distingue-se o ferreiro, o sapateiro, o lavrador, o artista, o homem de letras, o que levou alguém a dizer que o homem traz nas mãos o sello da sua condição social [...]. Sendo a mão o órgão do corpo de que se faz mais frequentemente uso, devem evitar-se as variadas influencias que podem ou poderiam interessar os diversos tecidos de que ella é composta. Os cortes, os golpes, contusões, queimaduras, etc. são sempre prejudiciaes á belleza da pelle, e algumas vezes alteram, mais do que se supõe, a intelligencia do gesto, a facilidade dos movimentos e a finura do tacto.¹⁶²

Opõe-se, assim, o negro ao branco, tal qual se distingue a ignorância e a inteligência, o errado e o certo, o grosso e o fino, o bruto e o delicado, o atraso e o moderno. Nessa disputa, a irregularidade das mãos grossas e calejadas e do corpo indisciplinado das cozinheiras negras poderia ser substituída pela uniformidade do movimento de equipamentos movidos a eletricidade e manejados por dedos brancos delicados e finos que, com sua “finura do tacto” e “intelligencia do gesto” corresponderiam com facilidade ao acionamento dos botões e à regularidade do movimento do motor. Dessa maneira, o racismo estrutural¹⁶³ fica implícito nos argumentos que alicerçam a ideia de “cozinha moderna” completamente racional e eletrificada.

4.4 Saber-fazer versus prescrição técnica

Há continuidade desses aspectos nos anos que avançam até pelo menos a metade do século XX. Mesmo que, nas décadas de 1940 e 1950, o público-alvo de eletrodomésticos tenha expandido para setores menos abastados, a popularização do consumo desses objetos só começa nos anos

¹⁶² A ARTE da beleza. *Revista Feminina*, São Paulo, n. 74, jul.1920, p. 49-50.

¹⁶³ Para mais informações sobre a ideia de racismo estrutural ver ALMEIDA, Silvio Luiz de. *Racismo estrutural*. São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2019.

1960, sendo realmente significativa em 1980. Apesar das contestações do movimento feminista e da ampliação de oportunidades para mulheres no mercado de trabalho, a ideologia que dominava os chamados “Anos Dourados” (1945-1964) continuava respaldada na preservação da família baseada no casamento heterossexual e nos valores da Igreja Católica. Esses preceitos foram responsáveis pela permanência de muitas donas de casa no lar, ocupadas com as atividades da casa e o cuidado com os filhos. Por isso, é comum encontrar nas revistas da época e em manuais de instrução o modelo de família branca, de classe média e com papéis hierarquicamente definidos, imagens que se alimentavam e, ao mesmo tempo, continuavam a promover os valores de classe, raça e gênero das décadas anteriores (PINSKY, 2004, n.p.; PINSKY, 2014, p.15-21).

A questão das empregadas tampouco mudou. O texto “Agarre a sua empregada”, publicado em setembro de 1953 n^o 234 da *Cigarra*, alerta as leitoras sobre as mulheres que chegavam da região Norte e Nordeste do Brasil ao Rio de Janeiro se oferecendo para trabalhar na casa. Argumenta-se que as empregadas “atuais” não seriam como aquelas “antigas”, fariam exigências descabidas:

“Posso cozinhar, mas só se tiver fogão a gás. Não gosto de ajuntamento de gente na cozinha pra não me atrapalhá. Encerar só com enceradeira elétrica. Lavar eu não lavo para não estragar as unhas, senão meu namorado não gosta. Têças e quintas saio à noite pra falar com o Bastião. Sábado de tarde pra mim tem que ser feriado. Domingo sim, domingo não, eu não trabalho. Ordenado, Cr\$ 1.5000, 00. Se tá bom assim eu fico...”¹⁶⁴

Os manuais que acompanhavam os eletrodomésticos foram publicados em São Paulo a partir de 1930 e, em maior número, depois de 1950. Eles permitem compreender o uso de objetos como o refrigerador, o liquidificador e a batedeira, algo que não é possível para outros pequenos aparelhos supostamente vendidos nos anos 1920 devido à falta de fontes documentais sobre eles. Os manuais mostram que a adaptação dos equipamentos elétricos na cozinha parece não ter sido rápida nem fácil. Para o modelo de refrigerador General Electric, vendido em São Paulo em 1936, há duas referências que comparam os mecanismos do aparelho ao uso de outros objetos que faziam parte do cotidiano doméstico, como o interruptor de luz elétrica e a caldeira, sugerindo que a usuária não estava acostumada a manipular botões e manivelas:

O refrigerador G.E que dispensa lubrificação, ou qualquer outro cuidado especial, entretanto, há pequenas particularidades que convém conhecer. Para seu funcionamento, por exemplo, ha dois pequenos botões, que

¹⁶⁴ AGARRE a sua empregada. *A Cigarra*, São Paulo, n. 234, set.1953, p. 38.

controlam todas as operações. Um delles, girando para a esquerda ou para a direita, liga e desliga o refrigerador. Esse botão, que funciona á maneira de um commutador da luz electrica, dispensa o antiquado e incommodo systema de retirar e collocar a tomada.¹⁶⁵

Para remover essas fôrmas facilmente, o refrigerador General Electric é equipado com um pratico instrumento que se encontra pendurado na parte interior da porta, e cujo manejo é tão simples e efficiente como o de calçadeira, no uso de um sapato novo.¹⁶⁶

Apesar de esses documentos não determinarem quem de fato utilizava os eletrodomésticos, é interessante notar como os dedos, a cor, a preservação da pele e as posturas amplamente discutidas pela economia doméstica e pela medicina higienista contribuem para definir as donas de casa como as usuárias ideais desses equipamentos. Eles apresentam mãos brancas, unhas pintadas e dedos finos associadas à demonstração dos produtos (figura 116 e 117). Na figura 116, o uso da ponta dos dedos e a posição afastada do dedo mínimo configuram uma ação que está sendo realizada com a simples torção do punho. Nesta mesma imagem, a mulher inclina levemente o tronco para acessar o botão localizado abaixo do congelador.

Além das imagens, os gestos previstos para a manipulação dos botões do Liquidificador Perfeição Absoluta da Walita (figura 118) excluem o movimento descuidado:

O Liquidificador Walita é dotado de inúmeras velocidades. Basta encostar o dedo para deixar o botão da alavanca de contrôle na posição da velocidade desejada para qualquer receita. ATENÇÃO: Quando colocar líquidos no liquidificador, não ligar imediatamente o aparelho no máximo de velocidade e, sim, aumentar a sua velocidade suavemente, dando impulso lento às faquinhas, evitando dessa maneira que o líquido transborde.¹⁶⁷

A descrição do uso do liquidificador permite perceber com clareza a relação de continuidade entre o movimento bem articulado das mãos e o comportamento do motor, criando uma relação de causa e efeito entre a ação da usuária e determinado resultado no processamento do alimento por intermédio da máquina: o dedo levemente encostado empurra o botão da alavanca “suavemente”, movimentando a hélice que também roda devagar dentro do copo. Sendo assim, as ações sutis das mãos resultam na baixa velocidade do motor e o movimento rápido de uma ação

¹⁶⁵ Manual de instruções de refrigerador General Electric, São Paulo, 1936, p. 3.

¹⁶⁶ *Ibidem*, p. 2.

¹⁶⁷ Manual de instruções de liquidificador da fabricante Walita, São Paulo, [1959], p. 2.

não planejada causaria o transbordamento do líquido. O mesmo acontece com a batedeira Walita lançada no mercado em 1954 (figura 65, p.146).

Vejamos rapidamente algumas das mais importantes características do seu novo

FRIGIDAIRE


O conhecimento do Contrôle de Temperatura FRIGIDAIRE permitirá ajustar eficientemente a temperatura, de acôrdo com as condições mais variadas.




Eis aqui o Contrôle de Temperatura que regula a temperatura de funcionamento do seu novo Refrigerador.



Para conservar alimentos ou saladas congeladas, mantenha o Contrôle da Temperatura na posição número "3" ou "4".



Esta é a posição n.º "3" — é usada para OPERAÇÃO NORAL.



As posições "1" e "2" tornam o Refrigerador mais quente. Elas mantêm temperaturas seguras quando o Refrigerador é pouco usado.



A posição "DEGELAR" é usada para descongelamento normal. A posição "DESLIGAR" desliga todo o mecanismo.

- 7 -

Figura 116. Manual de instrução do refrigerador (General Motors), São Paulo, [1950-1960]. Coleção particular.



Figura 117. Manual de instrução de bateadeira Walita, São Paulo, São Paulo, [1965]. Coleção particular.



Figura 118. Liquidificador Perfeição Absoluta da Walita, [1959]. Antimônio e vidro. Acervo do Museu Paulista da Universidade de São Paulo, São Paulo. Reprodução: Helio Nobre/José Rosael.

Assim, além das imagens dos manuais e dos anúncios, que indicam a dona de casa como usuária dos eletrodomésticos, a própria natureza técnica e a necessidade de conhecimento sobre o mecanismo dos aparelhos podem ter contribuído para que fosse ela a utilizá-los. Eles dão a impressão de que o comportamento racional da máquina aliado ao cumprimento exato do passo a passo para manipulá-la garantiriam o sucesso da receita, mesmo que a usuária não dominasse a arte culinária, o que pode não ser verdade. Viviane Aguiar nos mostra como a materialidade dos objetos deve ser aliada ao contexto doméstico onde eles estavam inseridos para nos informar sobre o seu uso real. Ela verifica a continuidade do exercício do poder feminino das donas de casa sobre as empregadas ao analisar a chave da despensa e compará-la à trava do refrigerador. Segundo a sua pesquisa, a abertura do refrigerador era feita pela dona de casa ou dependia da sua supervisão, como se ela controlasse um cofre valioso. Para se estabelecer no ambiente doméstico, os eletrodomésticos se beneficiaram das hierarquias entre as mulheres, ao mesmo tempo que as aprofundaram (2021, p. 65-93).

Ao analisar o programa de ação dos fogões e do forno micro-ondas, Elizabeth Bortolaia Silva afirma que, apesar dos manuais de instrução sugerirem que os eletrodomésticos realizassem a receita de forma autônoma, tornando o preparo dos alimentos mais acessível e liberando a dona de casa do serviço doméstico, as orientações não deixavam de mencionar a participação da cozinheira no exame do cozimento, na disposição das prateleiras do forno, no cálculo do peso do alimento e na estimativa do tempo e da temperatura de cozimento:

Dada a ‘invisibilidade’ da vigilância da dona de casa, constrói-se a imagem de que ela não tem que fazer nada, não precisa pensar em nada. O argumento de que a tecnologia incorpora todo o saber do processo de cozinhar universaliza a experiência, tornando-a acessível a todas e reduzindo-a a uma não-experiência. Entretanto, a universalização permanece circunscrita às mulheres. Cozinhar passa a ser acessível a todas as donas de casa de classe média. No contexto desse perfil de cozinheira, o fogão exige que ela aspire a um tipo especial de papel. Ela se conluiava com o inovador quando este esconde o esforço de cozinhar por detrás da imagem de uma mulher sempre alegre, descansada e nutridora (SILVA, 1998, p.38).

A omissão do papel da dona de casa no controle do equipamento reforça a ideia de que qualquer mulher de classe média é capaz de cozinhar sem que ela tenha sido ensinada por suas mães ou avós. Para a autora, a leitura a contrapelo permite entender que o conhecimento baseado na experiência não teria sido totalmente substituído pela rigidez das prescrições de uso, mas adaptado a uma nova forma de processamento da alimentação que mantém a cozinheira responsável pelo sucesso da receita.

Nos manuais de instrução das batedeiras Walita, a necessidade do conhecimento da cozinheira fica sugerida de várias formas. É comum que os preparos não estejam detalhados, mas que a lista de ingredientes acompanhe a frase “Seguir a ordem da receita”¹⁶⁸, ou seja, adicionar os alimentos na sequência em que estão listados, sem que haja qualquer menção ao tempo ou velocidade de processamento. Por vezes, essa frase é substituída pela instrução “Seguir a ordem comum dos bolos”¹⁶⁹, o que pressupõe o domínio da cozinheira sobre o preparo de receitas do mesmo tipo. Essa mesma suposição aparece quando o ponto da massa é comparado ao preparo de outro prato, como “Bater as gemas com açúcar em ponto de gemada”¹⁷⁰ e “Bater como para pão-

¹⁶⁸ Manual de instruções de liquidificador Walita, São Paulo, [1954], p. 9.

¹⁶⁹ *Ibid.*, p. 15

¹⁷⁰ *Ibid.*, p. 14.

de-ló”¹⁷¹. Ao final do preparo, a ida dos bolos e biscoitos ao forno é pouco mencionada e quando acontece não especifica a temperatura: “forno brando”¹⁷², “forno quente”¹⁷³, “forno bem quente”¹⁷⁴ e “forno regular”¹⁷⁵.

Por um lado, Bortolaia procura demonstrar haver a possibilidade de as mulheres que tinham experiência na cozinha, como as empregadas, encontrarem brechas nas instruções dos manuais de modo a continuar a exercer o conhecimento empírico aprendido na lida do dia a dia. Por outro, a autora identifica as dificuldades enfrentadas por aquelas que não sabiam cozinhar e, quando não informadas sobre os detalhes da receita, eram malsucedidas no preparo do prato. A carta enviada pela leitora Olga à Helena Sangirardi e publicada, posteriormente, na revista *O Cruzeiro* reforçam essa hipótese:

Cara amiga,

Tenho comentado com várias conhecidas, tôdas novatas na cozinha como eu e tôdas sentimos a mesma dificuldade em interpretar as receitas culinárias. São elas escritas para pessoas que já entendem muito do assunto. Gostaríamos que você nos ensinasse uns pequenos segredos que as receitas, não sei por que, omite. Quando leio “refogue com todos os temperos”, fico sem saber que temperos são êsses, qual a quantidade que devo usar de cada e quais os indispensáveis para dar um bom gostinho. Quando um prato leva arroz, a receita é incapaz de dizer o que fazer para que êsse arroz fique bem soltinho e como se prepara êsse arroz. Por que você não escolhe uns pratos fundamentais na cozinha e nos ensina êsses segredos bem direitinho? Não omite nenhum detalhe, achando que é sem importância, porque o que pode parecer supérfluo para você, para nós pode ser fundamental. Gostaríamos que você organizasse um menu para a semana; sei que há em vários livros, mas todos complicadíssimos e, o que é pior, é que são todos muito caros e quem está começando a vida tem que levar isso em consideração. Um abraço agradecido da Olga.¹⁷⁶

Neste trecho extraído do artigo “Qual é a sua dúvida?” da coluna “Caldeirão de Ouro”, também publicada pela revista *A Cigarra*, Silvia Autuori percebe este tipo de dificuldade entre as suas leitoras e constata que a falta de experiência no uso correto da farinha de trigo era o motivo para os bolos solados:

¹⁷¹ *Ibid.*, p. 15.

¹⁷² *Ibid.*, p. 11.

¹⁷³ *Ibid.*, p. 15.

¹⁷⁴ *Ibid.*, p. 24.

¹⁷⁵ *Ibid.*, p. 18.

¹⁷⁶ SANGIRARDI, Helena. Bilhete à Olga. *O Cruzeiro*, Rio de Janeiro, n.7, 2.dez.1950, p. 136.

Dona Nely e muitas senhoras que possuem batedeira elétrica alegam que os bolos batidos na batedeira saem “solados” e por isso não usam esse moderno e eficiente utensílio de cozinha. O que acontece, em geral com respeito aos bolos que não crescem bem, quando batidos em batedeira elétrica, é o seguinte: batem-se os ovos, as claras em neve, etc., tal como manda a receita. Bate-se também a manteiga e o açúcar. Até aí tudo vai bem. No momento de juntar a farinha de trigo e o fermento, os últimos ingredientes a serem adicionados à massa, as senhoras continuam a bater e deixam que a massa fique ainda na batedeira alguns minutos a fim de misturar muito bem a farinha de trigo. É crença geral que um bôlo bem batido deve sair sempre melhor. Realmente isso é verdade, no que se refere à primeira parte dos ingredientes, mas, não quando se trata da farinha de trigo. Justamente, a farinha de trigo, não deve ser batida. Deve ser apenas misturada rapidamente, com movimentos delicados e de preferência com uma colher, a fim que fique bem unida aos outros ingredientes. Bater a farinha de trigo significa dar à massa uma elasticidade que não se deseja num bôlo e que é necessária apenas às massas de pão. A culpa dos bolos “solados” não cabe portanto à batedeira mas ao seu mau emprêgo. Está claro que os motivos do fracasso podem ser outros, mas a maioria dêles pode ser incluída neste que ficou esclarecido. A farinha de trigo deve ser adicionada em último lugar e deve ser apenas misturada e jamais batida.¹⁷⁷

No caso de “Dona Nely”, a batedeira é deixada de lado porque não chega ao resultado esperado. Para outras mulheres e, sobretudo, para as empregadas, que conheciam a execução das receitas, a dificuldade em adaptar-se aos eletrodomésticos podia ser um empecilho para a continuidade de uma rotina já bem estabelecida. Isto ajuda a explicar a convivência por um longo período de utensílios mecânicos ou manuais com os elétricos nas cozinhas .

Todos esses aspectos podem explicar por que a pesquisadora e arquiteta Silvana Rubino, em visita à Casa de Vidro de Lina Bo Bardi em 2010, encontrou intactos os eletrodomésticos que Lina supostamente utilizava e com os quais chegou a posar para as fotografias que ilustraram a publicação *Enciclopédia da Mulher* (1950), identificando-a como dona de casa ideal (2017, p. 71). Apesar de Rubino ter recebido dos funcionários do museu a informação de que os objetos não eram usados na época porque as empregadas não sabiam utilizá-los, é possível supor que elas nem mesmo podiam se aproximar dos equipamentos, mantendo suas atividades com o uso de outros utensílios, supostamente mais apropriados para seus corpos e funções. Se, para Rubino, a Casa de Vidro era, então, um “museu da vida moderna”, onde se expunha e não se praticava o que de fato significava a modernidade, os eletrodomésticos eram certamente peças do acervo da casa-museu

¹⁷⁷ QUAL é a sua dúvida?. *A Cigarra*, São Paulo, n. 10, out.1956, p. 116.

de Lina, situação que pode ter acontecido em inúmeras outras casas de São Paulo que contavam com a mão de obra de empregadas para realizar o trabalho doméstico.

Considerações finais

Em 23 de dezembro de 1967, a atriz Wilza Carla estampou a capa da revista ilustrada *O Cruzeiro* vestida com um chapéu de “mestre cuca”. Na fotografia, ela está imersa em uma grande nuvem de vapor, como se estivesse em frente ao fogão preparando um prato. Ela aproxima uma concha da sua boca enquanto segura, com a outra mão, a ponta da orelha, sugerindo que se tratava de uma boa receita. A intenção d’*O Cruzeiro* com essa imagem era chamar a atenção para um caderno especial que tomava grande parte daquele volume: eram 72 páginas destinadas somente à culinária, compostas por receitas, conselhos e, sobretudo, anúncios dos mais variados produtos para a cozinha, como armários embutidos, revestimentos, utensílios, eletrodomésticos e alimentos processados. Entre elas, destacavam-se as receitas para emagrecimento, revelando a atitude irônica da revista na escolha da atriz para a capa que, alguns anos mais tarde, ficaria conhecida por representar papéis como Dona Redonda, personagem que explode de tanto comer numa cena da novela Saramandaia da Rede Globo.

O caderno começa com o artigo “A cozinha perfeita”, elaborado pelo Centro Nestlé de Economia Doméstica. A fotografia, que ilustra a primeira página, mostra uma mulher branca e magra vestida com um avental acinturado; ela está em frente a um fogão de mesa com panelas de alumínio tão lustradas que chegam a espelhar a luz. Tanto o título como a imagem indicam que se pretende apresentar à leitora uma cozinha-modelo, aspecto que se realiza nas páginas seguintes, onde ela encontra fotografias de um espaço amplo, iluminado, com superfícies contínuas de trabalho e armário embutido, cujas portas estão abertas para demonstrar a organização ideal das prateleiras e gavetas, como se aquela cozinha estivesse em exposição e pronta para ser copiada em outras casas. Os primeiros parágrafos do texto mostram que a cozinha da Nestlé pretende ser o ponto de chegada de uma linha do tempo evolutiva, cujo progresso se dá em termos de tecnologia:

Fazia parte da educação das sinhazinhas do século passado a ignorância total da culinária. Entre as paredes escuras e sombrias da cozinha e as pesadas panelas de ferro, reinavam as escravas que misturavam os ingredientes como quem segue ritos de uma estranha religião. E havia mesmo muito de religião na maneira de preparar um prato obedecendo ao paladar e ao gosto dos santos dos cultos africanos. Ao colocar um tabuleiro com bôlo no forno, a escrava o benzia antes, para que crescesse sem queimar, e para que um mau espírito não se atravessasse no meio, deixando-o duro e solado. Sinházinha sabia pouco dessas artes, e nem devia mesmo saber, porque a cozinha era coisa só para escravas.

As escravas desapareceram e aos poucos a mulher brasileira foi se tornando consciente da importância da cozinha e da alimentação. Chegamos à época de ouro, em que os eletrodomésticos e a racionalização dos equipamentos afugentaram para sempre os ‘maus espíritos’ da cozinha. Graças ao termostato, ‘Exu’ não sopra mais dentro do forno e o bôlo cresce sempre. A batedeira elétrica corrigiu todas as restrições feitas à ‘mão’ da cozinheira, que pode hoje ser delicada e fina. E era assim mesmo que tinha de ser. Numa época em que cada vez mais se torna raro o concurso de empregadas domésticas, a cozinha precisa necessariamente ser a mais racional possível, de forma a liberar a dona de casa, ocupando-lhe um mínimo de tempo e oferecendo-lhe um máximo de rendimento.¹⁷⁸

No texto acima, a experiência prática da cozinheira na lida com o fogão a lenha está associada aos ritos de religiões de matriz africana que concedem a ela um domínio místico sobre o resultado da receita, o de proteger o bolo da interferência do orixá “Exu”. Os eletrodomésticos garantem que, com o pressuposto desaparecimento das cozinheiras, os resultados das receitas possam ser padronizados pelo uso de mecanismo como o “termostato” ou a batedeira. A dona de casa, reconhecida como a única “brasileira”, poderia, então, assumir seu papel na cozinha já que é ela a detentora do conhecimento técnico que, na argumentação, se sobrepõe ao saber empírico. Nesta disputa, a irregularidade do movimento das mãos da cozinheira sugere que os dedos “delicados e finos” da dona de casa são mais aptos para manipular o equipamento.

A publicação deste trecho em 1967 evidencia a longevidade dos discursos que confrontam patroas e empregadas ao usar como referência os tempos da escravidão. O caso desse caderno d’*O Cruzeiro* é exemplar porque revela como em épocas distintas, com padrões alimentares e de consumo diferentes, aspectos enraizados da sociedade perpassam o tempo, por vezes mencionados nas entrelinhas, mascarados, e em outras completamente escancarados, como vemos aqui. Num país que regulamentou o trabalho das empregadas domésticas apenas em 2015¹⁷⁹, as discussões apresentadas por essa pesquisa são muito atuais. Como mostramos, é preciso levar em conta a dimensão material do cotidiano para entendermos por que as mulheres negras ainda são maioria entre as trabalhadoras domésticas e continuam a sofrer abusos morais e físicos nas casas dos seus empregadores. Um dos motivos é, sem dúvida, a construção histórica e por um longo período de tempo de valores associados à “cozinha moderna” completamente eletrificada.

¹⁷⁸ “Cozinha perfeita”. *O Cruzeiro*, n. 65, 23.dez.1967, p. 74.

¹⁷⁹ Lei Complementar nº 150, de 1º de junho de 2015. Ver <www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp150.htm>.

Ao longo de pelo menos meio século, os significados de “cozinha moderna” foram gestados a partir da circulação de artefatos, representações e ideias entre os Estados Unidos e o Brasil. Esse processo integra um projeto de modernização capitalista pautado na industrialização e que teve a participação ativa do Estado. Nele, empresas fabricantes de eletrodomésticos e agências publicitárias tentaram transpor para o cotidiano doméstico paulistano modelos de família, trabalho doméstico e consumo baseados no contexto estadunidense.

No entanto, como afirma Nestor Canclini (2019 [1989]), não é possível a substituição progressiva da dita “tradição” pela “modernidade”. Cria-se uma “cultura híbrida”, pautada na ressignificação de aspectos “modernos” pelo contexto local. As adaptações, aderências e resistências na introdução dos equipamentos elétricos no dia a dia das cozinhas em São Paulo são constituintes dessa “modernidade híbrida” na América Latina, e colocam em evidência a importância do espaço doméstico para entendimento de processos sociais, políticos e econômicos mais amplos. A partir da perspectiva de que os artefatos – os eletrodomésticos, neste caso – são agentes nas relações humanas, a sua materialidade e as representações produzidas a partir dela aprofundaram desigualdades de gênero, raça e classe em São Paulo.

Referências

- ALMEIDA, Silvio Luiz de. **Racismo estrutural**. São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2019.
- AGUIAR, Viviane Soares. **A chave, o caderno e as mulheres: a construção de subjetividades, poderes e resistências nas cozinhas domésticas a partir de “objetos de si” (São Paulo, 1890-1970)**. 2021. Relatório de qualificação (Doutorado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.
- ARRUDA, Márcia Bomfim. **Objetos turbulentos, territórios instáveis: uma história da representação dos aparelhos elétricos no espaço doméstico (1940-60)**. 2010. Dissertação (mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.
- BARROS, Maria Paes de. **No tempo de dantes**. São Paulo: Brasiliense, 1974.
- BARBUY, Heloisa. **A exposição universal de 1889 em Paris: visão e representação na sociedade industrial**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.
- BERCITO, Sônia de Deus Rodrigues. **Corpos-máquinas: trabalhadores na produção industrial de São Paulo (décadas de 1930 e 1940)**. In: PRIORI, Mary Del; AMANTINO, Márcia (orgs.). **História do Corpo no Brasil**. São Paulo: Editora Unesp, p. 371-404, 2004.
- BESSE, Susan. **Modernizando a Desigualdade: Reestruturação da Ideologia de Gênero no Brasil 1914 – 1940**. São Paulo: Edusp, 1999.
- BOSI, Ecléa. **Memória e sociedade: lembrança de velhos**. 3. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- BRITO, Marilza Elizardo. **A vida cotidiana no Brasil nacional: a energia elétrica e a sociedade brasileira, 1930-1970**. Rio de Janeiro: Centro da Memória da Eletricidade no Brasil, 2003.
- _____; REIS, Solange Balbi Oliveira. **A vida cotidiana no Brasil moderno: a energia elétrica e a sociedade brasileira, 1880-1930**. Rio de Janeiro: Centro da Memória da Eletricidade no Brasil, 2001.
- CALDO, Paula. **Recetas, económicas, marcas y publicidades: la educación de las mujeres cocineras de la sociedad de consumo (Argentina, 1920-1945)**. **Arenal**, n. 20, v. 1, jul.2013, p.159-190.

_____. Revistas, consumos, alimentación y saberes femeninos. La propuesta de Damas y Damitas, Argentina, 1939-1944. **Secuencia**; n. 94; jan.2016, p. 210-239.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade**. 4a ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2019 [1989].

CARVALHO, Maria Cristina Wolff de. Bem-morar em São Paulo, 1880-1910: Ramos de Azevedo e os modelos europeus. **Anais do Museu Paulista**, v. 4, p. 165–200, jan./dez. 1996.

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

CORREIA, Telma de Barros. **A construção do habitat moderno no Brasil, 1870-1950**. São Carlos: RiMa Editores/Fapesp, 2004.

_____; ALMEIDA, Caliane Christie Oliveira de. Habitação econômica no Brasil: o IDORT e sua revista (1932-1960). **Risco: Revista de Pesquisa em Arquitetura e Urbanismo**, v. 17, p. 35–49, 2013.

COWAN, Ruth S. The Industrial Revolution in The Home. Household Technology and Social Changes in 20th Century. **Technology and Culture**, v. 17, n. 1, p. 1–23, 1979.

_____. **More work for mother: the ironies of household; technology from the open hearth to the microwave**. New York: Basic Books, 1989.

DE LUCA, Tânia R. **A Revista do Brasil: um diagnóstico para a (N)ação**. São Paulo: Editora UNESP, 1998.

DURÁN, María Astrid Ríos. Modernizándonos en casa. Productos modernos para el hogar y tecnificación del trabajo doméstico en Bogotá, 19470-1959. **Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura**, v. 47, n. 1, p. 169–199, 2020.

FRENCH-FULLER, Katharine. Gendered invisibility, respectable cleanliness: The impact of the washing machine on daily living in post-1950 (Santiago, Chile). **Journal of Women's History**, v. 18, n. 4, p. 79–100, 2006.

FONSECA, Renan Reis. **O transnacional e o local nas revistas Reader's Digest e Seleções: relações de gênero nos Estados Unidos e no Brasil (1939-1971)**. 2018. Dissertação (mestrado)

- Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

GENARO, Thiago de Mello. **Práticas publicitárias: linguagem, circuito e memória na produção de anúncios impressos no Brasil (1951-1965)**. 2012. Dissertação (mestrado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2012.

GIEDION, Sigfried. **La mecanización toma el mando**. Barcelona: G. Gili, 1978.

GLIK, Sol. A promessa do American Way of Life para América Latina: domesticidade, tecnologia e consumo (1940-1945). In: PÉREZ, Inés; SANTOS, Marinês Ribeiro dos. **Gênero e consumo no espaço doméstico: Representações na mídia durante o século XX na Argentina e no Brasil**. Curitiba: Ed. UFPR, p. 127–156, 2017.

GOMES, Maria Eugenia Ferreira. **Cozinhas, artefatos e mulheres – São Paulo (1880-1970)**. 2022. Dissertação (mestrado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2022.

GRAHAM, Laurel D. Domesticating efficiency: Lillian Gilbreth's scientific management of homemakers, 1924-1930. **Signs: Journal of Women in Culture and Society**, v. 24, n. 3, p. 633–675, 1999.

GRAHAM, Sandra L. **Proteção e Obediência: Criadas e seus Patrões no Rio de Janeiro. 1860-1910**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

HAND, Martin; SHOVE, Elizabeth, Orchestrating Concepts: Kitchen Dynamics and Regime Change in Good Housekeeping and Ideal Home, 1922–2002. **Home Cultures**, v. 1, n. 3, p. 235–256, 2004.

HIARADIA, Clóvis. **Dicionário de palavras brasileiras de origem indígena**. 1a. ed. São Paulo: Limiar, 2008.

HOMEM, Maria Cecília Naclério. Mudanças Espaciais na Casa Republicana. A Higiene Pública e Outras Novidades. Pós. Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP, n. 3, p. 5 – 18, 1993.

_____. Princípio da racionalidade e a gênese da cozinha moderna. **Pós. Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP**, n. 13, p. 124–154, 2003.

_____. **O palacete paulistano e as formas de morar da elite paulistana**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

_____. **Cozinha e indústria em São Paulo: do rural ao urbano**. São Paulo: Edusp, 2015.

HOUAISS, A. et al. (eds.). **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. 1a ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

INGRAM, Jack; SHOVE, Elizabeth; WATSON, Matthew. Products and practices: Selected concepts from science and technology studies and from social theories of consumption and practice. **Design Issues**, v. 23, n. 2, p. 3-16, 2007.

KATZMAN, David M. **Seven Days a Week: Women and Domestic Service in Industrializing America**. New York: Oxford University Press, 1978.

KOBAYASHI, Elizabete Mayumy. A saúde via consumo: a representação idealizada das donas de casa, mães e esposas nos manuais de economia doméstica e nos anúncios das revistas O Cruzeiro e Manchete, 1940-1960. **História, Ciências, Saúde – Manguinhos**, Rio de Janeiro, v.25, n.3, p.743-761, jul.-set. 2018.

KOPYTOFF, Igor. A biografia cultural das coisas: a mercantilização como um processo. In: APPADURAI, Arjun. **A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niterói: Ed. UFF, p. 89-121, 2008.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social: Uma Introdução à Teoria do Ator-Rede**. Bauru. São Paulo/Bahia: EDUSC/EDUFBA, 2012.

LEAVITT, Sarah. **From Catharine Beecher to Martha Stewart. A cultural history of domestic advise**. Chapel Hill; London: The University of North Carolina Press, 2002.

LEMOS, Carlos. **Cozinhas, Etc. Um Estudo Sobre As Zonas De Serviço Da Casa Paulista**. São Paulo: Perspectiva, 1978.

LEOPOLDI, Maria Antonieta P. A economia política do primeiro governo Vargas (1930-1945): a política econômica em tempos de turbulência. In: FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucila A. N.

(orgs.). **O Brasil Republicano: O tempo do nacional-estatismo: do início da década de 1930 ao apogeu do Estado Novo: Segunda República (1930-1945)**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, n.p., 2019.

LERMAN, Nina E.; MOHUN, Arwen P.; OLDENZIEL, Ruth. Versatile Tools: Gender Analysis and the History of Technology. **Technology and Culture**, n.38, v. 5, , p. 1-8, jan.1997

LIMA, Lúcia Helena Soares de. **Um estudo sobre o desenvolvimento instrumental da cozinha paulista na primeira metade do século XX**. 2016. Dissertação (mestrado) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016.

LIMA, Tania Andrade. Chá e simpatia: uma estratégia de gênero no Rio de Janeiro oitocentista. **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material**, v. 5, n. 1, p. 93–129, 1997.

LIMA, Ana Larua Godinha. Maternidade higiênica: natureza e ciência nos manuais de puericultura publicados no Brasil. **História: Questões & Debates**, n. 47, p. 95–122, 2007.

LOURO, Guacira L.; MEYER, Dagmar. A escolarização do doméstico. A construção de uma Escola Técnica Feminina (1946-1970). **Cadernos de Pesquisa**. São Paulo, nov. 1993, n. 87, p. 45-57.

MARQUES, Deborah Caramel. **Mobiliário doméstico e as apropriações do moderno: a divulgação dos interiores residenciais nos periódicos especializados e ilustrados (1930-1950)**. 2018. Dissertação (mestrado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

MARTINS, Ana Luiza. A produção de uma nova mulher: Revistas Femininas. In: _____. **Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República, São Paulo, 1890-1922**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, n.p., 2008.

MATOS, Maria Izilda Santos de. Porta adentro: Criados de servir em São Paulo de 1890 a 1930. In: BRUSCHINI, Cristina; SORJ, Bila. **Novos Olhares: Mulheres e Relações de Gênero no Brasil**. São Paulo: Marco Zero/Fundação Carlos Chagas, p. 193-212, 1994.

MAUAD, Ana Maria. A América é aqui: um estudo sobre a influência cultural norte-americana no cotidiano brasileiro (1930-1960). In: TORRES, Sônia. **Raízes e Rumos. Perspectivas interdisciplinares em estudos americanos**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2001.

SAINT-HILAIRE, Auguste de. **Voyage dans les provinces de Saint-Paul e de Saint-Cathérine**. 1 tome. Paris: Arthur Bertrand, 1851.

SILVA, Joana Mello de Carvalho e. Gênero e consumo no espaço doméstico em perspectiva transnacional. **Cadernos Pagu**, n. 56, p. 1-9, 2019.

MENESES, Ulpiano T. B. O objeto material como documento. Aula ministrada no curso Patrimônio cultural: políticas públicas e perspectivas, Condephaat, 1980.

_____. O fogão da Societé Anonyme Du Gaz Sugestões para uma leitura histórica de imagem publicitária. **Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História**, v. 21, p. 105–119, 2000.

MONTEIRO, Érica Gomes Daniel. A guerra como slogan: visualizando o Advertising Project na propaganda comercial da revista Seleções do Reader's Digest (1942-1945). **Tempos Históricos**, n. 14, p. 154–173, 2010.

MONTELEONE, Joana. **Sabores urbanos: alimentação, sociabilidade e consumo (São Paulo, 1828-1910)**. 2008. Dissertação (mestrado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

MOREIRA, Eduardo F.P.; RAGO, Luzia M. **O que é taylorismo**. 9 ed. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1996.

NYE, David E. **Image worlds: corporate identities at General Electric, 1890-1930**. Cambridge: MIT Press, 1985.

OLDENZIEL, Ruth; ZACHMANN, Karin. (Orgs.). **Cold war kitchen: Americanization, technology, and European users**. Cambridge, Mass.: MIT Press, 2009.

OLIVEIRA, Debora Santos de Souza. **A transmissão do conhecimento culinário no Brasil urbano do século XX**. 2010. Dissertação (mestrado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

OLIVEIRA, Lucia Lippi. Sinais de modernidade na Era Vargas: vida literária, cinema e rádio. In: FERREIRA, Jorge; DELGADO, Lucila A. N. (orgs.). **O Brasil Republicano: O tempo do**

nacional-estatismo: do início da década de 1930 ao apogeu do Estado Novo: Segunda República (1930-1945). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, n.p., 2019.

PADILHA, Ana Caroline de Bassi. **Alinhavando memórias: domesticidades e pedagogias de gênero no curso de corte e costura da Escola Técnica de Curitiba (anos 1940 a 1960).** 2019. Tese (doutorado) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Paraná, 2019.

PAULILLO, Clarissa de Almeida. **Corpo, casa e cidade: três escalas da higiene na consolidação do banheiro nas moradias paulistanas (1893-1929).** 2017. Dissertação (mestrado) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

PÉREZ, Inés. Confort para el pueblo y liberación para el ama de casa: género, consumo y heladeras en Argentina (1930-1960). In: _____; SANTOS, Marinês Ribeiro dos. **Gênero e consumo no espaço doméstico: Representações na mídia durante o século XX na Argentina e no Brasil.** Curitiba: Ed. UFPR, p. 157–180, 2017.

_____; SANTOS, Marinês Ribeiro dos. **Gênero e consumo no espaço doméstico: representações na mídia durante o século XX na Argentina e no Brasil.** Curitiba: Editora UFPR, 2017.

_____. **El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana: 1940-1970.** Buenos Aires: Biblos, 2012.

DE FARIAS, Cláudio L. **Eletrodomésticos. Origens, História e Design no Brasil.** Rio de Janeiro: Fraiha, 2006.

PLANTE, Ellen M. **The American Kitchen. 1700 to the Present. From Hearth to Highrise.** New York: Facts of File, 1995.

PINSKY, Carla B. Mulheres dos Anos Dourados. In: PRIORI, Mary Del (org.). **História das Mulheres no Brasil.** 7 ed. São Paulo: Contexto, n.p., 2004.

_____. **Mulheres dos Anos Dourados.** São Paulo: Contexto, 2014.

RAGO, Margareth. Trabalho feminino e sexualidade. In: PRIORI, Mary Del (org.). **História das Mulheres no Brasil.** 7 ed. São Paulo: Contexto, n.p., 2004.

_____. **Do cabaré ao lar: a utopia da cidade disciplinar: Brasil, 1890-1930**. 4 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2014.

RIBEIRO, Cilene da Silva Gomes. A alimentação dos trabalhadores no Brasil: dos decretos-lei n.1.1238/1939 e n.2.478/1940 à criação do programa de alimentação do trabalhador. In: ALGRANTI, Leila M.; MACÊDO, Sidiana da Consolação F. de (Orgs.). **História e Alimentação: Brasil séculos XVI-XXI**. Belém, PA: Paka-Tatu, p. 677-697, 2020.

RODRIGUES, Jaime. **Alimentação, vida material e privacidade. Uma história social de trabalhadores em São Paulo nas décadas de 1920 a 1960**. São Paulo: Alameda, 2011.

RONCADOR, Sônia. Histórias paranóicas, criados perversos no imaginário brasileiro da Belle Époque tropical. **Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea**, n. 29, p.127-140, 2011.

RUBINO, Silvana. **Lugar de mulher: Arquitetura e design modernos, gênero e domesticidade**. 2017. Livre-docência - Instituto da Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2017.

RUTHERFORD, Janice Williams. A foot in each sphere: Christine Frederick and early twentieth-century advertising. **Historian**, v. 63, n. 1, p. 67–86, 2000.

SANTOS, Rafael José dos. **Das fronteiras do império. A publicidade norte-americana no Brasil nos anos 1920**. Caxias do Sul: EDUSC, 2010.

SANTOS, Raissa Monteiro dos. **O corpo nos anúncios do Mappin (1931-1945)**. 2017. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

SANTOS, Simoni Andreani dos. **Senhoras e criadas no espaço doméstico, São Paulo (1875-1928)**. 2015. Dissertação (mestrado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **O espetáculo das raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil – 1870-1930**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

SILVA, João Luiz Maximo da. Transformações no espaço doméstico: o fogão a gás e a cozinha paulistana, 1870-1930. **Anais do Museu Paulista**, v. 15, n. 2, p. 197–220, 2007.

_____. **Cozinha modelo: o impacto do gás e da eletricidade na casa paulistana (1870-1930)**. São Paulo: Edusp/Fapesp, 2008.

SILVA, Elizabeth Bortolaia. Empregadas domésticas, máquinas e moral nos lares brasileiros. **Revista Tecnologia e Sociedade**, v. 6, n. 10, n.p., 2010.

_____. Fazendo gênero na cozinha: tecnologias e práticas. **Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo**, n. 7, p. 29–53, 1998.

_____. Tecnologia e vida doméstica nos lares. **Cadernos Pagu**, n. 10, p. 21–52, 2012.

SILVA, Roger Cavalheiro. **Criar necessidades: a formação do mercado publicitário paulistano; o caso da agência A Eclectica, 1914-1940**. 2019. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2019.

SIMÕES, Renata da Silva. **Dona Benta – Comer Bem: uma fonte para a história da alimentação (1940-2003)**. 2008. Dissertação (mestrado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2008.

SOIHET, Raquel. Mulheres pobres e violência no Brasil Urbano. In: PRIORI, Mary Del (org.). **História das Mulheres no Brasil**. 7 ed. São Paulo: Contexto, n.p., 2004.

SOUZA, Flávia Fernandes de. **Criados, escravos e empregados: o serviço doméstico e seus trabalhadores na construção da modernidade brasileira (cidade do Rio de Janeiro, 1850-1920)**. 2017. Tese (doutorado) - Instituto de Ciências Humanas e Filosofia da Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2017.

SPARKE, Penny. **The Modern Interior**. London: Reaktion Books, 2008.

TELLES, Lorena Féres da Silva. **Libertas entre sobrados: Contratos de trabalho doméstico em São Paulo na derrocada da escravidão**. 2011. Dissertação (mestrado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

TEIXEIRA, Juliana Cristina. **Trabalho doméstico**. São Paulo: Jandaíra, 2021.

TOTA, Antônio Pedro. **O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

TRUNINGER, Mónica. The Historical Development of Industrial and Domestic Food

Technologies. In: MUSCOT, Anne; BELASCO, Warren; JACKSON, Peter (Orgs.). **The Handbook of Food Research**. Londres: Bloomsbury, p. 82–108, 2013.

WOODARD, James P. Marketing Modernity: The J. Walter Thompson Company and North American Advertising in Brazil, 1929–1939. **Hispanic American Historical Review**, v. 82, n.2, p. 259-263, 2002.

Fontes

Anúncios (coleção)

Mappin Stores, 1913-1940.

Catálogos

Mappin Stores, 1925, 1927 a 1930 e 1932. Acervo do Museu Paulista da Universidade de São Paulo.

Censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

CENSO Demográfico de 1960, São Paulo, Série Regional, v. 1, tomo XIII. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/68/cd_1960_v1_t13_sp.pdf

Fotografias

“Presidente Getúlio Vargas do Brasil falando de Petrópolis, Brasil, por meio de um telefone transoceânico com a Sra. Vargas em Schenectady, N.Y.”, 27.abr.1936. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

“Convidados brasileiros com os anfitriões da General Electric Internacional no estúdio da estação de transmissão de ondas curtas W2XAF da GE em Schenectady, N.Y.”, 27.abr.1936. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

“Eletrodomésticos na vitrine da loja da General Electric S.A., Avenida Rio Branco, n.114, Rio de Janeiro, Brasil”, 14.mai.1935. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

“Eletrodomésticos em showroom na loja da General Electric S.A., Rio de Janeiro, Brasil”, 14.mai.1935. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Vitrine de ventiladores na loja da General Electric em São Paulo, 3.mar.1932. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Eletrodomésticos em exposição na loja da General Electric em São Paulo, 3.mar.1932. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Fotografia publicitária de ventilador da General Electric, [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Fotografia publicitária de lâmpada elétrica da General Electric. [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Fotografia publicitária de lâmpada elétrica da General Electric. [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Fotografia publicitária de lâmpada elétrica da General Electric. [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Fotografia publicitária de torradeira e bule elétrico da General Electric. [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Fotografia publicitária de ferro de passar roupa elétrico da General Electric. [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Fotografia publicitária de fogão elétrico da General Electric. [1910-1919]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Fotografia publicitária de lâmpada elétrica da General Electric. [1910-1929]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Demonstração na Exposição “Century of Progress” realizada em Chicago (Illinois), 25.jun.1934. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

“Cozinha elétrica moderna em 1911”, 21.mai.1937. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

“Demonstração de Casa Elétrica, Binghamton, N.Y. Março, 1909”. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Cozinha em “Casa Elétrica” promovida pela empresa Elmira Water, Light and Railroad Co., em Elmira, Nova York. s.d. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

“Mostruário itinerante organizado por Salem Electric Lighting Co. (Massachusetts) para a celebração do tercentenário da empresa que aconteceu entre 4 e 10 de julho de 1926”. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

“Módulo de cozinha da GE. Instalação de canto. Visão da mesa de preparo em uso”, 07.ago.1936. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

“Refrigerador elétrico da GE, modelo 8-9, prestes a ser aberto com a trava da porta na ponta dos dedos. Na Divisão Especial de Aparelhos em Nela Park, Cleveland, Ohio”, 10.jan.1939. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

“Bandeja de geladeira ‘rápida’ prester a remover de cubos de gelo sem derreter”, 23.nov.1938. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Manuais domésticos e livros de receita

[Dona Leopoldina]. *Manual da dona de casa: Sugestões úteis e práticas*. São Paulo: Companhia Brasil Editora, 1956

[O] LAR e saúde da família: *Manual domestico*. 5.^a ed. São Paulo, Sociedade Promotora da Saúde no Brasil: Estação de São Bernardo, [1922].

A saúde depende da cozinha. 5. ed. São Paulo: Editora Missionária, [19-].

ALMEIDA, Júlia Lopes de. *Livro das Noivas*. 2^a edição. Rio de Janeiro/São Paulo/ Minas: Francisco Alves & Cia., 1905.

_____. *Livro das Donas e Donzellas*. Desenhos de Jeanne Mahieu. Rio de Janeiro/ São Paulo/ Belo Horizonte: Francisco Alves & C.a., 1906.

BALTAR, Caroline Spinola. *Livro de cozinha: Manual das donas de casa*. Recife: Livraria Colombo, 1956.

BROCKMANN, Wanda. *O livro da quituteira*. Porto Alegre: Livraria do Globo, s.d.

CLESER, Vera. *O lar doméstico: conselhos para boa direcção de uma casa*. Rio de Janeiro; São Paulo: Laemmert & C., 1902 [1898].

COSTA, Roberto S. *Manual da dona de casa*. São Paulo: Edições Para Todos, 1951.

LONG, Eula Lee Kennedy. *O companheiro do lar*. São Paulo: Imprensa Methodista, 1924.

MORAES, Teka Lobo de. *Quitutes da Tia Nastácia: Receitas práticas e econômicas experimentadas*. São Paulo: Editora Universitária, s.d.

REZENDE, Cezarina de. *Manual da boa empregada: Noções elementares de serviços domésticos*. Rio de Janeiro: Irmãos Giorgio & Cia, 1954.

SANGIRARDI, Helena. *A alegria de cozinhar*. São Paulo: Livraria Martins Editora, 1949.

SILVA, Eduardo T. *A sciencia do lar domestico*. São Paulo: C. Teixeira & C. Editores, 1924.

SOUZA, Bento Jordão. *Manual da dona-de-casa: industria de domicilio, receitas e processos caseiros, arte culinaria, etc.* São Paulo: Hennies, 1916.

Manuais de instrução publicados no Brasil

Manual de instrução de liquidificador da fabricante Arno [195-]. Coleção particular.

Manual de instrução de liquidificador da fabricante Arno [1954]. Coleção particular.

Manual de instrução de liquidificador da fabricante Arno [196-]. Coleção particular.

Manual de instrução de refrigerador da fabricante Frigidaire (General Motors), [1950-1960]. Coleção particular.

Manual de instrução de refrigerador da fabricante Frigidaire (General Motors), [1950-1960]. Coleção particular.

Manual de instrução de refrigerador da fabricante Frigidaire (General Motors), [1950-1960]. Coleção particular.

Manual de instrução de congelador da fabricante Philco, s.d. Coleção particular.

Manual de instrução de liquidificador da fabricante Walita, 1952. Coleção particular.

Manual de instrução de liquidificador da fabricante Walita, 1954. Coleção particular.

Manual de instrução de liquidificador da fabricante Walita, 1955. Coleção particular.

Manual de instrução de liquidificador da fabricante Walita, 1955-1956. Coleção particular.

Manual de instrução de liquidificador da fabricante Walita, 1955-1956. Coleção particular.

Manual de instrução de liquidificador da fabricante Walita, 1955-1956. Coleção particular.

Manual de instrução de liquidificador da fabricante Walita, 1959. Coleção particular.

Manual de instrução de liquidificador da fabricante Walita, 1959. Coleção particular.

Manual de instrução de batedeira da fabricante Walita, 1954. Coleção particular.

Manuais de instruções publicados nos EUA

Manual de instruções de refrigerador da General Electric, Estados Unidos, 1937. Acervo da David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library (Duke University, Durham, NC, EUA).

Manual de instruções de refrigerador General Electric, “The Silent Hostess”, publicado nos Estados Unidos, 1932. Acervo da David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library (Duke University, Durham, NC, EUA).

Manual de instruções de refrigerador General Electric publicado nos Estado Unidos. s.d. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Objetos

Processador de alimentos, A & J, Estados Unidos, s.d. Metal; Peneira, Metalúrgica Faulhaber, Brasil, s.d. Metal e Baquelite. Acervo Museu Paulista-USP, São Paulo. Reprodução: Helio Nobre/José Rosael.

Processador de alimentos, A & J, Estados Unidos, s.d. Metal; Peneira, Metalúrgica Faulhaber, Brasil, s.d. Metal e Baquelite. Acervo Museu Paulista-USP, São Paulo. Reprodução: Helio Nobre/José Rosael.

Liquidificador Perfeição Absoluta da Walita, [1959]. Antimônio e vidro. Acervo do Museu Paulista da Universidade de São Paulo, São Paulo. Reprodução: Helio Nobre/José Rosael.

Batedeira Walita, 1954. Antimônio, baquelite e opalina. Acervo do Museu Paulista da Universidade de São Paulo, São Paulo. Reprodução: Helio Nobre/José Rosael.

Periódicos

A Cigarra, 1908-1960. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

Anuário das Senhoras, 1934- 1936; 1945-1948; 1950-1952; 1954-1958. Coleção particular.

A Vida Moderna, 1915-1924. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

O Cruzeiro, 1928-1960. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

Revista Feminina, 1907-1926. Acervo digital do Arquivo Público do Estado de São Paulo.

Revista do Instituto de Organização Racional do Trabalho (IDORT), 1932-1936 e 1957. Acervo da Biblioteca Municipal Mário de Andrade.

Vida doméstica, 1920-1960. Acervo da Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

Prospectos de divulgação/manuais de instrução

A New Servant in the Home”, General Electric Company, Estados Unidos, [1910-1929]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

UNA Nueva Servienta para el Hogar”, General Electric International Company, Estados Unidos, 7.mai.1921. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

THE Home of Hundreds of Comforts, General Electric Company, [192-]. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

YOUR Next Kitchen by Hotpoint, General Electric Company, 1944. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

Publicações

ELECTRIC Cookery Salesmanship. Estados Unidos: La Salle Extension University; General Electric Company, 1932. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

HOME Electric Architectural Competition. Estados Unidos: General Electric Company, 1934. Acervo do Museum of Innovation and Science (Schenectady, NY, EUA).

MANUAL do Vendedor de Refrigerador General Electric. São Paulo: General Electric Company, 1933. Acervo da Fundação Energia e Saneamento de São Paulo.