Universidade de Brasília

Isabel Landim Teixeirense Pinheiro

A REVISTA *TRICÔ E CROCHÊ* COMO SUPORTE PARA DISCUSSÃO DE GÊNERO E ARTES MANUAIS NO CAMPO DO DESIGN

Trabalho de Conclusão de Curso

Universidade de Brasília

Isabel Landim Teixeirense Pinheiro

A REVISTA *TRICÔ E CROCHÊ* COMO SUPORTE PARA DISCUSSÃO DE GÊNERO E ARTES MANUAIS NO CAMPO DO DESIGN

Trabalho de conclusão de curso apresentado junto ao curso de graduação em Design da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos necessários à obtenção da diplomação em Design no período de 2025/2.

Orientador: Prof. Rogério José Camara

SUMÁRIO

1. Introdução.....7
1.1. Contexto..... 10
1.1.1. Problema de Pesquisa.....14
1.2. Objetivos..... 15
1.2.1. Objetivo Geral.....15
1.2.2. Objetivos Específicos.....15
1.3. Justificativa.....16
1.4. Métodos.....24
2. Design e Gênero.....26
2.1. A história do design sob uma perspectiva de gênero..... 26
2.2. Artes manuais e Design.....29
2.3. Design feminino?..... 34
3. Tricô e Crochê.....38
3.1. A revista..... 38
3.1.1. Análise do periódico.....43
3.2. A propaganda..... 59
3.3. De quem para quem? (ou onde estão as mulheres nos produtos que consomem?).....67
4. Considerações Finais.....77
5. BIBLIOGRAFIA.....80
6. APÊNDICE.....83

LISTA DE FIGURAS

Tabela 1 - Estereótipos de gênero no campo do design.....12
Tabela 2: Lista de referências bibliográficas das disciplinas obrigatórias do curso de Design – Programação Visual da Universidade de Brasília.....16
Figura 1: Excerto do expediente das revistas Tricô e Crochê números 28, 32 e 35.....20
Figura 2: Excerto do expediente da revista Tricô e Crochê número 43.....20
Figura 3: Excerto do expediente da revista Tricô e Crochê número 31.....22
Tabela 3 - Estereótipos de gênero no campo do design.....36
Figura 4: Spread da revista Tricô e Crochê número 43.....39
Figura 5: Capa da revista Tricô e Crochê número 30.....41
Figura 6: Capa da revista Tricô e Crochê número 31.....42
Figura 7: Capa da revista Tricô e Crochê número 32.....42
Figura 8: Excerto revista Tricô e Crochê número 28.....44
Figura 9: Excerto revista Tricô e Crochê número 25.....45
Figura 10: Excerto revista Tricô e Crochê número 25.....45
Figura 11: Excerto revista Tricô e Crochê número 28.....46
Figura 12: Excerto revista Tricô e Crochê número 43.....46
Figura 13: Excerto revista Tricô e Crochê número 39.....47
Figura 14: Excerto revista Tricô e Crochê número 36.....47
Figura 15: Excerto revista Tricô e Crochê número 39.....48
Figura 16: Excerto revista Tricô e Crochê número 43.....48
Figura 17: Excerto revista Tricô e Crochê número 25.....49
Figura 18: Spread da revista Tricô e Crochê número 33.....50
Figura 19: Excerto revista Tricô e Crochê número 35.....51
Figura 20: Spread da revista Tricô e Crochê número 39.....51
Figura 21: Excerto revista Tricô e Crochê número 25.....53
Figura 22: Excerto revista Tricô e Crochê número 39.....54
Figura 23: Excerto revista Tricô e Crochê número 36.....54
Figura 24: Excerto revista Tricô e Crochê número 25.....55
Figura 25: Excerto revista Tricô e Crochê número 30.....56
Figura 26: Excerto revista Tricô e Crochê número 6.....57
Figura 27: Excerto revista Tricô e Crochê número 36.....58
Figura 28: Excerto revista Tricô e Crochê número 42.....58
Figura 29: Contracapa da revista Tricô e Crochê número 6.....61
Figura 30: Excerto revista Tricô e Crochê número 25.....62
Figura 31: Excerto revista Tricô e Crochê número 33.....62
Figura 33: Excerto revista Tricô e Crochê número 33.....63
Figura 35: Excerto revista Tricô e Crochê número 25.....64
Figura 36: Expediente da revista Tricô e Crochê número 6.....69
Figura 37: Expedientes das revistas Tricô e Crochê número 25 e 26.....70
Figura 38: Expedientes das revistas Tricô e Crochê número 30 e 31.....71
Figura 39: Expedientes das revistas Tricô e Crochê número 32 e 33.....72
Figura 40: Expedientes das revistas Tricô e Crochê número 35 e 36.....73
Figura 41: Expedientes das revistas Tricô e Crochê número 41 e 42.....74
Figura 42: Expediente da revista Tricô e Crochê número 43.....74

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a Deusa, Ivone, Naice e Sofia: as mulheres que me formaram como mulher, me inspiram e me ensinam, cada uma à sua maneira, o real significado do **ser** mulher.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao professor Rogério Camara, orientador do presente trabalho, pela paciência, confiança e o otimismo pelo meu projeto. Mesmo em águas turbulentas, se fez presente e atencioso, fazendo reacender em mim a chama da curiosidade. Sem a sua orientação e apoio esta entrega não teria sido possível.

Agradeço à banca, professoras Marisa Cobbe Maass e Nayara Moreno de Siqueira. Foi crucial para mim que a banca fosse composta por mulheres, e fico muito realizada de apresentar o presente trabalho a mulheres que, antes de tudo, admiro. Que as mulheres da academia falem sobre as mulheres na academia!

A palavra agradecimento para Rúben Ventura é eufemismo. Ao meu noivo, companheiro de curso e de vida, agradeço as palavras de apoio, o ombro acolhedor, os abraços apertados e a confiança em mim quando nem eu mesma tive. Sem ele, o projeto não teria sido concluído. Celebro aqui o amor que faz crescer e brotar, que gera frutos e comemora cada vitória como se fosse a sua. Obrigada.

Aos meus pais, Naice Landim e Paulo Cezar, agradeço por terem feito de mim uma menina curiosa, que questiona e entende o valor da sala de aula. Agradeço por terem investido tudo e mais um pouco em uma educação de qualidade, e por terem me possibilitado me dedicar integralmente a essa educação. Cada conquista minha é por consequência de vocês.

Aos meus irmãos Victor e Sofia, minhas maiores inspirações de vida. Sigo os seus passos timidamente, almejando me equiparar em inteligência, sabedoria e caráter um dia. Vejo a sua determinação, foco e resiliência todos os dias, e não minto quando digo que quero ser que nem vocês quando eu crescer.

Aos meus queridos amigos que, mesmo sem saber, me deram forças para continuar. Foram risada, alegria e um respiro leve em momentos difíceis. Estendo aqui um agradecimento especial a Maria Luisa Ventura e Victória Capistrano, que cada dia mais me mostram a importância de ser mulher em comunidade. Elas me mostram que ser mulher nunca é individual, que ser mulher se faz em grupo, um grupo de afeto e cumplicidade. Viva nós.

RESUMO

Este trabalho parte de uma pergunta simples: o que a revista *Tricô e Crochê* pode revelar sobre a relação entre design, gênero e artes manuais no Brasil? Produzida entre as décadas de 1940 e 1950, a revista carrega um conjunto de discursos que, de tão naturalizados, acabaram moldando a forma como entendemos o que é "feminino", o que é "trabalho manual" e, principalmente, o que o campo do design escolheu considerar como parte da sua própria história.

Ao revisitar autores como Buckley, Attfield, Callen, Cardoso e Cresto & França, fica evidente como as práticas femininas – costurar, tricotar, bordar, modelar, inventar soluções para a casa – foram sistematicamente empurradas para fora da definição oficial de design. E é justamente aí que a revista entra como peça-chave: ela materializa, página por página, os limites simbólicos impostos às mulheres, tanto no conteúdo quanto na estética, nos ornamentos, na linguagem e até nas escolhas de tipografia.

A pesquisa empírica, feita a partir de 13 exemplares físicos, permitiu observar como a revista organizava seus conteúdos e a quem ela se dirigia. O visual carregadamente decorativo, o vocabulário da "elegância", a presença marcante da publicidade e a ausência quase total de autoria feminina nas partes consideradas "criativas" mostram como o periódico ajudou a reforçar um ideal de feminilidade ligado ao lar, à delicadeza e ao consumo – e como isso, por sua vez, dialoga com a marginalização histórica das mulheres no design.

Por fim, o próprio fato de *Tricô e Crochê* praticamente não existir nos acervos públicos e privados hoje levanta outra camada da discussão: o que se preserva? O que some? E por que a produção voltada ao universo doméstico, mesmo quando massiva, não é tratada como patrimônio? Assim, discutir a revista é também repensar a forma como contamos (e esquecemos) a história do design no Brasil, abrindo espaço para narrativas que ficaram à margem simplesmente por terem sido feitas por mulheres.

Palavras-chave: design; gênero; artes manuais; historiografia; revistas femininas.

1. Introdução

Ao longo da história do design, algumas narrativas se tornaram mais cristalizadas do que outras. Muito se fala sobre escolas, movimentos, grandes nomes, marcos tecnológicos e transformações industriais, mas pouco se discute sobre os silenciamentos que tornaram possível esse recorte tão preciso – e, ao mesmo tempo, tão limitado. Como apontam Cardoso (2005; 2008) e diversas autoras da crítica feminista do design, toda narrativa histórica implica uma operação de escolha: decidir o que compõe a memória de uma disciplina e, consequentemente, o que é deixado de fora. O design, especialmente em sua consolidação enquanto campo moderno no século XX, construiu-se a partir de parâmetros que privilegiaram determinadas práticas – industriais, racionais, autorais – em detrimento de outras – domésticas, artesanais, coletivas – que, não por acaso, eram majoritariamente realizadas por mulheres.

Este trabalho parte justamente dessa constatação. O que se conhece como "história do design" está, ainda hoje, profundamente marcado por um apagamento estrutural das mulheres e de suas contribuições. Não apenas daquelas que conseguiram ocupar espaços profissionais institucionalizados, mas, sobretudo, daquelas que, durante séculos, construíram soluções materiais, objetos, técnicas e repertórios que moldaram a cultura visual do cotidiano, mas que nunca foram reconhecidas como designers. Bordados, tricôs, crochês, modelagens domésticas, ilustrações, costuras, padronagens e inúmeros outros fazeres foram sistematicamente classificados como "artesanato" ou "artes manuais", categorias que historicamente carregam a marca da desvalorização social e, portanto, da desvalorização acadêmica.

Quando se considera esse cenário, questionar como e por que certos objetos e práticas foram excluídos do escopo do design deixa de ser um mero exercício historiográfico e passa a ser um ponto de partida para reavaliar a própria constituição do campo. É nesse contexto que surge a presente pesquisa, que tem como objeto empírico a revista *Tricô e Crochê,* publicada entre as décadas de 1940 e 1950. Mais do que um simples periódico de trabalhos manuais, a revista se apresenta como um artefato cultural capaz de revelar, de maneira concreta, como discursos de gênero, domesticidade, consumo e profissionalização se articulavam no Brasil do pós-guerra.

Do ponto de vista metodológico, este é um trabalho teórico: parte de uma revisão crítica sobre gênero, design e artes manuais, mas também se dedica a uma análise material e quantitativa dos exemplares da revista que puderam ser adquiridos fisicamente. Ao observar as capas, as escolhas tipográficas, o uso de ilustrações, o teor das propagandas, as seções editoriais e o modo como o trabalho manual é apresentado às leitoras, torna-se possível compreender não apenas como a revista funcionava como um instrumento de comunicação, mas também como ela participava da manutenção – ou da contestação – de certos ideais de feminilidade.

O problema de pesquisa que orienta este estudo pode ser sintetizado da seguinte forma: de que maneira a revista Tricô e Crochê contribuiu para a construção e reprodução de discursos de gênero associados às práticas manuais femininas no Brasil, e como esse processo se relaciona com a marginalização histórica dessas práticas dentro do campo do design? A partir dessa pergunta, a pesquisa propõe-se a investigar como o periódico articulava uma visão específica de mulher, de lar, de trabalho doméstico e de modernidade, muitas vezes reforçando papéis sociais que, embora parecessem naturais para a época, revelam-se profundamente ideológicos quando analisados criticamente.

A escolha da revista como objeto de estudo se justifica não apenas por seu valor histórico, mas também por seu apagamento quase completo das narrativas sobre o design brasileiro. Apesar de ter tido tiragens significativas e de ter circulado por cerca de uma década, há pouquíssimos registros acadêmicos sobre sua existência – lacuna que fica ainda mais evidente quando se observa a ausência quase total de referências à revista fora dos estudos de Gabriela Penna (2010), cuja abordagem, embora importante, não se aprofunda no potencial analítico do periódico como objeto de design. E é justamente nessa ausência que este trabalho se insere: não apenas recuperando a revista enquanto artefato, mas propondo uma leitura que a recoloca dentro do campo do design, ainda que tensionando as fronteiras que historicamente excluíram produções semelhantes.

A relevância desta pesquisa reside, portanto, em duas frentes. A primeira diz respeito à própria história do design brasileiro, que, ao se concentrar nos marcos modernistas e nos movimentos institucionalizados, acaba por negligenciar uma série de objetos que moldaram – e ainda moldam – a cultura material do país. A segunda diz respeito ao debate contemporâneo sobre gênero no design, em que autoras como Buckley (1986), Attfield (1989), Carmona (2025) e Cresto e França (2024) têm apontado a necessidade de revisitar a história com um olhar que reconheça os padrões de exclusão estruturais do campo. A *Tricô e Crochê*, ao

mesmo tempo veículo de instrução para mulheres e instrumento publicitário para uma indústria têxtil, torna-se um caso exemplar dessa interseção entre design, gênero e mercado.

Assim, o objetivo geral deste trabalho é analisar como a revista *Tricô e Crochê*, por meio de suas escolhas gráficas, editoriais e publicitárias, construiu e reforçou discursos de gênero associados às práticas manuais femininas no Brasil das décadas de 1940 e 1950, contribuindo tanto para a manutenção de papéis sociais quanto para a invisibilização das mulheres enquanto agentes criativas dentro do campo do design.

Pretende-se, desse modo, contribuir para uma história do design mais ampla, capaz de reconhecer que a disciplina não se constrói apenas por meio dos objetos que escolhe celebrar, mas também – e talvez principalmente – por meio daqueles que decide esquecer. Recuperar e analisar a *Tricô e Crochê* é, portanto, um gesto metodológico e político: uma tentativa de reinscrever as práticas manuais femininas dentro da cultura projetual brasileira e de questionar as fronteiras que definem o que "conta" como design.

1.1. Contexto

Com o início da imprensa no Brasil, entre o final do século XIX e início do século XX, a figura da mulher se fez presente rapidamente. As revistas ofereciam um tipo de leitura fragmentada, visual, leve e acessível – diferente do livro, mais caro e formal.

> "Ao contrário dos segmentos leitores que se inauguraram com a República do leitor de esporte ao público infantil, a mulher leitora, desde o Império, fora presença assídua no contexto do impresso. Certo que em número limitado e circunscrita a grupos sociais elevados mas, confirmando a leitura como prática feminina recorrente, interessada efetiva naquela produção, sua consumidora em potencial.
>
> Entre o consumo e a produção, a mudança de lugar foi rápida. De leitora de folhetins e/ou romances, editados in 8, formato apropriado para as "diáfanas mãos femininas", passaram respectivamente a colaboradoras e produtoras de revistas. O exercício das letras, em princípio condenado pela carga de iniciativa e questionamentos que comportava, foi tolerado e até consentido; mais ainda quando reiterava o tradicional papel feminino de *mãe-esposa-rainha do lar.*" (Martins, 2000, p. 371, 372)

De fato, como aborda a autora, a parcela da população feminina que tinha acesso aos impressos periódicos era bastante limitada, dependendo tanto da renda quanto do nível de escolaridade dessas mulheres, uma vez que a taxa de analfabetismo no Brasil da época era extremamente elevada. No primeiro aferimento do censo no país, em 1872, o índice de analfabetismo – considerando toda a população acima de cinco anos, livres ou escravizadas – era de 82%, chegando a 84,37% entre as mulheres livres. Nos recenseamentos seguintes, o avanço foi mínimo: em 1920, 71,20% da população com cinco anos ou mais ainda não sabia ler ou escrever, o que representava 18.549.085 pessoas. Mesmo em 1940, os números permaneciam altos: 61,20% da população de cinco anos ou mais seguia não alfabetizada, e entre aqueles com dez anos ou mais, o percentual era de 56,70% (Gil, 2022). Esses índices reforçam como o acesso feminino aos periódicos era restrito e condicionado a um contexto educacional profundamente desigual.

Apesar disso, as mulheres se tornaram um mercado em potencial, especialmente à medida que os impressos passaram a reconhecer nelas um público consumidor estratégico. A publicidade dirigida às mulheres cresceu de forma significativa, explorando temas como cuidado doméstico, beleza, moda e práticas manuais, e contribuindo para moldar comportamentos, reforçar papéis sociais e estimular o consumo de produtos específicos. Assim, mesmo diante das limitações de acesso à escolarização e aos impressos, a figura feminina foi progressivamente incorporada ao discurso publicitário, que buscava seduzi-la

como leitora e consumidora. Nessa perspectiva, grande parte do material produzido para o público feminino foi idealizado e desenvolvido por homens – editores atentos às dinâmicas do mercado e ao crescente potencial de consumo desse segmento (Martins, 2000). O mercado feminino prosperou de tal forma, que décadas depois, já no final do século, Buckley provoca:

> "O grupo mais negligenciado historicamente é provavelmente o consumidor; não deve ser coincidência que as instituições de design, comerciantes e anunciantes costumam considerar o consumidor como uma mulher."(Buckley, 2025, p. 48)

Concomitantemente a isso, nesse período, uma leva de mulheres produtoras de conteúdo para periódicos se destacava. Se antes estavam submetidas exclusivamente ao produto cultural forjado por mãos masculinas, agora elas se inseriram dentro do mercado editorial. No entanto, mais uma vez, a disparidade social é determinante para a inserção desse grupo no mercado. De acordo com Martins (2000), **todas** as mulheres que sucederam nesse ambiente entre as décadas de 1890 a 1922, publicando em grandes jornais ou nos próprios periódicos, eram de famílias abastadas e/ou casadas com personalidades importantes da época, que as incentivaram e as inseriram nesse espaço.

Para além disso, a inserção da mulher no campo do design passou por uma leva de outras dificuldades particulares à área e à conjuntura social em que essas profissionais estavam sujeitas. Estereótipos de gênero se cristalizaram e delimitaram quais práticas eram consideradas "apropriadas" para as mulheres dentro do campo criativo, frequentemente associando-as a funções vistas como extensões do espaço doméstico. Como apontam Cresto e França (2024), áreas como bordado, tricô, crochê, design de superfície, moda, cerâmica ou ilustração infantil foram naturalizadas como femininas, justamente por dialogarem com a tradição das manualidades e do cuidado, reforçando a lógica patriarcal que hierarquiza saberes e subestima produções realizadas por mulheres. Essa segregação profissional ecoa o que Buckley (1986; 2020) identifica como a "construção patriarcal do design", na qual a participação feminina é simultaneamente necessária e invisibilizada, aceita apenas quando não ameaça as estruturas normativas do campo. Nesse mesmo sentido, a autora observa que o apagamento histórico do artesanato dentro do design contribui para marginalizar ainda mais a atuação feminina, uma vez que, para muitas mulheres, as técnicas artesanais foram durante décadas o único espaço possível de criação – seja porque eram excluídas das fábricas do nascente sistema industrial, seja porque não tinham acesso às formações oferecidas pelas novas escolas de design (ibid., 1986).

Nesse cenário, observa-se a persistência de diversos estereótipos associados ao trabalho feminino, como a ideia de que suas atividades pertencem ao campo doméstico e são realizadas por afeto, sem valor profissional ou remuneração. Frequentemente, as mulheres são vistas como auxiliares e não como criadoras, e suas práticas são tratadas como hobby, não como trabalho; como artesanato, não como design. Além disso, a própria historiografia da área, ao privilegiar a noção de autoria e a centralidade da "obra", acaba invisibilizando uma série de agentes envolvidos nos processos de criação, circulação e uso dos artefatos artesanais. Quando essas práticas se vinculam ao universo feminino, são ainda mais facilmente interpretadas como habilidades inatas, reduzidas à execução manual e distanciadas de qualquer domínio técnico ou tecnológico (Cresto e França, 2024, p. 83)

Martins (2000) também observa que, assim como na esfera editorial, a trajetória das mulheres no design foi condicionada por fatores socioeconômicos: apenas aquelas inseridas em contextos privilegiados conseguiram transpor barreiras e disputar espaços historicamente ocupados por homens. Mesmo quando presentes, essas mulheres eram frequentemente circunscritas a papéis considerados menos técnicos ou menos prestigiosos, reafirmando o que tanto Buckley (1986) quanto Cresto e França (2024) problematizam ao afirmarem que o trabalho feminino no design foi sistematicamente classificado como "decorativo", "leve" ou "adjacente", enquanto o trabalho masculino ocupava o centro da narrativa histórica da disciplina.

Tabela 1 - Estereótipos de gênero no campo do design

Termos historicamente articulados ao "mundo masculino"	**Termos historicamente articulados ao "mundo feminino"**
Design/Design Industrial	Artesanato, Artes Decorativas e Aplicadas
Esfera Pública/Produção	Esfera Privada/Consumo
Trabalho profissional, produtivo e remunerado	Trabalho doméstico, cuidado infantil, passatempo, trabalho "por amor", não remunerado
Razão	Emoção
Criação/Criatividade/Genialidade	Execução/"Dom natural"/Sorte
Modernismo/Purismo	Tradicionalismo /Ecletismo
Elementos abstratos/ Visão "global" / Função Prática	Elementos figurativos/ Ornamento/ Decoração/ Aptidão para detalhes / Função Estética
Tons acromáticos/metal/couro	Tons cromáticos/madeira

Fonte: "Aqui não bordamos almofadas": estereótipos de gênero na trajetória de mulheres na História do Design, Cresto e França (2024)

Assim, o campo do design não apenas reproduziu, mas amplificou desigualdades estruturais, contribuindo para manter invisíveis práticas e produções femininas – muitas delas fundamentais para compreender as dinâmicas estéticas, culturais e materiais do século XX. A pesquisa sobre revistas femininas e manuais de trabalhos de agulha, portanto, se coloca como uma via para resgatar essas histórias silenciadas, revisando criticamente os limites impostos pelo gênero e reconstruindo o papel das mulheres na conformação visual e cultural do período.

Por fim, é válido destacar que, assim como Cresto e França (2024) observaram, a presente pesquisa está sujeita aos dados históricos disponíveis, que apagam, quase que completamente, a figura da mulher negra dentro do design. Se para as mulheres brancas o mercado do design já é hostil, para as mulheres negras, a estrutura enraizada de patriarcado, capitalismo e racismo, dificulta ainda mais sua inserção dentro desse ambiente. Assim, faz-se imprescindível dar continuidade a essa reflexão, ampliando o escopo das investigações e questionando as ausências que se repetem nas fontes, de modo a construir uma compreensão mais plural, crítica e comprometida com a complexidade das experiências femininas no design.

> “A articulação entre História do Design & Estudos de Gênero é um caminho indispensável para moldarmos narrativas alternativas e plurais sobre design. Afinal, a maneira como o design é teorizado-produzido é importante, uma vez que ao transformar ideias em formas sólidas e duradouras, ele parece ser a verdade em si mesma, agindo sobre nós, regulando nossos modos de pensar, sentir e estar no mundo (Forty, 2007). O design não é um campo imutável; ao contrário, está sujeito a transformações sociais. Logo, a partir de processos de conscientização, podemos tensionar estereótipos e processos de apagamento, colaborando para uma historiografia do design mais justa, democrática e diversa.” (Cresto e França, 2024, p. 88)

1.1.1. Problema de Pesquisa

Resgatar a memória gráfica das edições da revista "Tricô e Crochê", datadas do final dos anos 40 e início dos anos 50, com o intuito de compreender seus aspectos gráficos, seu conteúdo, as pessoas que compunham sua editoria e os aspectos socioculturais da época em que estava inserida. Buscar em outras publicações contemporâneas a ela – do mesmo nicho e de nichos diferentes – características que comprovem (ou não) que a revista representava o *zeitgeist* da época em relação ao papel que a mulher representava na sociedade.

O projeto se faz importante uma vez que existe pouco ou nenhum registro a respeito desse impresso, seu corpo editorial ou seu conteúdo. O artigo propõe questionar o porquê essa memória não ter sido preservada, com um olhar crítico sobre os produtos, nesse caso de entretenimento, voltados para a mulher, que são colocados à margem da qualidade.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo Geral

Analisar a revista *Tricô e Crochê* como objeto editorial e cultural, compreendendo de que forma sua produção, seu conteúdo e sua estética refletem e reforçam discursos de gênero associados às artes manuais femininas, bem como os processos de marginalização dessas práticas dentro da história do design.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Inventariar e catalogar os exemplares físicos da revista presentes no acervo pessoal da autora, identificando seções, estruturas editoriais, padrões tipográficos, elementos gráficos e recorrências visuais;
- Mapear os agentes envolvidos na produção do periódico — especialmente Alceu Penna e Amélia Laurindo — e analisar como suas funções revelam hierarquias de gênero dentro do processo editorial;
- Investigar a participação feminina na construção do conteúdo da revista e problematizar a forma como essas autorias foram atribuídas, silenciadas ou deslocadas para funções consideradas menos prestigiadas;
- Discutir a posição das artes manuais dentro do campo do design, entendendo como tricô, crochê, bordado e outras práticas foram historicamente associadas ao feminino e, por isso, excluídas das narrativas oficiais do design;
- Examinar os valores de gênero presentes na revista, compreendendo como ela reforça ideais de feminilidade, domesticidade e consumo, e como tais discursos se articulam com o apagamento das mulheres na historiografia do design;
- Refletir sobre a preservação (ou ausência) da memória de materiais voltados ao universo feminino, questionando por que um periódico de ampla circulação teve sua trajetória apagada dos acervos institucionais;
- Promover uma discussão ampliada sobre os espaços ocupados (ou negados) às mulheres na história do design, utilizando a revista como ponto de partida para tensionar fronteiras entre design, artesanato, trabalho doméstico e autoria feminina.

1.3. Justificativa

Antes de avançar para a análise da revista *Tricô e Crochê*, é necessário olhar primeiro para o próprio terreno sobre o qual caminhamos: a formação acadêmica em design e os referenciais que moldam aquilo que aprendemos a reconhecer como "história do design". A tabela a seguir reúne as referências bibliográficas presentes nas disciplinas obrigatórias da habilitação em Programação Visual da Universidade de Brasília — um recorte que, embora parcial, revela muito mais do que aparenta à primeira vista. Ao evidenciar quem são os autores convocados a ensinar o que é design, este levantamento permite observar, de maneira concreta, como determinadas narrativas foram consagradas enquanto outras, especialmente aquelas produzidas por mulheres, foram relegadas a papéis periféricos ou simplesmente esquecidas.

É justamente a partir desse panorama — e das ausências que ele escancara — que a justificativa deste trabalho se estrutura. Se a história ensinada privilegia nomes, escolas e movimentos majoritariamente masculinos, o que isso diz sobre o valor atribuído a práticas tradicionalmente femininas, como o tricô, o crochê e outras artes manuais? E, principalmente, como essa mesma lógica de exclusão se repete nos acervos, nos acúmulos de memória e na própria preservação dos materiais culturais voltados às mulheres? A tabela, portanto, não é um elemento ilustrativo: ela é a porta de entrada para compreender por que estudar *Tricô e Crochê* não é apenas recuperar um periódico esquecido, mas questionar os mecanismos que determinaram seu esquecimento — e, com isso, tensionar a histórica divisão entre artesanato e design.

Tabela 2: Lista de referências bibliográficas das disciplinas obrigatórias do curso de Design – Programação Visual da Universidade de Brasília.

	Referência
1	ARNHEIM, Rudolf. Arte e percepção visual. São Paulo: Editora da USP, 1980.
2	ARGAN, Giulio Carlo. Arte moderna. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
3	ARGAN, Giulio Carlo. Projeto e destino. São Paulo: Ática, 2000.
4	ARGAN, Giulio Carlo. Walter Gropius e a Bauhaus. Rio de Janeiro: José Olympio, 2005.
5	ARTIGAS, João Batista Vilanova. O desenho: caminhos da arquitetura. São Paulo: LECH, 1981.
6	AUMONT, Jacques; LESTER, André; MARIE, Michel. A estética do filme. São Paulo: Papirus, 2012.
7	BONSIEPE, Gui. Design, cultura e sociedade. São Paulo: Blücher, 2011.
8	BONSIEPE, Gui. Design: do material ao digital. Florianópolis: Laboratório Brasileiro de Design, 1997.
9	BONSIEPE, Gui. Teoría y práctica del diseño industrial: elementos para una manualística crítica. Barcelona:

	Gustavo Gili, 1978.
10	BÜRDECK, Bernhard E. Diseño: historia, teoría y práctica del diseño industrial. Barcelona: Gustavo Gili, 1994.
11	BROUG, Eric. Islamic geometric patterns. London: Thames & Hudson, 2008.
12	CARDOSO, Rafael (org.). O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870-1960. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
13	CARDOSO, Rafael. Uma introdução à história do design. 2. ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.
14	CARDOSO, Rafael. Design para um mundo complexo. São Paulo: Cosac Naify, 2012.
15	CARVALHO, Benjamin de Araújo. Desenho geométrico. 3. ed. Rio de Janeiro: Ao Livro Técnico, 1974.
16	CHIPP, Herschel Browning. Teorias da arte moderna. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
17	CHING, Francis D. K. Representação gráfica para desenho e projeto. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.
18	CUNHA, Luiz Antônio. O ensino dos ofícios artesanais e manufatureiros no Brasil escravocrata. São Paulo: Editora UNESP, 2005.
19	DORFLES, Gillo. Introdução ao desenho industrial. Lisboa: Edições 70, 1972.
20	DORFLES, Gillo. Introdução ao desenho industrial. Lisboa: Edições 70, 1990.
21	DONDIS, Donis A. Sintaxe da linguagem visual. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
22	DUARTE, Pedro. A palavra modernista: vanguarda e manifesto. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2014.
23	ECO, Umberto. Apocalípticos e integrados. São Paulo: Perspectiva, 1970.
24	FIELD, Syd. Manual do roteiro: os fundamentos do texto no cinema. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
25	FLUSSER, Vilém. O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
26	FORTY, Adrian. Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
27	FRUTIGER, Adrian. Sinais e símbolos: desenho, projeto e significado. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
28	FRENCH, T. E.; VIERCK, C. Desenho técnico e tecnologia gráfica. Porto Alegre: Ed. Globo, 1985.
29	GOMES FILHO, João. Gestalt do objeto: sistema de leitura visual da forma. São Paulo: Escrituras, 2000.
30	HARRIS, Watts. On camera: o curso de produção de filme e vídeo da BBC. São Paulo: Summus, 1990.
31	HURLBURT, Allen. Layout: o design da página impressa. São Paulo: Nobel, 1986.
32	KATINSKI, Júlio Roberto. Apontamentos sobre arte e indústria. São Paulo: FAU-USP, 1963.
33	KATINSKI, Júlio Roberto. Desenho industrial. In: ZANINI, Walter (org.). História geral das artes no Brasil. São Paulo: Instituto Walter Moreira Salles, 1983. v.2, cap.11.
34	KEMNITZER, Ronald B. Rendering with markers: definitive techniques for designers, illustrators and architects. New York: Watson-Guptill Publications, 1983.
35	KUMAYAMA, Yasaburo. Trademarks & symbols. New York: Van Nostrand Reinhold Company, 1973.
36	JARDI, Enric. Pensar com imagens. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.
37	LAWSON, Bryan. Como arquitetos e designers pensam. São Paulo: Oficina de Textos, 2011.
38	MALDONADO, Tomás. Design industrial. Lisboa: Edições 70, 2006.

39	MARTIN, Judy. Dominando a técnica do esboço: curso completo em 40 lições. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2014.
40	MARTIN, Marcel. A linguagem cinematográfica. São Paulo: Brasiliense, 1990.
41	MICELI, M. T.; FERREIRA, P. Desenho técnico básico. Rio de Janeiro: Ao Livro Técnico, 2001.
42	MOLLETA, Alex. Criação de curta-metragem em vídeo digital. São Paulo: Summus Editorial, 2009.
43	MONTENEGRO, Gildo. A perspectiva dos profissionais. São Paulo: Edgard Blücher, 1983.
44	MONTENEGRO, Gildo. Desenho arquitetônico. São Paulo: Edgard Blücher, 1978.
45	NIEMEYER, Lucy. Design no Brasil: origens e instalação. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.
46	OBERG, L. Desenho arquitetônico. Rio de Janeiro: Ao Livro Técnico, 1992.
47	OSTROWER, Fayga. Universos da arte. Rio de Janeiro: Campus, 1983.
48	PAPANEK, Victor. Arquitetura e design: ecologia e ética. Lisboa: Edições 70, 2007.
49	PETERSEN, Julius. Construções geométricas: métodos e teorias para a resolução de problemas, com aplicação em mais de 400 problemas. 3. ed. São Paulo: Nobel, 1967.
50	PRÍNCIPE JÚNIOR, A. R. Noções de geometria descritiva. São Paulo: Nobel, 1983. v.1.
51	RAMALHO, Roberto. Construções geométricas com régua e compasso. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 1984.
52	RODRIGUES, Chris. O cinema e a produção. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.
53	RÜDEL, Jean. A técnica do desenho. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1980.
54	SANTOS, Milton. A natureza do espaço. São Paulo: EDUSP, 2002.
55	SCHNEIDER, Beat. Design: uma introdução. São Paulo: Blücher, 2010.
56	SCHEINBERGER, Felix. Sketchbook sem limites: o companheiro de viagem do urban sketcher. São Paulo: Gustavo Gili, 2017.
57	SENNETT, Richard. O declínio do homem público: as tiranias da intimidade. São Paulo, 1998.
58	SPECK, H. J.; PEIXOTO, V. V. Manual básico de desenho técnico. Florianópolis: Editora da UFSC, 1997.
59	STRAUB, Ericson; CASTILHO, Marcelo; QUEIROZ, Hélio de; BIONDAN, Paulo. ABC do rendering. Curitiba: Infolio Editorial, 2004.
60	STRUNCK, Gilberto. Identidade visual. Rio de Janeiro: Europa Empresa Gráfica, 1989.
61	UNGAR, Joseph. Rendering with mixed media: techniques for concept presentation for designers and illustrators. New York, NJ: Watson-Guptill Publications, 1985.
62	WATTS, Harris. Direção de câmera: um manual de técnica de vídeo e cinema. São Paulo: Summus, 1999.
63	WERTHEIM, Margaret. Uma história do espaço: de Dante à Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2001.
64	WONG, Wucius. Fundamentos del diseño bi y tridimensional. Barcelona: Gustavo Gili, 1992.
65	WONG, Wucius. Princípios de forma e desenho. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

Fonte: Sigaa.

Este recorte representa cerca de 37% da bibliografia das disciplinas obrigatórias[1] do curso de Design, habilitação em Programação Visual, da Universidade de Brasília. Embora corresponda a uma parte limitada do total, a seleção – definida principalmente pela dificuldade de acesso às ementas completas[2] – reúne componentes centrais da formação, como **Introdução ao Design**, **História da Arte e Tecnologia** e **Desenho Aplicado I**.

Dentre essas 65 referências, quatro escapam pela culatra de uma curva que vem sendo traçada há mais tempo do que é possível dizer, há mais tempo do que cada uma dessas referências existe, há mais tempo do que a própria palavra design existe.

- ☞ *Maria Teresa Miceli e Patrícia Ferreira*
- ☞ *Lucy Niemeyer*
- ☞ *Fayga Ostrower*
- ☞ *Margaret Wertheim*

Dentro desta, pequena, amostra de 37%, apenas 6% dos nomes citados em sala de aula são mulheres. Esse número corresponde a 9 das 24 disciplinas obrigatórias no curso de Design Gráfico da Universidade de Brasília, uma amostragem baixa, que, de certo, não representa a realidade da graduação como um todo. No entanto, as proporções ainda surpreendem. Nos quase 100 anos de design brasileiro e nos mais de dois séculos de design no mundo, apenas 6% da produção de conhecimento foi feita por mulheres?

É possível traçar um paralelo com as referências das próprias referências bibliográficas. Segundo Lima (2017), em uma análise estatística de oito obras clássicas da história do design, verificou-se que, em média, apenas 6,86% das citações correspondiam a mulheres – sendo o índice mais alto de apenas 12,8%. Dessa forma, observa-se que ampliar ou completar a amostragem das referências do curso não mudaria o resultado final.
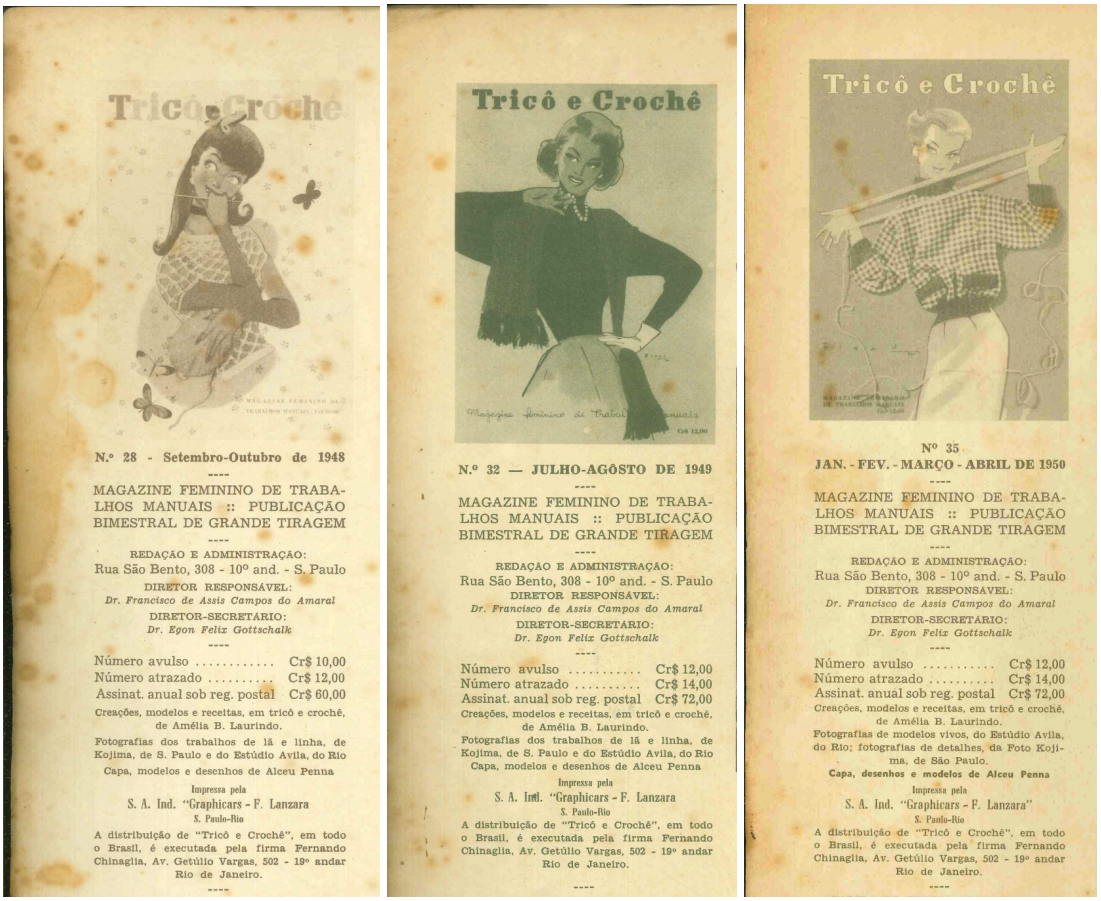
De maneira um pouco semelhante, há cerca de 75 anos algo acontecia.

---

[1] Esta lista foi retirada da plataforma Sigaa no dia 08/10/25 e contém as seguintes disciplinas: História da Arte e da Tecnologia, Introdução ao Design, Desenho I, Expressão, Desenho Aplicado I, Desenho Técnico, Oficina de Modelos e Maquete, Fotografia e Vídeo e Introdução à Comunicação.

[2] Os dados adquiridos para esta pesquisa foram coletados pelo portal do aluno na plataforma Sigaa. Todas as bibliografias disponibilizadas foram consideradas, com exceção daquelas em que os autores não eram pessoas físicas, como é o caso de “ABNT” ou “Telecurso 2000”. A falta de informação disponível de maneira pública limita a disponibilização de um número exato de mulheres estudadas dentro da Universidade de Brasília na graduação de Design Gráfico.

Figura 1: Excerto do expediente das revistas Tricô e Crochê números 28, 32 e 35.



Fonte: Arquivo pessoal.

Figura 2: Excerto do expediente da revista *Tricô e Crochê* número 43.



Fonte: Arquivo pessoal.

Mais uma vez, e cada vez mais à medida que o tempo passava, um nome se destaca em meio a tantos outros.

Amélia B. Laurindo.

De que se faz o fio que une os anos 40 e os anos 2020? Nesse caso, fato ainda mais intrigante se evidencia se comparado ao primeiro caso. Existe uma única mulher dentro da editoria de uma revista feminina da magnitude de Tricô e Crochê. Essa mulher, no entanto, não era responsável por se comunicar verbalmente com a leitora, nem mesmo graficamente, criando uma estética que reflita o que ela, como mulher, sabe que suas semelhantes se interessam e se atraem, ou ao menos cria pauta para a revista. Amélia colabora com o que lhe é cabido, ela é a responsável pelas receitas de tricô e crochê. Amélia não é designer. Amélia só faz artesanato – isso fica claro na diferença de tratamento de Alceu Penna e Amélia. A revista é de Alceu, não de Amélia, que faz todas as receitas. O artesanato de fato era visto com tão pouca estima, como ainda é visto hoje? A função de Amélia teria algum valor? De que valor estamos falando? Buckley explica:

> "Excluir o artesanato da história do design é, na prática, excluir da história do design a maior parte daquilo que as mulheres realizaram em termos de design. Para muitas mulheres, os modos artesanais de produção eram os únicos meios de produção disponíveis, por elas não terem acesso às fábricas do novo sistema industrial nem à educação oferecida pelas novas escolas de design." (Buckley, 2025, p. 47)

De fato, a ausência da mulher ocupando esse espaço específico – a revista *Tricô e Crochê* – revela uma contradição profunda. A falta de afinidade com a mulher e com o que é feminino ecoa nas entrelinhas e, por vezes, chega à superfície do texto como é o caso do exemplo abaixo em que o autor deixa claro que falar sobre este tema "é de se esgotar o cérebro masculino.". Se nem mesmo quem produz a revista entende de fato o que é ser mulher, como é possível garantir que o que produzem é a representação fiel do feminino? Seria a revista, então, um estereótipo do que é ser feminino? Ser feminino de fato existe?

Nesse contexto – em um pensamento que abarca ainda mais questionamentos – de que são feitas as mulheres se os produtores do discurso não as conhecem? Em uma época como aquela (e agora em referência específica a um Brasil dos anos 40/50) do que sabiam as mulheres se a mídia que consumiam, a propaganda que as eram direcionadas, os ideias de vida e de casa, eram moldados por homens? Cabe à pesquisa fazer um olhar cauteloso do conteúdo da revista, de forma a compreender como essas mulheres eram vistas dentro dessa

sociedade, não só como produtoras de conhecimento, artesãs e designers, mas como consumidoras.

Figura 3: Excerto do expediente da revista *Tricô e Crochê* número 31.



Tricô e Crochê

PARA VOCÊ...

Veja, leitora, Amiga, a sugestão que o grande artista de Tricô e Crochê — o inesperável Alceu nos mandou, para esta crônica: um globo terrestre, figurando um novelo de lã, com suas inseparáveis agulhas, emblema magnífico das tricoteiras!

Temos que agradecer ao Alceu, êste subsídio para a crônica dêste número, pois já estávamos em dificuldades sérias, quanto ao seu tema.

Nem é para menos: uma crônica, em cada número, (e êstes já se contam por 31!) sempre versando sôbre o mesmo assunto, é coisa de cozotar um cérebro masculino, cujo detentor nada ou quasi nada entende da nobre arte de tricotar!

Antes, fazíamos a crônica e o desenhista, à vista da mesma, inspirando-se nela, fazia o seu trabalho... Isto era fácil.

Agora, inverteram-se os papeis: o desenhista é que nos inspira.

E, assim, glosando o motivo, diremos às nossas leitoras, que nos sentimos, sobremodo, desvanecidas, em poder reclamar para esta revista, uma parcela grande da difusão da tricotagem no Brasil.

A nossa revista foi tão bem aceita pelas nossas tricoteiras, que, dêste número em diante, resolvemos aumentar a nossa tiragem, iniciando com a presente edição — os 40.000 exemplares, tudo indicando que, em breve, superaremos a casa dos 50.000.

Por isto é que o Alceu figurou o Brasil, num grande novelo de lã, que se transforma em trabalhão magnífico, pelas mãos preciosas das nossas patrícias leitoras.

Podemos, mesmo, asseverar às nossas leitoras, que estamos satisfeitos com a preferência que dispensam a Tricô e Crochê, e não mediremos esforços nem despesas para lhes dar uma revista que seja a primeira, a melhor, a preferida.

Fonte: Arquivo pessoal.

Não obstante – e quiçá um dos maiores problemas dentro da pesquisa – de que se fez a preservação da memória gráfica da revista *Tricô e Crochê*? Tivesse sido feita para um público distinto, sobre uma temática diferente, teria sido outra a preservação da revista? É fato que a publicação teve uma tiragem significativa e, na maior parte de sua atividade, contou com uma distribuição de 30 mil exemplares por edição. Por que, então, não foi possível encontrar nenhum acervo, público ou privado, com uma coleção completa de *Tricô e Crochê*?

Talvez o desaparecimento da revista não seja mero acaso, mas sintoma de um esquecimento social que atravessa tudo o que é atribuído às mulheres: o trabalho, o cuidado, o artesanato. Como observa Susan Stewart, "o fato de a pequena escala, o doméstico, o íntimo e talvez o transitório incidental permanecerem na periferia dos interesses dos designers é um indicativo de que isso ainda precisa ser realizado conforme apontei [...]" (Susan Stewart, apud Buckley, 2025, p. 82). O apagamento de Tricô e Crochê, portanto, não se limita à ausência de um acervo físico, mas reflete uma hierarquia de valores que determina o que merece ser preservado e o que pode ser esquecido. Nesse sentido, é possível relacionar o caso da revista ao que Buckley (2025, p. 94–95), a partir do conceito de Brewer (2010, p. 2), "histórias de refúgio", reflete em relação ao estudo das mulheres na história do design, nas

quais a atenção ao cotidiano e à intimidade desafia as grandes narrativas do design e revela o potencial da heterogeneidade como forma de reescrever a história a partir de outras escalas e pontos de vista.

1.4. Métodos

A pesquisa tem caráter crítico-teórico e se estabelece em três pilares fundamentais:

- ✂ *Inventariação;*
- ✂ *Fundamentação teórica;*

A matriz inicial da pesquisa, que deu origem ao projeto, se deu pela aquisição de 13 volumes da revista *Tricô e Crochê.* A partir disso, foi feito um trabalho de inventariação e catalogação desses números físicos, de forma a compreender como a revista era organizada, tanto em forma quanto em conteúdo. Dessa inventariação, surgiu como resultado uma planilha com cada uma das edições disponíveis fisicamente separadas por edição, página e seção, cada uma com seus respectivos gráficos. Foi nesse momento que as buscas pela história da revista, seus envolvidos e acervos completos se deram.

Esse processo não apenas organizou o material, mas também permitiu identificar padrões gráficos e discursivos recorrentes, revelando como a revista se estruturava visual e editorialmente para o público feminino da época. Nesse sentido, o processo permitiu uma leitura mais estruturada das propagandas veiculadas pela revista, evidenciando seu papel na construção de ideais de consumo e de comportamento dirigidos às mulheres. Ao mesmo tempo, trouxe à tona a dificuldade de acesso a acervos completos, o que aponta para a fragilidade na preservação de materiais ligados ao universo feminino e às práticas domésticas. Essa etapa se consolidou como a base empírica que sustentou as análises teóricas e críticas desenvolvidas ao longo da pesquisa.

Para além, a pesquisa se fundamenta em textos da literatura, bebendo de fontes do design e do feminismo, de forma a tentar compreender como essas duas áreas se interligam. Assim, bibliografias importantes foram utiloizadas como base, como os textos de Cheryl Buckley – Feito no patriarcado: uma análise feminista de mulheres e design, de 1986 e Feito no patriarcado II: Revolver (ou re-volver) o tema mulheres no design, de 2020 – e Revistas em revista, de Ana Luiza Martins.

A leitura dessas obras serviu como eixo conceitual para a interpretação do material coletado, orientando o olhar da pesquisa sobre as dimensões de gênero presentes no design editorial da época. A partir de Buckley, foi possível problematizar a ausência da mulher como sujeito ativo na história do design e compreender como as narrativas hegemônicas moldaram a percepção do que é considerado trabalho de design. Já o texto de Martins ofereceu um referencial importante para compreender a inserção da mulher dentro do ambiente editorial

como consumidora, considerando o texto “A produção de uma Nova Mulher: Revistas Femininas”, e também a ausência de nomes femininos na produção de conteúdo, em “Uma Ausência Instigante" . Desse cruzamento entre teoria e objeto empírico, a pesquisa estruturou um campo de análise que busca evidenciar como o design gráfico operava como ferramenta de representação – e, por vezes, de silenciamento – do feminino.

2. *Design e Gênero*

Antes de chegar à revista *Tricô e Crochê,* é preciso olhar para o terreno que a antecede. Esse capítulo parte de uma pergunta essencial: como se construiu, ao longo do tempo, a associação entre mulheres, domesticidade e artes manuais – e por que isso importa para o design?

Ao revisitar autores como Cardoso, Buckley, Attfield e Calle, o capítulo discute como a própria noção de "design" foi moldada a partir de critérios que excluíram, hierarquizaram e classificaram práticas tradicionalmente femininas como secundárias. Assim, a análise histórica não surge como mero pano de fundo, mas como chave para compreender por que tantos saberes foram apagados das narrativas oficiais. Esse percurso teórico, portanto, estabelece as bases necessárias para entender a revista não como um caso isolado, mas como parte de um sistema muito mais amplo de valores, distinções e silenciamentos.

2.1. A história do design sob uma perspectiva de gênero

Antes que o design se tornasse uma palavra, uma profissão ou um campo acadêmico, mulheres já desenhavam, costuravam, inventavam soluções e transformavam materiais em objetos de uso cotidiano. No Brasil e no mundo, a história dessas práticas antecede a Revolução Industrial e atravessa séculos de trabalho invisibilizado. No que tange à própria construção histórica, a seleção do que é ou o que não é parte da narrativa é, em parte, arbitrária. Quem tem o poder de decisão acerca do que é eternizado pela história e o que pode ser esquecido? Cardoso (2008), conclui que, de fato, a história não é una, mas uma sequência de narrativas que se agrupam e se reinterpretam à medida que o tempo passa, ou seja, a história é viva e em constante mutação. Daí surge a importância de se resgatar o passado, dar luz às histórias que foram apagadas pelo tempo e pela seletividade do próprio fazer histórico.

De certo, pode-se considerar anacrônico utilizar o termo *designer* para se referir aos profissionais que atuaram no período pré-industrial ou mesmo nas primeiras décadas de formação do campo. Contudo, como o próprio Cardoso (2005) argumenta, limitar o design apenas à sua institucionalização moderna – escolas, movimentos, profissões regulamentadas – produz uma visão estreita e excludente. Se a tradição do fazer design chegou no Brasil, importada de escolas européias já estabelecidas, não só a participação das mulheres dentro dessa narrativa se limita, como a própria tradição do fazer projetual brasileiro – anterior aos anos 60 – também é desconsiderado. Se ampliarmos o entendimento do design enquanto prática social de projetar, resolver problemas e organizar materialidades, torna-se possível

reconhecer que muitas das atividades realizadas por mulheres ao longo dos séculos se aproximam desse fazer projetual, ainda que não tenham sido nomeadas como tal.

> "Perdura na consciência nacional o mito de que o design brasileiro teve sua gênese por volta de 1960. Como todo mito, trata-se de uma falsidade histórica patente. Como todo bom mito de origens, trata-se também de uma verdade profunda, para além dos limites de nossas vãs metodologias. O que ocorreu, sem dúvida alguma, foi uma ruptura. Para uns, um novo ponto de partida; para outros, um desvio de rumo. Depende do grau de compromisso de cada um com o grande movimento que hoje conhecemos como "modernismo", o qual dominou boa parte da produção artística internacional entre as décadas de 1910 e 1960, aproximadamente. Os anos de experimentação entre a abertura do Instituto de Arte Contemporânea do Masp, em 1951, e a inauguração da Escola Superior de Desenho Industrial [Esdi], em 1963, marcam uma mudança fundamental de paradigma. Surgiu nessa época, não o design propriamente dito – ou seja, as atividades projetuais relacionadas à produção e ao consumo em escala industrial –, mas antes a consciência do design como conceito, profissão e ideologia." (Cardoso, 2005, p. 8)

Seguindo o pensamento de Cardoso, é possível estender seu argumento ao que aconteceu com as mulheres na história do design. "O aspecto mais problemático de afirmar o início de um design brasileiro por volta de 1960 reside na recusa a reconhecer como design tudo o que veio antes." (Cardoso, 2005). Da mesma forma, ao narrar a história do design a partir de marcos institucionalizados, tecnologias industriais e nomes consagrados – quase sempre masculinos – produz-se um apagamento equivalente: aquilo que não se encaixa no modelo moderno, racional e profissionalizado deixa de ser visto como parte do campo.

Para além, dentre a cartela de definições possíveis para a palavra *design* – que de certo não são poucas – a que costuma ser mais utilizada, já carrega em si a segregação das mulheres nesse campo. Considerar que design é "a elaboração de projetos para a produção em série de objetos por meios mecânicos" (id., 2008) expressa a vontade histórica do design em se diferenciar do artesanato.

> “A distinção entre design e outras atividades que geram artefatos móveis, como artesanato, artes plásticas e artes gráficas, tem sido outra preocupação constante para os forjadores de definições, e o anseio de alguns designers de se distanciar do fazer artesanal ou artístico tem engendrado prescrições extremamente rígidas e preconceituosas. [...] Historicamente, porém, a passagem de um tipo de fabricação, em que o mesmo indivíduo concebe e executa o artefato, para um outro, em que existe uma separação nítida entre projetar e fabricar, constitui um dos marcos fundamentais para a caracterização do design. Segundo a conceituação tradicional, a diferença entre design e artesanato reside justamente no fato de que o designer se limita a projetar o objeto para ser fabricado por outras mãos ou, de preferência, por meios mecânicos.” (Cardoso, 2008, p. 21)

Assim, práticas tradicionalmente associadas ao trabalho feminino – como bordado, costura, fiação, modelagem, ilustração e a produção de objetos para o lar – costumam ser classificadas como “artes manuais” ou “artesanato”. Embora envolvam elementos fundamentais ao próprio entendimento de design, como planejamento, domínio técnico, transmissão de saberes e até inovação, essas atividades não se enquadram nos critérios que historicamente definiram o campo, especialmente o de serem reproduzidas por terceiros ou, idealmente, por processos mecanizados e/ou industriais.

Essa perspectiva não apenas reduz a complexidade dessas produções, mas também reforça uma lógica de exclusão que estrutura tanto a história quanto o próprio campo do design. Ao negar o estatuto de design a práticas anteriores – ou paralelas – ao modelo industrial, nega-se, consequentemente, a participação de mulheres que atuaram em esferas essenciais para a cultura material. Tal como o apagamento cronológico questionado por Cardoso, o apagamento de gênero opera por critérios semelhantes: define o que merece ser lembrado e o que pode ser descartado, o que é “autoral” e o que é “doméstico”, o que é “projeto” e o que é “execução”. Revisitar essas lacunas, portanto, é também rediscutir o próprio conceito de design e repensar quem tem legitimidade para ocupar seus espaços narrativos.

2.2. Artes manuais e Design

Antes de compreender as tensões entre design e artesanato, é necessário reconhecer que aquilo que hoje chamamos de “artes manuais” constitui um conjunto vasto de práticas que envolvem domínio técnico, conhecimento acumulado e capacidade de projetar soluções materiais para necessidades cotidianas. Tecelagem, cerâmica, costura, marcenaria, bordado, entre tantas outras, são atividades que nasceram da relação direta entre corpo, ferramenta e matéria – e que, por séculos, foram as principais formas de produção de objetos no mundo. O design, por sua vez, surge como uma formulação moderna que sistematiza esse gesto de projetar, redefinindo-o a partir das demandas da industrialização, da divisão do trabalho e da produção em larga escala. Embora compartilhem ancestrais em comum, artes manuais e design foram progressivamente separados por critérios ligados menos à prática em si e mais aos valores culturais que se construíram em torno da máquina, da autoria e da ideia de progresso técnico. Essa separação, longe de neutra, moldou narrativas históricas que privilegiaram certos tipos de fazer e marginalizaram outros, estabelecendo fronteiras que hoje merecem ser revisitadas.

John H. Walker (1989), no seu ensaio (que, coincidentemente, leva o mesmo título do presente capítulo) *Crafts and Design*, conclui seu pensamento com a seguinte frase: “O sexismo não tem sido tão evidente no artesanato quanto nas belas artes.” No entanto, suas falas anteriores vêm repletas de comentários fruto de um sexismo enraizado dentro do meio do design, que – percebendo ou não o teor dos comentários – corroborou com a perpetuação de um discurso dominante.

> "Dentro do espectro dos ofícios[3], pode-se discernir uma hierarquia. Na base, encontram-se os ofícios da construção civil – pedreiro, gesseiro, encanador e carpinteiro – e, no topo, os ofícios que aspiram ao status de belas-artes. [...] Semelhantes aos humildes ofícios da construção civil estão os ofícios e passatempos associados à casa e às donas de casa: costura, tricô, confecção de cortinas e assim por diante. Os trabalhos manuais domésticos tendem a ser de meio período e amadores, embora, em alguns casos, se desenvolvam em atividades profissionais em tempo integral." (Walker e Attfield, 1989, p. 40)[4]

Ao definir o artesanato como uma atividade essencialmente manual e, portanto, distinta do design industrial – associado a fábricas, divisão rigorosa de trabalho e produção mecanizada –, Walker (1989, p. 38-39) acaba reforçando uma separação histórica que desqualifica práticas tradicionalmente femininas. Sua enumeração de "crafts tradicionais" inclui atividades como bordado, tricô, tapeçaria e costura, listadas ao lado de trabalhos como marcenaria e metalurgia; mas, ao estabelecer uma hierarquia interna ao campo, ele posiciona justamente os ofícios domésticos – aqueles ligados ao "ambiente da casa e das donas de casa" – no nível mais baixo dessa escala, classificando-os como hobbies amadores e de tempo parcial (Walker, 1989, p. 40). Essa distinção não é neutra: ela ecoa a divisão sexual do trabalho e reforça a ideia de que aquilo produzido no espaço doméstico – majoritariamente por mulheres – teria menor valor técnico, econômico e cultural.

---

[3] Do original *craft.* Nesse trecho específico, optou-se por utilizar a tradução "ofício", palavra mais abrangente, em detrimento de "artes manuais" por conta das atividades de construção. No entanto, ao longo do texto, as traduções mais apropriadas ao termo original seriam algo como "artesanato", "artes manuais" ou "manualidades".

[4] Tradução livre do original: "Within the spectrum of the crafts a hierarchy can be discerned. At the bottom there are the trades of building - bricklaying, plastering, plumbing and carpentry - and at the top crafts aspiring to the condition of fine art. […] Akin to the lowly building trades are those crafts and hobbies associated with the house and housewives: sewing, knitting, curtain-making and so on. Domestic crafts tend to be part-time and amateur, though in some cases they develop into full-time, professional activities."

> "Quanto menos desenvolvida industrial e tecnologicamente uma sociedade for, mais ela depende do artesanato no dia a dia, e por isso ele continua a desempenhar um papel importante nos países do Terceiro Mundo. Nas sociedades avançadas, em nítido contraste, o artesanato tende a fazer parte dos mercados de luxo e de presentes. O Primeiro e o Terceiro Mundo se encontram nos produtos artesanais feitos pelos pobres para turistas estrangeiros abastados, ou seja, as chamadas artes 'étnicas', 'turísticas' ou 'de aeroporto'."(Walker e Attfield, 1989, p. 39)[5]

Além disso, Walker descreve o artesanato como resíduo de sociedades "menos desenvolvidas industrial e tecnologicamente" e afirma que grande parte do craft contemporâneo é de "baixa qualidade", aproximando-o do kitsch e do "gosto regressivo" (Walker, 1989, p. 39-42). Ao associar essas práticas a atraso, amadorismo e mercados turísticos voltados ao exotismo, o autor adota um discurso que, historicamente, foi mobilizado para deslegitimar o trabalho manual de populações do sul global, pobres e – novamente – mulheres. Quando acrescenta que artesãs normalmente seguem padrões tradicionais com poucas variações (Walker, 1989, p. 40), reforça estereótipos de falta de originalidade e dependência de modelos externos, em contraste com a ideia moderna de design como prática de inovação autoral, desconsiderando, também, a habilidade e o conhecimento técnico envolvidos na manufatura desses objetos. Assim, ainda que Walker conclua que o sexismo seria menos evidente no artesanato, suas próprias categorias e juízos de valor revelam a força de uma matriz patriarcal que determina o que é considerado design legítimo – e o que permanece relegado ao campo do "manual", do "doméstico" e do "menor".

Para além desta problemática, em seu artigo "Sexual Division of Labour in the Arts and Crafts Movement" ("A view from the interior: feminism, women, and design", 1989), Anthea Callen discorre como, historicamente, mesmo quando a mulher[6] necessitava se inserir no mercado, trabalhando de forma remunerada – fato que já era considerado demérito pela sociedade, que considerava a prática pouco feminina – escassas eram as atribuições adequadas, não subversivas.

---

[5] Tradução livre do original: "The less a society is developed industrially and technologically, the more it relies upon crafts in everyday life, hence they continue to play an important role in Third World countries. Within advanced societies, in sharp contrast, crafts tend to be part of the luxury and gift markets. First and Third worlds come together in the craft products made by the poor for affluent foreign tourists, that is the so-called 'ethnic', 'tourist' or 'airport arts'."

[6] A mulher de classe-média, européia, de uma Inglaterra do século XIX. A autora não considera, nesse momento, as mulheres da classe operária, pobres, que necessitavam trabalhar para que pudessem sobreviver.

> “Tendo em vista as características atribuídas às damas, era essencial encontrar para elas um trabalho que pudesse ser considerado "adequado". [...] O trabalho artístico era uma das poucas ocupações consideradas adequadas para mulheres da classe média no período vitoriano. Eis um campo de trabalho que parecia ser meramente uma extensão das realizações femininas tradicionais. Ele reforçaria, em vez de corroer, o papel designado como "natural" para a mulher vitoriana, pois o trabalho artístico representava apenas o menor ajuste de sua posição social aceita (“A view from the interior: feminism, women, and design”, 1989, p. 153)[7]

Nesse sentido, existia uma “retroalimentação” de uma distinção entre a valorização dos espaços públicos/masculinos e privados/femininos. Assim, Callen discorre como, historicamente, a mulher[8] foi empurrada para práticas que reforçavam essa separação: atividades como bordado, pintura em porcelana, joalheria, encadernação, ilustração ou entalhe em madeira eram, em grande medida, escolhidas não apenas por afinidade, mas porque podiam ser realizadas dentro de casa, sem necessidade de um ateliê formal. Esse cenário, embora tenha permitido que muitas mulheres ingressassem em trabalhos artesanais, também consolidou a associação entre o espaço doméstico e o universo feminino, reproduzindo a lógica que reservava aos homens o domínio do público e do profissional.

Callen evidencia que essa divisão não era apenas simbólica, mas estrutural: a própria organização da vida doméstica dificultava que mulheres se dedicassem a uma prática contínua, uma vez que suas rotinas eram marcadas por interrupções, cuidados e obrigações familiares. Enquanto homens podiam isolar-se em bibliotecas ou estúdios para garantir concentração e continuidade, às mulheres raramente era concedido o mesmo nível de autonomia – nem por suas famílias, nem pela sociedade. Assim, a pretensa “incapacidade” feminina de atingir altos níveis de excelência era construída e reforçada pelas condições materiais de sua existência, e não por falta de talento ou empenho.

Essa lógica de confinamento doméstico também produziu efeitos diretos sobre a forma como o trabalho feminino foi historicamente remunerado e percebido. No século XIX, como observa Callen, o salário das mulheres era entendido apenas como um complemento à renda masculina – o chamado *pin money*. Essa percepção social tinha implicações profundas: em nenhum momento suas remunerações eram suficientes para garantir autonomia financeira,

---

[7] Tradução livre do original: “In view of the characteristics attributed to ladies, it was essential to find work for them which could be considered ‘suitable’.[...] Art work was one of the few occupations considered suitable for middle-class women in the Victorian period. Here was a field of employment that appeared to be merely an extension of traditional feminine accomplishments. It would enhance rather than erode the role designated as ‘natural’ for the Victorian woman, for art work represented only the slightest adjustment of her accepted social position:” (“A view from the interior: feminism, women, and design”, 1989, p. 153)

[8] Novamente, mulher burguesa, européia, de uma Inglaterra do século XIX.

o que tornava a situação particularmente grave para mulheres solteiras ou viúvas, independentemente da classe social. Para muitas, sobretudo as casadas, restava o trabalho no regime de *out-work*, isto é, a realização de tarefas produtivas dentro do lar, numa tentativa de conciliar as exigências domésticas com a necessidade de gerar renda.

Embora esse modelo pudesse parecer uma continuidade do sistema produtivo pré-industrial, em que a casa era também um espaço de trabalho, a realidade do *out-work* era bastante distinta: nele, as mulheres dependiam de agentes e intermediários que determinavam prazos rígidos, controlavam pagamentos e frequentemente desvalorizavam tanto a mão-de-obra quanto o saber técnico envolvido. Era um sistema marcado por remuneração baixíssima, jornadas extensas e ausência quase total de proteção trabalhista. Somado a isso, o isolamento imposto pelo trabalho doméstico impedia a organização política dessas mulheres, inviabilizando mobilizações coletivas por melhores condições. Assim, consolidou-se um contingente feminino vulnerável, mal remunerado e facilmente manipulável, acionada conforme as demandas econômicas do período.

Esse contexto evidencia como a precarização do trabalho feminino estava intrinsecamente vinculada à ideologia da separação entre público e privado. Essa constatação evidencia o que Buckley afirma em seu artigo Feito no patriarcado: Por uma Análise feminista de mulheres e design (1986):

> "Para agravar essa desvalorização do trabalho de designers mulheres, entende-se que os trabalhos de design criados por mulheres no ambiente doméstico (seu espaço natural, num patriarcado) possuem um valor de uso, e não um valor de troca. […] Nesse momento, capitalismo e patriarcado interagem para desvalorizar esse tipo de design;"(Buckley, 2025, page 43)

Ao atribuir esse fenômeno, também, ao capitalismo, Cheryl (1986) reafirma a sistematização da subjugação do trabalho feminino. Ao serem restringidas ao ambiente doméstico, as mulheres não apenas tiveram suas práticas criativas e produtivas deslegitimadas como parte da história do design, mas também foram mantidas à margem das estruturas formais de trabalho e reconhecimento.

Isto posto, bem como Cheryl (1986) reconhece, a exclusão das artes manuais da história do design, é excluir a produção feminina do design, uma vez que historicamente, para muitas delas, as práticas artesanais constituíam a única forma possível de atuação, já que o acesso às fábricas do emergente sistema industrial, assim como às novas instituições de ensino em design, eram restritos para elas. (Buckley, 2025, page 47)

2.3. Design feminino?

Mesmo quando superadas as barreiras de gênero na inserção da mulher no ambiente do design como atividade laboral, outra série de desafios são experienciados por elas enquanto profissionais. Theodore low De Vinne, importante acadêmico em tipografia, em sua palestra de 1892 – que posteriormente foi publicada como: *Masculine Printing* – sistematizou e estabeleceu academicamente o que significava o feminino no campo do design à época:

> "Eu chamo um trabalho de impressão de "masculino" quando ele é notável por sua legibilidade, força e ausência de ornamentos inúteis. Eu chamo de "feminino" qualquer trabalho de impressão que é notável por sua delicadeza, e pela fraqueza que sempre acompanha a delicadeza, bem como a grande quantidade de ornamentos"[9] (DE VINNE, 1892)

Mais tarde, com a ascensão do pensamento modernista, em 1913, – mas ainda no auge do Art Nouveau na Áustria – o autor publica seu ensaio: *Ornament and Crime, reforçando,* novamente, seu pensamento contrário ao que considera imoral e degenerado, o ornamento. Como Sowersby (2021) aponta: "Um quadro insidioso começa a surgir: o ornamento é feminino, fraco, inútil, corrupto, degenerado."[10]

Nesse sentido, como observa Attfield (1989), a concepção de design dominante no auge do movimento do Bom Design sustentava que, ao seguir corretamente um conjunto de princípios funcionais pré-estabelecidos, a "beleza" surgiria de maneira automática. Essa lógica produziu uma hierarquia de valores dentro do campo: elementos ligados à função eram elevados como essenciais, enquanto o ornamento – associado à forma – passou a ser visto como supérfluo, frágil e, consequentemente, **feminino**.

Assim como Carmona (2025) argumenta, a escolha das palavras reforça um discurso misógino, em que as fontes neutras, masculinas, são a norma, enquanto as fontes delicadas, femininas, são consideradas as *outras*. Essa lógica estabelece uma hierarquia simbólica na qual o masculino representa universalidade, neutralidade e racionalidade, ao passo que o feminino é associado ao excesso, ao desvio e à ornamentação. Tal oposição não apenas marca tipografias com valores distintos, mas também reproduz no campo do design as mesmas

---

[9] Tradução livre, por Hele Carmona (2025), do original: "I call printing 'masculine' that is noticeable for its readability, for its strength and absence of useless ornament. I call 'feminine' all printing that is noticeable for its delicacy, and for the weakness that always accompanies delicacy, as well as for its profusion of ornamentation."

[10] Tradução livre do original: "An insidious picture starts to emerge: ornament is feminine, weak, useless, corrupt, degenerate."

estruturas de poder que historicamente relegaram produções femininas a posições de menor prestígio.

Esse processo opera de modo naturalizado: ao classificarmos certos traços como "profissionais" e outros como "decorativos", reforçamos convenções que têm raízes sociais, não formais, e que orientam tanto a prática projetual quanto a recepção dessas tipografias. Ao desvelar esses mecanismos, torna-se possível questionar a própria construção de neutralidade no design, reconhecendo que aquilo que se apresenta como "padrão" carrega, na verdade, marcas de gênero que moldam o campo de forma profunda e persistente.

> "Fontes não tem gênero, assim como cores não tem gênero e formas não têm gênero. Existem **estereótipos**. Existe todo um sistema retroalimentado: é óbvio que hoje em dia a maioria das peças gráficas destinada ao público feminino é rosa ou roxo e usa fontes cursivas e fluidas, então **como podemos esperar que pessoas que veem essa associação por toda parte não sejam influenciadas por ela?** Se eu fizer uma pesquisa com pessoas aleatórias que eu conheço e perguntar o que elas acham da fonte que mostrei acima, Beatrice, elas podem usar a feminilidade como uma característica. Mas elas poderiam simplesmente dizer delicada, fluida, script, arredondada, suave - esses são adjetivos que realmente descrevem a fonte. Não precisamos de mais adjetivos, e não precisamos associar *ainda mais* fragilidade e frivolidade com feminilidade. Principalmente, não precisamos *opor* força e utilidade a feminilidade; não devemos.
>
> E não é que *nada* é feminino. A questão é a associação de masculino com *bom* e de feminino com *ruim*, ou ***ruim disfarçado***: "delicado" (outros diriam frágil), "ornamentado" (preciso lembrar vocês do Adolf Loos?), etc." (Carmona, 2025)

Esse pensamento, reafirma o que tanto Buckley (1986) quanto Cresto e França (2024) problematizam ao apontar que o trabalho feminino no design foi sistematicamente enquadrado como "decorativo", "leve" ou "auxiliar". Essa classificação não apenas desqualificava suas contribuições, mas também reforçava a ideia de que o verdadeiro núcleo da disciplina – o espaço do "racional", do "universal", do "essencial" – pertenceria aos homens.

Assim, a lógica tipográfica discutida por Carmona (2025) encontra aqui um paralelo direto: a mesma divisão simbólica que diferencia tipografias "neutras" e "ornamentais" também estruturou a forma como a historiografia do design distribuiu valor entre diferentes práticas e agentes. Aquilo que foi associado ao masculino tornou-se sinônimo de competência e centralidade; aquilo que foi marcado como feminino foi deslocado para margens consideradas acessórias.

Tabela 3 - Estereótipos de gênero no campo do design

Termos historicamente articulados ao "mundo masculino"	**Termos historicamente articulados ao "mundo feminino"**
Design/Design Industrial	Artesanato, Artes Decorativas e Aplicadas
Esfera Pública/Produção	Esfera Privada/Consumo
Trabalho profissional, produtivo e remunerado	Trabalho doméstico, cuidado infantil, passatempo, trabalho "por amor", não remunerado
Razão	Emoção
Criação/Criatividade/Genialidade	Execução/"Dom natural"/Sorte
Modernismo/Purismo	Tradicionalismo /Ecletismo
Elementos abstratos/ Visão "global" / Função Prática	Elementos figurativos/ Ornamento/ Decoração/ Aptidão para detalhes / Função Estética
Tons acromáticos/metal/couro	Tons cromáticos/madeira

Fonte: "Aqui não bordamos almofadas": estereótipos de gênero na trajetória de mulheres na História do Design, Cresto e França (2024)

Dentro desse discurso, percebe-se a contradição histórica dentro dos movimentos artísticos. Mesmo os movimentos que utilizam do adorno, do ornamento e da delicadeza como artifícios imprescindíveis dentro das próprias estéticas – como Arts and Crafts e o Art Nouveau– ainda têm seus maiores e mais reconhecidos nomes, os de homens – citando William Morris e Alfons Mucha apenas como exemplo, podendo referenciar ainda tantos outros. A partir do momento em que o decorativo foi associado negativamente, como fraqueza, abriu-se espaço para que essa desvalorização fosse usada como ferramenta de distinção e exclusão de gênero.

Desse modo, o apagamento ou a minimização do trabalho de mulheres no design não decorre necessariamente da natureza de suas contribuições, mas da construção histórica de critérios de prestígio profundamente atravessados por gênero, que moldaram a disciplina tanto em suas narrativas quanto em suas práticas. Pela ótica da produção efetivamente feminina, Campi (2010) constata que, de fato, esses estereótipos de gênero não se aplicam na realidade – ou pelo menos não da forma como se espera:

> "Outra conclusão a que se chegou após examinar o trabalho de muitas designers é que não existe, de fato, um estilo feminino, e que o suposto toque feminino que alguns empregadores esperam não se traduz em um repertório específico de formas. Pelo contrário, muitas designers argumentam que sua abordagem aos projetos é diferente da dos homens. Elas sustentam que não projetam tanto para a autorrepresentação do objeto, mas sim para servir ao usuário e resolver problemas práticos. Portanto, seu trabalho é mais discreto e menos influenciado pela mídia. Elas frequentemente protestam, e com razão, que eletrodomésticos, artigos infantis ou produtos de limpeza parecem ter sido projetados por homens que não sabem realmente o que significa cozinhar, limpar ou cuidar de um bebê. Muitos designers não rejeitam o toque feminino, desde que ele se traduza em objetos mais práticos, menos tecnocráticos e mais humanos." (Campi, 2010, p. 16,17)[11]

Dessa forma, pode-se provocar que de fato não existe o chamado "design feminino". Como Carmona (2025) constatou, o que se vê é, mais uma vez, uma retroalimentação de padrões que, de tanto serem reproduzidos, se cristalizaram como parte das noções fundamentais de gênero no campo. Em vez de apontar para uma essência feminina no fazer projetual, essas associações refletem construções sociais que delimitam quais práticas, competências e estéticas são reconhecidas como legítimas. Assim, o que se convencionou interpretar como "feminino" no design diz menos sobre as mulheres e mais sobre as estruturas históricas que condicionaram sua participação – restringindo suas possibilidades, classificando seus trabalhos como menores e moldando expectativas sobre o que lhes seria próprio.

Reconhecer essa lógica é fundamental para desfazer a ideia de que haveria um estilo, um método ou um olhar inerentemente feminino, e para compreender que tais atribuições foram historicamente utilizadas para justificar desigualdades de acesso, visibilidade e prestígio. Ao evidenciar que essas fronteiras são artificiais e construídas, abre-se espaço para reavaliar narrativas, valorizar práticas silenciadas e questionar os critérios que definem o que é – ou não é – considerado design. Mais do que buscar uma identidade feminina para o campo, o desafio está em reconstruir um entendimento de design que seja capaz de abarcar múltiplas experiências, linguagens e protagonismos, livre das amarras de classificações generificadas que há tanto tempo o limitam.

---

[11] Tradução livre do original: "Otra conclusión a la que se llega después de haber examinado el trabajo de muchas diseñadoras es que no existe en absoluto un estilo femenino y que el consabido toque femenino que esperan algunos empresarios no se traduce en un repertorio de formas determinado. En cambio muchas diseñadoras defienden que su manera de emprender los proyectos es diferente de la de los hombres. Ellas argumentan que no diseñan tanto para la autorrepresentación del objeto como para dar servicio al usuario y resolver problemas prácticos. Por lo tanto su obra es más discreta y menos mediática. Protestan, a menudo y con razón, de que los electrodomésticos, artículos infantiles o de limpieza parecen haber sido diseñados por hombres que no saben realmente lo que significa cocinar, limpiar o cuidar un bebé. Muchas diseñadoras no reniegan del toque feme- nino siempre y cuando éste consista en diseñar objetos más prácticos, menos tecnocráticos y más humanos."

3. *Tricô e Crochê*

Depois de situar as tensões históricas entre gênero, artes manuais e design, o capítulo 3 mergulha finalmente no objeto central desta pesquisa: a revista **Tricô e Crochê**. Aqui, o foco se desloca para a materialidade, para a forma como esses discursos aparecem na prática – nas páginas, nas tipografias, nas imagens, nos textos e nas escolhas editoriais.

Este capítulo parte do acervo físico reunido pela autora e constrói uma análise empírica que dialoga diretamente com o debate teórico anterior. O objetivo é observar o periódico não apenas como um registro gráfico do período, mas como um espaço de produção e reprodução de sentidos sobre feminilidade, trabalho, técnica e consumo. A partir de elementos quantitativos e qualitativos, busca-se compreender que tipo de imaginário a revista ajudou a consolidar e como ela se insere na história das mulheres no design.

3.1. A revista

A revista Tricô e Crochê esteve em circulação no Brasil entre 1943 e 1952 e, apesar de sua importância histórica no cenário das artes manuais e da cultura visual brasileira, as informações disponíveis sobre o periódico são extremamente escassas. Na maior parte das vezes, ele aparece mencionado apenas nominalmente, geralmente em estudos sobre trabalhos manuais femininos ou em pesquisas dedicadas a Alceu Penna, principal nome por trás da publicação. Gabriela Ordones Penna – sobrinha-neta do ilustrador (Choucair, 2015) e especialista em sua obra – constitui hoje a fonte mais consistente sobre o tema, ainda que a revista não tenha sido objeto de investigação aprofundada em seus trabalhos.

Segundo Penna (2010), compreender o surgimento de *Tricô e Crochê* exige olhar para o contexto cultural da época. Em meados do século XX, esperava-se que a "boa moça prendada" cultivasse diversas habilidades domésticas, incluindo as chamadas "artes femininas". No Brasil, ainda conservador mesmo diante do avanço desenvolvimentista, as revistas destinadas ao público feminino funcionavam como um espaço de escape e também de prescrição de comportamentos. É nesse cenário que a revista Tricô e Crochê surge, na década de 1940, como estratégia de divulgação das lãs da Santista Têxtil, empresa fundada em 1929 como Fábrica de Tecidos Tatuapé S.A. e que, a partir de 1934, passou a investir fortemente na produção de lãs. Para consolidar seu mercado consumidor em meio a concorrentes consolidadas – como *A Cigarra* e *O Cruzeiro* – a empresa convidou Alceu

Penna, já colaborador desde 1945, para desenvolver o planejamento gráfico, a identidade visual e as ilustrações da nova publicação.

Penna já era reconhecido por seu trabalho marcante com figuras femininas – especialmente suas pin-ups publicadas na coluna *As Garotas*. Em seus calendários ilustrados para a Santista, distribuídos a clientes e parceiros, sua estética colorida e sedutora destacava produtos diversos da marca, como óleos vegetais, anil e tecidos.

A revista Tricô e Crochê, que chegou a alcançar uma tiragem de 39 mil exemplares, era bimestral e se anunciava como um "magazine feminino de trabalhos manuais". Além de assinar as capas, Alceu Penna era responsável pela concepção visual das seções de moda e pelas ilustrações das peças, trazendo para o público brasileiro referências atualizadas das passarelas de Nova York e Paris. As receitas e moldes de tricô – que iam do enxoval do bebê a itens para a casa – ficavam a cargo de Amélia Laurindo.

Figura 4: Spread da revista *Tricô e Crochê* número 43.

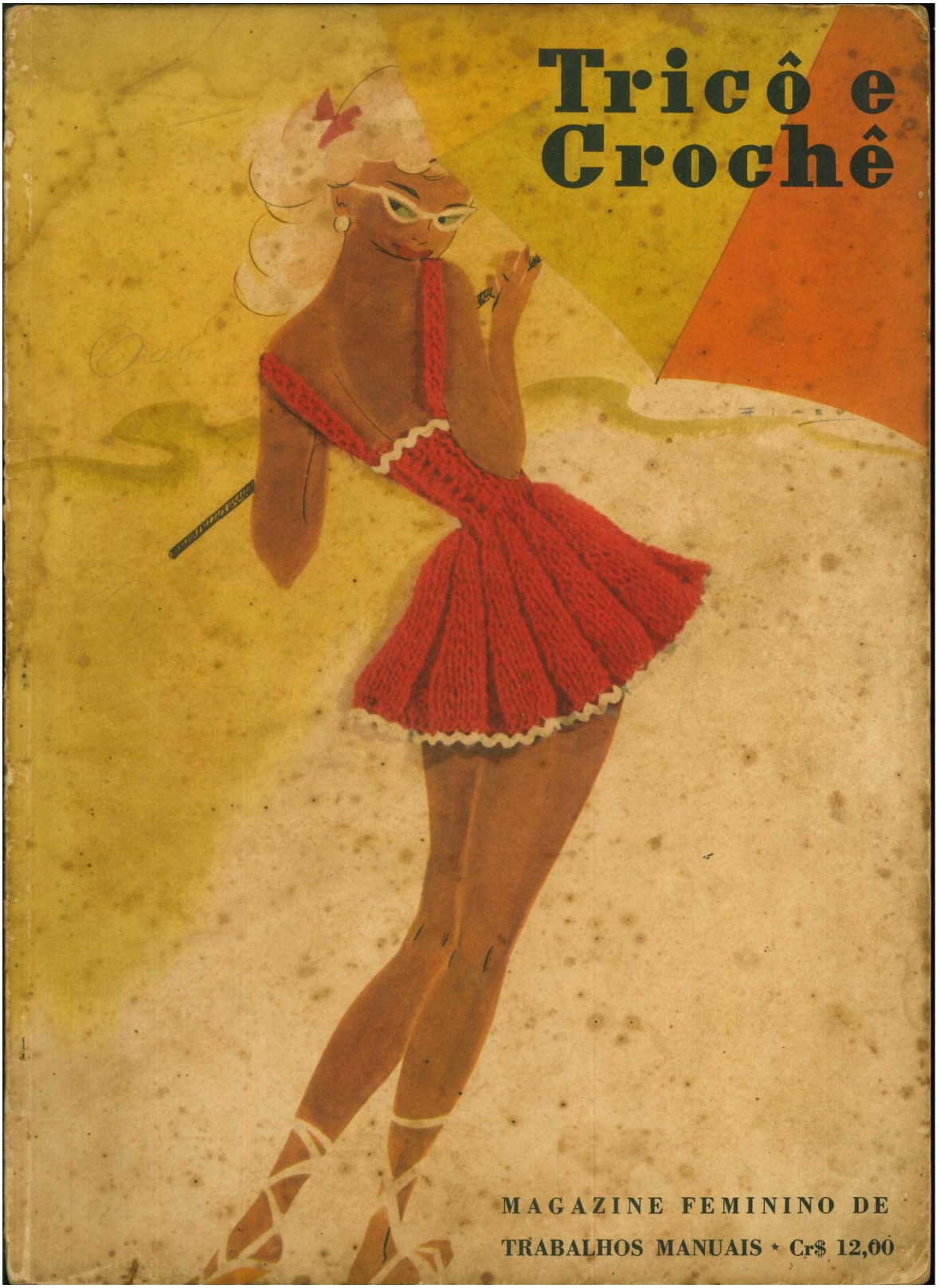


Fonte: arquivo pessoal.

Um dos maiores desafios de Penna consistia em representar graficamente, com fidelidade e impacto visual, as texturas complexas das tramas de tricô. Para isso, contou com

a colaboração de sua mãe, Dona Mercedes, que confeccionava pequenas amostras em tricô especialmente para as sessões fotográficas. Essas amostras eram aplicadas à composição das capas, permitindo recriar com precisão tátil a profundidade das tramas. O resultado, como observa Penna (2010), era impressionante e se tornou uma marca registrada até o fim da circulação da revista, em 1952. A combinação singular de cores, contrastes, alquimia visual e figuras femininas envolventes funcionava como um verdadeiro ímã para as leitoras, mesmo vindo de um artista que, ironicamente, era daltônico.

Figura 5: Capa da revista *Tricô e Crochê* número 30.



Fonte: arquivo pessoal.

Figura 6: Capa da revista *Tricô e Crochê* número 31.



Fonte: arquivo pessoal.

Figura 7: Capa da revista *Tricô e Crochê* número 32.



Fonte: arquivo pessoal.

Considerando a pouca disponibilidade de estudos aprofundados sobre a revista, torna-se necessário observar o próprio objeto como fonte primária. Assim, para além da

reconstituição histórica já apresentada, este capítulo avança para uma investigação empírica do conteúdo da *Tricô e Crochê*. A análise quantitativa das edições que compõem o acervo pessoal da autora permite identificar padrões e recorrências – temas, técnicas, distribuição de seções, presença de ilustrações, anúncios e representações femininas – que ajudam a decifrar o papel da revista no contexto das artes manuais e do design no Brasil.

3.1.1. Análise do periódico

Como já abordado anteriormente, a análise dos exemplares não se deu pelo acervo completo de todas as edições. O estudo se limitou a observar apenas os números que puderam ser adquiridos fisicamente, uma coleção de 13 exemplares:

- nº 6 – ano desconhecido (possivelmente 1944)
- nº 25 – Janeiro-Fevereiro de 1948
- nº 28 – Setembro-Outubro de 1948
- nº 30 – Janeiro-Fevereiro-Março-Abril de 1949
- nº 31 – Maio-Junho de 1949
- nº32 – Julho-Agosto de 1949
- nº 33 – Setembro-Outubro de 1949
- nº 35 – Janeiro-Fevereiro-Março-Abril de 1950
- nº 36 – Maio-Junho de 1950
- nº 39 – Janeiro-Fevereiro-Março-Abril de 1951
- nº 41 – 1952
- nº 42 – 1952
- nº 43 – 1952

Tendo em vista o debate construído sobre a marginalização histórica das artes manuais no campo do design, a observação direta do conteúdo da *Tricô e Crochê* torna-se fundamental para compreender, de maneira material, como esses discursos se manifestavam editorialmente. Assim, a etapa empírica da pesquisa buscou mapear elementos recorrentes da revista e quantificar aspectos que ajudam a revelar seus valores e prioridades.

Para isso, foram definidos eixos de análise – título e seção – que orientaram a sistematização dos dados. Os resultados foram, então, convertidos em gráficos que facilitam a visualização das tendências identificadas. Os gráficos apresentados a seguir, portanto, não

apenas ilustram o conteúdo dessas edições, mas também sustentam interpretações sobre o papel da revista na consolidação de um imaginário feminino no pós-guerra brasileiro.

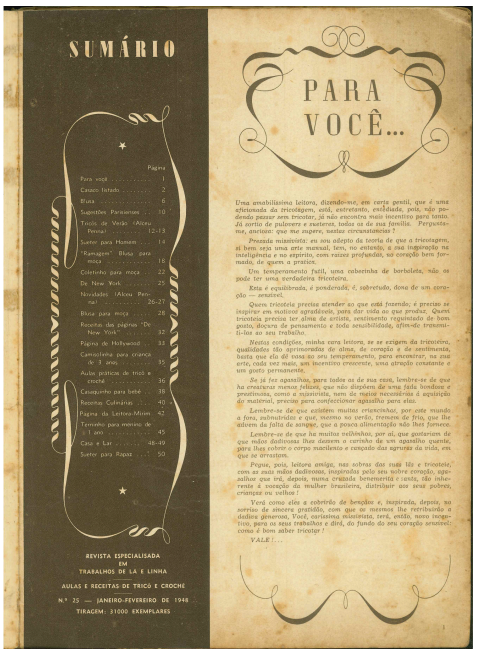
Empiricamente, é possível relacionar tanto a configuração gráfica da revista quanto suas escolhas editoriais às problemáticas discutidas anteriormente. No plano visual, observa-se que Tricô e Crochê recorre sistematicamente a elementos decorativos – arabescos, enquadramentos ornamentados e uma profusão de motivos florais e laços – que reforçam associações historicamente construídas entre feminilidade, delicadeza e domesticidade. Esses recursos não apenas compõem a estética da publicação, mas também operam como marcadores simbólicos que reiteram o enquadramento do trabalho manual como uma atividade essencialmente feminina. Assim, o projeto gráfico, longe de ser neutro, participa ativamente da manutenção dos discursos de gênero vigentes à época, configurando um ambiente visual que corresponde às expectativas culturais atribuídas ao público leitor e ao tipo de prática que a revista buscava promover.

Figura 8: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 28.



Fonte: arquivo pessoal.

Figura 9: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 25.



SUMÁRIO

Página

Para você 1
Casaco listado 2
Blusa 6
Sugestões Parisienses ... 10
Tricôs de Verão (Alceu Penna) ... 12-13
Suéter para Homem ... 14
"Ramagem" Blusa para moça ... 16
Coletinho para moça ... 22
De New York ... 25
Novidades (Alceu Penna) ... 26-27
Blusa para moça ... 28
Receita das páginas "De New York" ... 32
Página de Hollywood ... 33
Camisinha para criança de 3 anos ... 35
Aulas práticas de tricô e crochê ... 36
Casaquinho para bebê ... 38
Receitas Culinárias ... 40
Página da Leitora-Miriam ... 42
Tapetinho para menino de 1 ano ... 45
Casa e Lar ... 48-49
Suéter para Rapaz ... 50

REVISTA ESPECIALISADA
EM
TRABALHOS DE LÃ E LINHA
AULAS E RECEITAS DE TRICÔ E CROCHÊ
Nº 25 — JANEIRO-FEVEREIRO DE 1948
TIRAGEM: 31000 EXEMPLARES

PARA VOCÊ...

Uma amabilíssima leitora, dizendo-me, em carta gentil, que é uma afeiçoada da tricotagem, acrescentando, ainda, estimando, finalmente, pois, não podendo passar sem tricotar, já não encontra mais incentivo para tanto. Já sortio de pulôveres e sueteres, todos os de sua família. Perguntame, anciosa: que me inspire, sugira circunstancias?

Pronto: missão cumprida: eu, um adepto da teoria de que a tricotagem, si bem seja uma arte manual, tem, no entanto, a sua inspiração na inteligência e no espírito, com raizes profundas, no coração bem formado, de quem a pratica.

Um temperamento fútil, uma cabecinha de borboleta, não os pode ter uma verdadeira tricoteira.

Esta é equilibrada, é ponderada, é sobretudo, dona de um coração — sensível.

Quem tricoteia precisa atender ao que está fazendo; é preciso se inspirar em motivos agradáveis, para dar tudo ao que produz. Quem tricoteia precisa ter alma de artista, sentimento requintado de bom gosto, discreto de pensamento e toda sensibilidade, afim de transmitil-as ao seu trabalho.

Nestas condições, minha cara leitora, se se exigem da tricoteira, qualidades tão apreciadas de alma, de coração e de sentimento, basta que ela dê essas ao seu temperamento, para encontrar, na sua arte, cada vez mais, um incentivo crescente, uma atração constante e um gosto permanente.

Se já fez agasalhos, para todos os de sua casa, lembre-se de que ha creaturas menos felizes, que não dispõem de uma fada bondosa e providencial, como a materialista, tem de muita necessidade á aquisição do material, precisa para confeccionar agasalho para elas.

Lembre-se de que existem muitas criancinhas, por este mundo a fora, subnutridas e que, mesmo no verão, tremem de frio, que lhe advem da falta de sangue, que a pouca alimentação não lhes fornece.

Lembre-se de que ha muitos velhinhos, por aí, que gostariam de que mãos dedicosas lhes dessem o carinho de um agasalho quente, para lhes cobrir o corpo macilento e cançado das agruras da vida, em que se arrastam.

Pegue, pois, leitora amiga, nas sobras das suas lãs e tricoteie, com as suas mãos dedicosas, inspiradas pelo seu sobre coração, agasalhos que irá, depois, numa caridade benemerita e cristã, tão inherente á vocação da mulher brasileira, distribuir aos seus pobres, crianças ou velhos!

Verá como eles a cobrirão de bençãos e, inspirada, depois, ao sorriso de sincera gratidão, com que os mesmos lhe retribuirão a dadiva generosa, Você, carinhosa misteriosa, terá, então, novo incentivo, para os seus trabalhos e dirá, do fundo do seu coração sensível: como é bom saber tricotar!

VALE!...



Fonte: arquivo pessoal.

Figura 10: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 25.

Fonte: arquivo pessoal.

Figura 11: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 28.



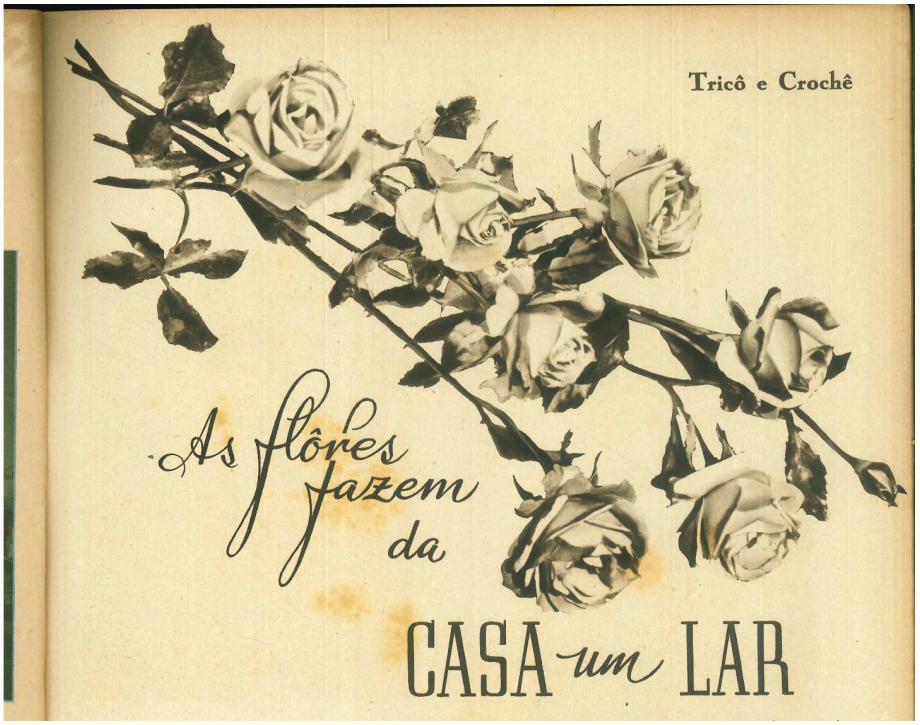
páginas. É claro que o preço será majorado, mas corresponderia a dois números, que a tanto representa o volume de páginas.

Para as assinantes, nenhum acréscimo se cobrará. Receberão o número especial, como se fôra normal, representando isto, uma demonstração das vantagens quanto à tomada de assinaturas.

Esperamos, assim, que as nossas leitoras fiquem satisfeitas com esta Administração e correspondam ao nosso esfôrço, não deixando de adquirir o número especial de Natal.

Fonte: arquivo pessoal.

Figura 12: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 43.



Fonte: arquivo pessoal.

É possível perceber também como o uso da tipografia contribui para definir o tom geral da publicação. A combinação entre títulos em caligrafia manual e fontes serifadas mais robustas produz uma identidade visual que equilibra delicadeza e sofisticação. Mais uma vez, percebe-se o que foi discutido acerca da utilização da tipografia para distinção de gêneros. A forma de escrita caligráfica, delicada e ornamentada, aparece aqui como comprovação do estereótipo. Feminilidade se apresenta como sinônimo de fragilidade e frivolidade – apesar de toda a caligrafia e composição tipográfica da revista ter sido feita por um homem.

Esta construção tipográfica do periódico reforça constantemente a noção de "elegância", mencionada explicitamente em diversas edições, e funciona como um marcador simbólico do público-alvo: mulheres de classe média que eram interpeladas a cultivar bom gosto, refinamento e habilidades manuais como atributos desejáveis de feminilidade. Desse modo, a revista não apenas comunica conteúdo, mas também performa graficamente os valores que pretendia afirmar.

Figura 13: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 39.



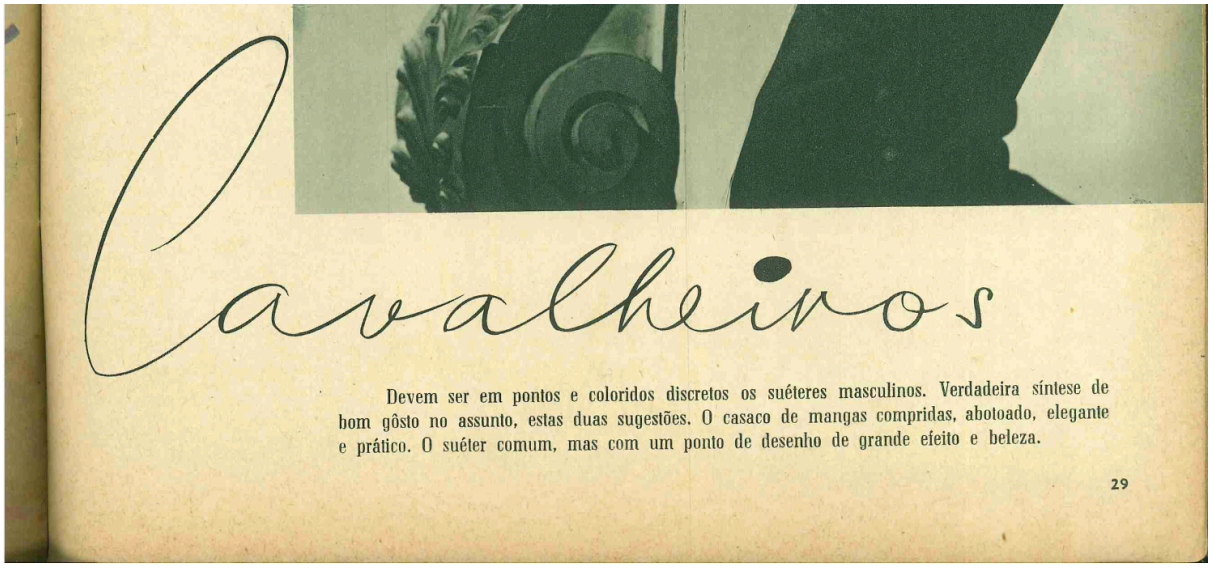
Fonte: arquivo pessoal.

Figura 14: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 36.



Fonte: arquivo pessoal.

Figura 15: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 39.



Fonte: arquivo pessoal.

Figura 16: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 43.



Fonte: arquivo pessoal.

Nesse sentido, é possível perceber o mesmo fenômeno observado por Martins (2000) no que tange a expectativa das mulheres na sociedade à época. Existe uma dualidade de pensamento e posicionamento da comunicação para a mulher na mídia em geral. Se por um lado são vendidos à mulher a elegância, os hábitos da francesa e da americana como bens de consumo, por outro, o discurso permanece conservador. As mulheres ainda se veem sujeitas à figura masculina no âmbito privado, enquanto sonham e almejam a modernidade e liberdade – idealistas – da estrangeira.

“Na sociedade de gama variada dos primórdios da industrialização paulista, a preferência pelo produto importado em detrimento do similar recente “nacional” teve sua correspondência no tocante à divulgação de modelos femininos. Aquele da ‘parisiense elegante’ e da ‘jovem *yankee* moderna’ foram opções preferenciais dos *clichés* da época, intensamente divulgados pela imprensa, reforçando a tendência bovarista da população leitora feminina; em contrapartida, por outros mecanismos de comunicação das próprias revistas, reforçava o estereótipo da brasileira paulistana vinculada à tradição, à religião, à família. Certo que a mulher ainda não formalizara sua atuação no mercado de trabalho, na sua maioria sem colocação profissional, voltada para as prendas domésticas, dependendo da renda de terceiros – família, marido, herança e outros.” (Martins, 2000, p. 379)

Figura 17: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 25.



Fonte: arquivo pessoal.

Figura 18: Spread da revista *Tricô e Crochê* número 33.



Fonte: arquivo pessoal.

Ainda segundo Martins (2000), a autora constata a presença dos periódicos na primeira metade do século XX como importante veículo de novidades para a sociedade feminina – mais especificamente a paulistana. De acordo com ela, a crescente ascensão social, fruto do boom econômico à época, imputava à nova classe média e alta feminina a adequação ao *status quo* vigente. Para ser bem vista na alta sociedade, as mulheres precisavam se atualizar, pelas revistas, sobre as novas modas que vinham do estrangeiro.

> "Entre a classe média emergente e/ou em ascensão e a elite que frequentava a Ópera, as missas e as recepções de casamentos, movimentava-se um comércio expressivo, cuja existência dependia fortemente do consumo feminino. Para aquelas frações de classe, legitimar e/ou ostentar a situação privilegiada exigia a representação das posições conquistadas na estamental sociedade paulistana. Mais ainda naquele momento de competição e confronto com o estrangeiro, que vinha adquirindo posses. [...] A busca dos sinais de distinção estava na ordem do dia, traduzidos por práticas também estimuladas e assimiladas via periodismo." (Martins, 2000, p. 382)

Figura 19: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 35.



Fonte: arquivo pessoal.

Figura 20: Spread da revista *Tricô e Crochê* número 39.



Fonte: arquivo pessoal.

Apesar da suposta modernidade dessa dona de casa idealizada pelos editores, os discursos permaneciam conservadores e delimitantes. Tanto a publicidade – que será discutida em um capítulo à parte – quanto as escolhas editoriais para as matérias reforçam o desejo de uma sociedade patriarcal de moldar comportamentos, expectativas e aspirações femininas. Mais do que apresentar técnicas de tricô e crochê, a revista operava como um veículo de normatização, orientando suas leitoras sobre como deveriam se portar, vestir-se, organizar a casa e, em última instância, ocupar o espaço social.

Essa orientação não se manifestava apenas nos conteúdos explícitos, mas também na forma como a revista estruturava sua narrativa visual e textual. A valorização da domesticidade, associada a ideais de elegância, doçura e dedicação familiar, surgia como um caminho naturalizado para a mulher de classe média urbana, especialmente no contexto do pós-guerra brasileiro. Assim, a publicação contribuía para consolidar um imaginário feminino no qual o trabalho manual, apesar de criativo e tecnicamente sofisticado, permanecia inscrito como extensão das obrigações domésticas – e não como prática cultural legítima ou como possibilidade de autonomia profissional.

Observa-se, portanto, uma limitação temática consistente ao longo das edições analisadas. Para além das receitas de tricô e crochê voltadas majoritariamente para vestuário e acessórios femininos, os conteúdos orbitavam quase sempre em torno do universo doméstico. As páginas eram preenchidas por peças destinadas a outros membros da família – sobretudo marido e filhos – e por propostas de decoração para diferentes ambientes da casa. Como já mencionado, a presença de referências estrangeiras era frequente, incluindo notas sobre tendências internacionais e entrevistas com estrelas de Hollywood, usadas como modelo aspiracional. Além disso, a revista incorporava seções de culinária, receitas para as "aspirantes a dona de casa", as chamadas páginas da leitora mirim, além de pequenas colunas de conselhos práticos para as leitoras, reforçando o enquadramento da publicação como um guia abrangente para a dona de casa utópica.

Figura 21: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 25.



SUGESTÕES PARISIENSES

Apresenta hoje, esta página, às suas leitoras um lindo vestido de tarde, de Bolenciaga, com que Paris, por intermédio do S. F. I., as presenteia.

Verão que, neste lindo modêlo, está bem caracterizada a tendência atual das saias compridas. É elegante, nem há negar.

Reparem que os sapatos, as luvas e o cinto, são da mesma côr, combinado com o negro do estampado, aliás muito agradável do tecido.

Vejam igualmente o chapéu, imitando um turbante, mas ostentando uma pluma, que mais original o torna.

E que dizer desta linda morena "made in France"?

10

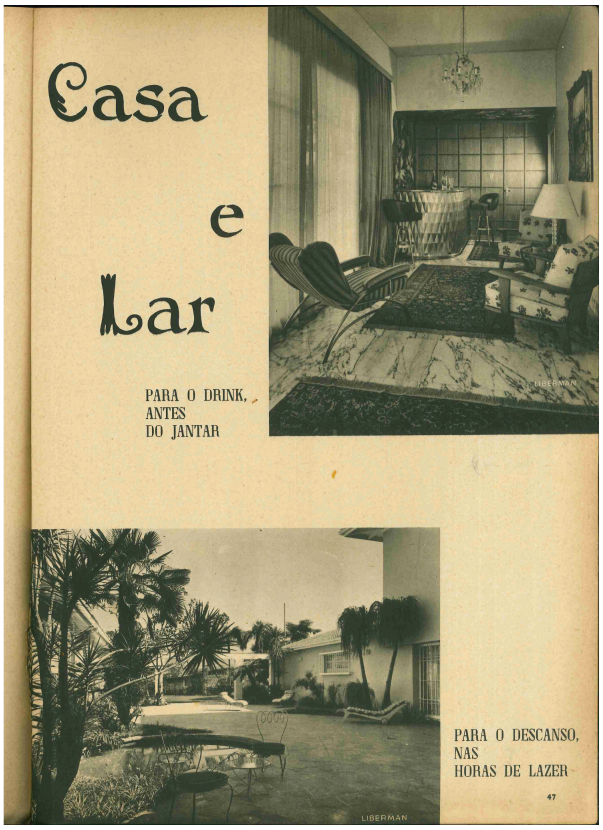
Fonte: arquivo pessoal.

Figura 22: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 39.



Fonte: arquivo pessoal.

Figura 23: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 36.



Fonte: arquivo pessoal.

Figura 24: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 25.



OS TRES IDEAIS DE CARMEN MIRANDA

Por LUIZ FERNANDES, nosso correspondente em Hollywood.

Página de Hollywood

Carmen Miranda é uma pequena de sorte, não resta dúvida. Entretanto, só o fato de ter sorte não a tornaria a celebridade mundial, que é hoje em dia. Acontece que ela é possuidora de grande fôrça de vontade e confiança no seu valor, sem ser convencida, o que já é uma grande coisa numa estrêla de categoria.

Depois de ter alcançado a mais invejável posição no cenário artístico brasileiro, foi levada para a Broadway, por um esperto empresário americano, em 1939, para uma experiência, que se prolongou até esta data, e cujo fim, estamos certos, não está próximo. O palco não conseguiu conservá-la por muito tempo, pois, como era inevitável, Hollywood, logo depois, acenava-lhe com tentadoras ofertas. E surgiu-nos, entre outros, em "Uma Noite no Rio", "Entre a Loura e a Morena", "Minha Secretária Brasileira", "Alegria, Rapazes" e "Serenata Boêmia".

Em conversa com o correspondente de "Tricô e Crochê", em Hollywood, Carmen mostrou-se confiante no sucesso de seu recente trabalho.

— "Copacabana", diz ela, "não tem pretensões de ser uma super-produção, como o "O Vento Levou", por exemplo. É uma comédia musical com história interessante e música bonita. Mas espero, creio mesmo, que agradará ao público brasileiro, principalmente por ser diferente de tudo o que tenho feito até hoje. Aquela repetição em meus papéis não poderia durar por muito tempo; neste filme já faço dois papéis, como sabe, mostro meus cabelos ao natural, uso uma cabeleira loura em algumas partes e canto em francês".

— "E quanto ao casamento, que nos diz? A vida de solteira é melhor?"

— "Qual nada, meu caro!", disse com expontaneidade. "Absolutamente, não concordo com aquêle samba. Sinto-me completamente feliz, casada. Felizmente, nossos gênios combinam muito bem, e David ainda me dá

(Cont. pág. 34)

Fonte: arquivo pessoal.

Figura 25: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 30.



Tricô e Crochê

Receitas CULINARIAS

Arroz com Repôlho 1 repôlho, arroz, cebola, queijo ralado e sal. Retiram-se os talos grossos de um repôlho e corta-se o mesmo em tiras bem finas. Refoga-se uma cebola picada em manteiga e junta-se o repôlho picado, juntamente com o sal. Deixa-se refogar tudo, durante uns 10 minutos e junta-se o arroz, que já deve estar bem lavado. Cobre-se, em seguida, com água e deixa-se cozinhar, durante uma hora. Antes de servir, junta-se queijo ralado e guarnece-se com tomates cortados e refogados, azeitonas pretas, fatias de salame e fôlhas de alface.

●

Carne Entronchada Limpa-se um bom pedaço de "colchão duro" ou "Lagarto", põe-se em vinha d'alho com pedaços de toucinho e azeitonas, durante mais ou menos uma hora. Fazem-se uns buracos na carne com a ponta de uma faca e colocam-se toucinho picado, pedaços de ovos duros e as azeitonas. Leva-se ao fogo moderado, e serve-se mais ou menos fria. Êste tipo de carne presta-se muito bem para pequenos sanduíches.

●

Sardinhas com Tomates Limpam-se as sardinhas e põem-se em vinha d'alho, com uma colher de azeite. Coloca-se em uma panela uma xícara de azeite, uma camada de cebolas em rodelas e outra de tomates, alguns dentes de alho e uma camada de sardinhas. Repetem-se as camadas de tomate e de sardinhas; sôbre a última colocam-se rodelas de tomates. Pode-se pôr massa de tomates. Deixa-se cozinhar em fogo brando durante 2 horas, mais ou menos.

●

"Patê" para Sanduíches Tome ½ quilo de fígado de vitela, lave bem, passe pela máquina, junte 150 gramas de pão velho, embebido no leite e passe tudo pela peneira. Depois junte 200 gramas de banha ou toucinho derretido, sal, 1 pitada de pimenta do reino. Deite numa forma untada de manteiga e leve ao forno em banho-maria. Estará pronto quando, ao espetarmos o palito, êle sair limpo. Deixa-se esfriar bem divide-se em quatro pedaços deitam-se em púcaros de barro vidrado ou em tigelas de louça. Acalque-se muito bem e deite-se por cima 1 colhar de manteiga. Leva-se ao forno para derreter, cubra-se com rodelas de papel impermeável e guarde em lugar fresco ou na geladeira. Só se deve servir no dia seguinte, e não fever. Dura 3 ou 4 dias em perfeito estado de conservação.

●

Rocambole Doce 8 ovos, 8 colheres de açúcar e 6 colheres de farinha de trigo. Batem-se os ovos, como para pão de ló. Mistura-se o açúcar, batendo-se até arrebentar bôlhas. A seguir, a farinha, sem bater, misturando-se com colher de pau. Leva-se a assar em taboleiro forrado com papel impermeável, untado. Quando estiver assado, vira-se sôbre um pano polvilhado de açúcar, passa-se o recheio e enrola-se o rocambole. Para rechear, derretem-se 300 gramas de goiabada, pessegada ou qualquer doce, em água quente. Pode-se rechear com creme de leite ou geléia.

●

Amanteigados Faz-se uma calda grossa, com 4 xícaras de açúcar e 2 xícaras e ½ de água. Retira-se do fogo, junta-se ½ quilo de amêndoas moídas, ou castanhas do Pará, 12 gemas e 4 claras batidas em neve. Deixa-se cozinhar, mexendo-se sempre, até saltar bem a massa da panela. Fazem-se bolinhas e levam-se ao forno para corar. Depois unem-se dois a dois e passam-se em glacé de água, açúcar e bauñilha. Põe-se em caixetas.

●

Sequilhos de Limão 2 pires de farinha de trigo, 3 pires de polvilho doce, 2 pires de açúcar, 1 colher de manteiga, 5 ovos, sumo de limão, 1 pires de gordura derretida. Amassa-se bem, abre-se com o rôlo e corta-se com forminhas e vai em forno brando.

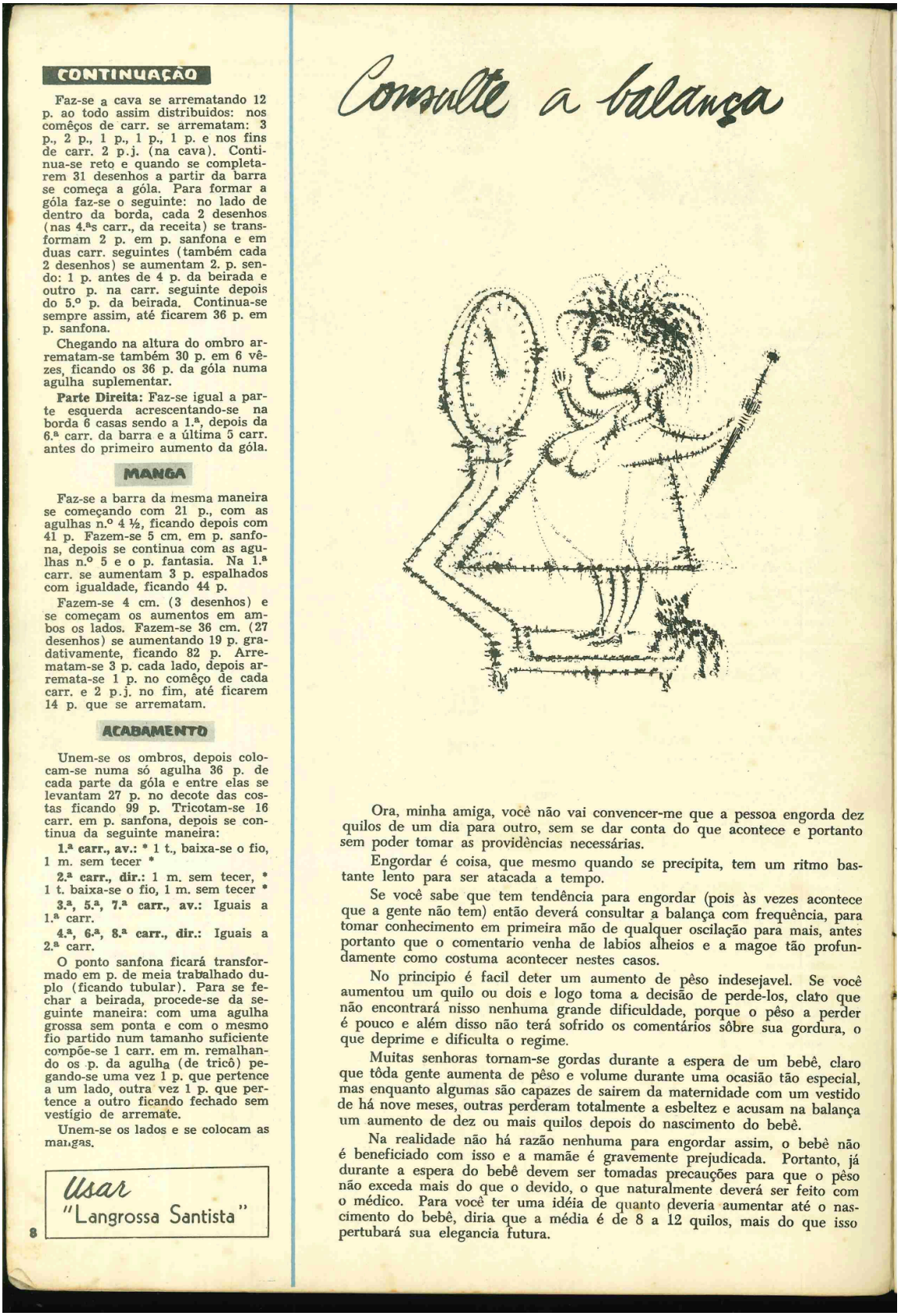
●

Pão de Cerveja 1 quilo de farinha de trigo, 1 garrafa de leite (1 litro menos 1 xícara), 1 xícara de lévedo de cerveja, 4 ovos, 2 colheres de manteiga, 2 colheres de gordura. Sal à vontade e um pouco de açúcar para tirar o gôsto do fermento. Do quilo de farinha tira-se um pires, mistura-se com 1 xícara de fermento de cerveja e uma de leite. Bate-se um pouco com a mão e deixa-se crescer. Depois mistura-se bem o resto, amassando-se até arrebentar bôlhas; põe-se em uma forma untada com gordura. Faz-se uma bolinha de massa e põe-se num copo com água. Quando ela subir à tona, pode-se pôr a fôrma no forno.

42

Fonte: arquivo pessoal.

Figura 26: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 6.



CONTINUAÇÃO

Faz-se a cava se arrematando 12 p. ao todo assim distribuidos: nos começos de carr. se arrematam: 3 p., 2 p., 1 p., 1 p., 1 p. e nos fins de carr. 2 p.j. (na cava). Continua-se reto e quando se completarem 31 desenhos a partir da barra se começa a góla. Para formar a góla faz-se o seguinte: no lado de dentro da borda, cada 2 desenhos (nas 4.ªs carr., da receita) se transformam 2 p. em p. sanfona e em duas carr. seguintes (também cada 2 desenhos) se aumentam 2. p. sendo: 1 p. antes de 4 p. da beirada e outro p. na carr. seguinte depois do 5.º p. da beirada. Continua-se sempre assim, até ficarem 36 p. em p. sanfona.

Chegando na altura do ombro arrematam-se também 30 p. em 6 vêzes, ficando os 36 p. da góla numa agulha suplementar.

Parte Direita: Faz-se igual a parte esquerda acrescentando-se na borda 6 casas sendo a 1.ª, depois da 6.ª carr. da barra e a última 5 carr. antes do primeiro aumento da góla.

MANGA

Faz-se a barra da mesma maneira se começando com 21 p., com as agulhas n.º 4 ½, ficando depois com 41 p. Fazem-se 5 cm. em p. sanfona, depois se continua com as agulhas n.º 5 e o p. fantasia. Na 1.ª carr. se aumentam 3 p. espalhados com igualdade, ficando 44 p.

Fazem-se 4 cm. (3 desenhos) e se começam os aumentos em ambos os lados. Fazem-se 36 cm. (27 desenhos) se aumentando 19 p. gradativamente, ficando 82 p. Arrematam-se 3 p. cada lado, depois arremata-se 1 p. no comêço de cada carr. e 2 p.j. no fim, até ficarem 14 p. que se arrematam.

ACABAMENTO

Unem-se os ombros, depois colocam-se numa só agulha 36 p. de cada parte da góla e entre elas se levantam 27 p. no decote das costas ficando 99 p. Tricotam-se 16 carr. em p. sanfona, depois se continua da seguinte maneira:

1.ª carr., av.: * 1 t., baixa-se o fio, 1 m. sem tecer *

2.ª carr., dir.: 1 m. sem tecer, * 1 t. baixa-se o fio, 1 m. sem tecer *

3.ª, 5.ª, 7.ª carr., av.: Iguais a 1.ª carr.

4.ª, 6.ª, 8.ª carr., dir.: Iguais a 2.ª carr.

O ponto sanfona ficará transformado em p. de meia trabalhado duplo (ficando tubular). Para se fechar a beirada, procede-se da seguinte maneira: com uma agulha grossa sem ponta e com o mesmo fio partido num tamanho suficiente compõe-se 1 carr. em m. remalhando os p. da agulha (de tricô) pegando-se uma vez 1 p. que pertence a um lado, outra vez 1 p. que pertence a outro ficando fechado sem vestígio de arremate.

Unem-se os lados e se colocam as mangas.

Usar
"Langrossa Santista"

Consulte a balança

Ora, minha amiga, você não vai convencer-me que a pessoa engorda dez quilos de um dia para outro, sem se dar conta do que acontece e portanto sem poder tomar as providências necessárias.

Engordar é coisa, que mesmo quando se precipita, tem um ritmo bastante lento para ser atacada a tempo.

Se você sabe que tem tendência para engordar (pois às vezes acontece que a gente não tem) então deverá consultar a balança com frequência, para tomar conhecimento em primeira mão de qualquer oscilação para mais, antes portanto que o comentario venha de labios alheios e a magoe tão profundamente como costuma acontecer nestes casos.

No principio é facil deter um aumento de pêso indesejavel. Se você aumentou um quilo ou dois e logo toma a decisão de perde-los, claro que não encontrará nisso nenhuma grande dificuldade, porque o pêso a perder é pouco e além disso não terá sofrido os comentários sôbre sua gordura, o que deprime e dificulta o regime.

Muitas senhoras tornam-se gordas durante a espera de um bebê, claro que tôda gente aumenta de pêso e volume durante uma ocasião tão especial, mas enquanto algumas são capazes de sairem da maternidade com um vestido de há nove meses, outras perderam totalmente a esbeltez e acusam na balança um aumento de dez ou mais quilos depois do nascimento do bebê.

Na realidade não há razão nenhuma para engordar assim, o bebê não é beneficiado com isso e a mamãe é gravemente prejudicada. Portanto, já durante a espera do bebê devem ser tomadas precauções para que o pêso não exceda mais do que o devido, o que naturalmente deverá ser feito com o médico. Para você ter uma idéia de quanto deveria aumentar até o nascimento do bebê, diria que a média é de 8 a 12 quilos, mais do que isso pertubará sua elegancia futura.

Fonte: arquivo pessoal.

Figura 27: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 36.



Fonte: arquivo pessoal.

Figura 28: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 42.



Fonte: arquivo pessoal.

3.2. A propaganda

Observando os dados, torna-se evidente a centralidade da publicidade dentro da Tricô e Crochê. No conjunto de edições analisadas, cerca de 32% das páginas eram dedicadas a anúncios, com edições que chegavam ao número de 51,2% – um índice expressivo, mas coerente com a própria razão de existência da revista, criada como veículo de promoção das Lãs Santista (Penna, 2010). Esse volume não apenas revela a dependência econômica da publicação em relação ao anunciante, como também evidencia a maneira pela qual o discurso comercial moldava a experiência editorial como um todo.

A publicidade não atuava como um elemento periférico, restrito a espaços marginais; ao contrário, ela se integrava organicamente à narrativa visual e temática da revista. Os anúncios ocupavam posições estratégicas, dialogando diretamente com as matérias e reforçando o ideal de domesticidade feminina que estruturava o periódico.

Ao dialogarem diretamente com o conteúdo editorial, esses anúncios reforçavam – de maneira visual e discursiva – a lógica de divisão sexual do trabalho já discutida por Calle (1989), na qual a mulher era posicionada no espaço privado, responsável pelo cuidado doméstico e pela manutenção estética do lar. A revista, portanto, não apenas refletia esse modelo, mas ajudava a reproduzi-lo ao apresentar uma seleção temática muito específica dentro da publicidade que veiculava.

Essa articulação entre forma gráfica, conteúdo editorial e discurso publicitário ecoa também o que Buckley (1986) problematiza:

> "O grupo mais negligenciado historicamente é provavelmente o consumidor; não deve ser coincidência que as instituições de design, comerciantes e anunciantes costumam considerar o consumidor como uma mulher."(Buckley, 2025, page 48)

A mulher, dentro do universo editorial como um todo, era considerada o maior alvo da publicidade. Como aborda Martins (2000), percebeu-se nela uma oportunidade de lucro. Segundo a autora, o papel de "rainha do lar" era mor, mas se expandir essas possibilidades para a mulher representasse um aumento de lucro para esses empreendedores – homens –, eles expandiriam. Assim, a mulher foi sendo vista como um ser em expansão, não porque de fato teve sua existência validada, mas porque representava poder de compra.

> "Assim, conformava-se a mulher ao mercado do impresso, não apenas como *leitora*, mas sobretudo como *consumidora* de produtos de toda ordem, anunciados pela imprensa através de publicações comprometidas com a venda e o lucro. Nesta perspectiva, um recorte apreciável da produção dirigida à mulher nasceu de *mentes* e *mãos masculinas*: iniciativas de editores envolvidos com o mercado, cientes do potencial de consumo daquele segmento. É notável a incidência de apelos ao público feminino naquele periodismo que se fazia empresa, ainda que inseridos em revistas de temáticas consideradas masculinas, como as agrícolas e algumas esportivas. Em nenhuma delas faltava o "cantinho da mulher", o "figurino da moda" ou mesmo o irresistível "folhetim". (Martins, 2000, p. 378)

Assim, ao promover um ideal de mulher consumidora e simultaneamente produtora de bens domésticos, a revista se alinhava à lógica apontada por Carmona (2025), segundo a qual o design e suas linguagens visuais operam como mecanismos de manutenção de estereótipos de gênero. Nas páginas da *Tricô e Crochê*, esse mecanismo se torna claro: a publicidade atua não apenas para vender produtos, mas para sustentar um imaginário de feminilidade que naturaliza a domesticidade e reforça expectativas sociais sobre o corpo, o tempo e o comportamento das mulheres.

De maneira geral, dentro do que foi analisado no presente recorte das edições, (conforme apêndice), a publicidade se manteve em 7 grandes grupos de categorias[12]:

- Casa;
- Alimentos;
- Fármacos;
- Cosméticos;
- Material para artes manuais;
- Saúde feminina.

Esse agrupamento revela a imagem pintada não só pela revista, mas por toda a conformação social, do cânone feminino. A mulher, antes de cuidar de si, vive em função do outro. Fortificadores para os seus filhos, farinha, fermento, óleo e tudo o que for necessário para que faça bons bolos para a família, dedetizadores para a casa, belos cílios para encantar o marido, a mais nova máquina de tricô para que consiga fazer seus trabalhos ainda mais rápido, para que tenha mais tempo para encaixar outra atividade para o seu lar.

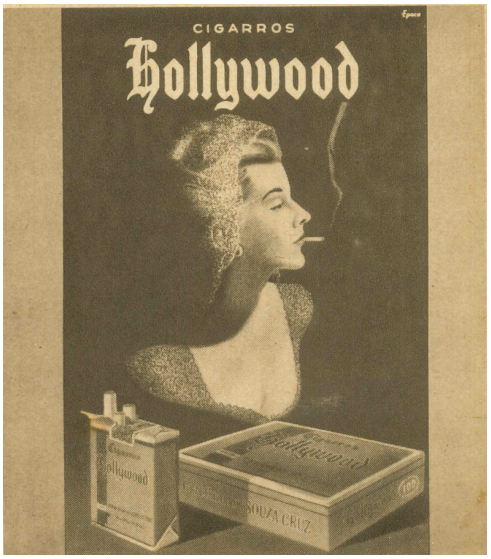
[12] Raras eram as ocasiões em que foi percebido algum desvio – mínimas aparições de cigarros e acessórios, por exemplo.

Figura 29: Contracapa da revista *Tricô e Crochê* número 6.



Fonte: arquivo pessoal.

Figura 30: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 25.



Fonte: arquivo pessoal.

Figura 31: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 33.



Fonte: arquivo pessoal.

Figura 32: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 25.



Fonte: arquivo pessoal.

Figura 33: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 33.



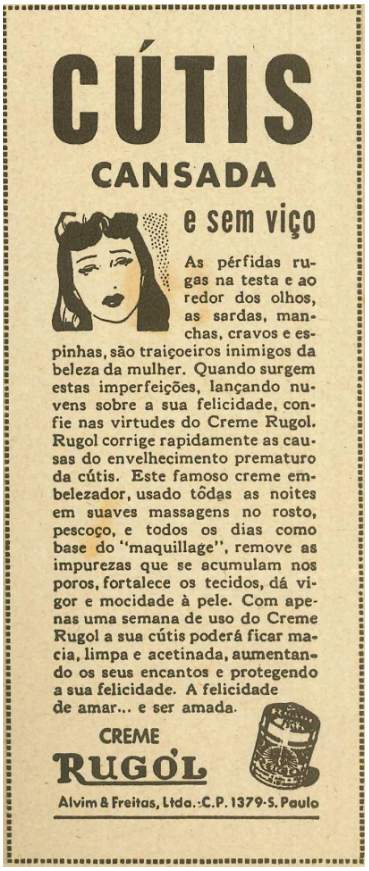
Fonte: arquivo pessoal.

Figura 34: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 6.



Fonte: arquivo pessoal.

Figura 35: Excerto revista *Tricô e Crochê* número 25.



Fonte: arquivo pessoal.

Os exemplos acima são apenas um pequeno recorte do teor da publicidade veiculada em *Tricô e Crochê*. No entanto, é possível perceber como essas propagandas agiam de forma silenciosa calcificando uma estrutura social e o papel da mulher na sociedade patriarcal. É visível como em muitos momentos a figura masculina atua como sujeito de validação. Na Imagem 29, por exemplo, mesmo no seu ambiente mais íntimo e pessoal, o espaço em que na lógica patriarcal é reservado às mulheres, a atribuição de valor à sua ocupação ainda depende da aprovação do marido.

Além de se ocupar com a gestão da casa, a mulher ainda tinha de acompanhar a pressão estética que tentava a convencer de comprar uma infinidade de produtos "milagrosos" para os mais diversos fins. Novamente, criam inseguranças como forma de adestramento psicológico, assim como na Imagem 35, em que o texto deixa a entender que, ao utilizar o creme anunciado, a mulher alcançaria a sua felicidade, a de ser amada.

É crucial que se abra, também, uma discussão importante para a interpretação e compreensão do momento histórico em que a revista se inseria. As propagandas veiculadas na *Tricô e Crochê* explicitavam, de forma contundente, o público-alvo da revista. A imagem 32, uma publicidade do óleo de amendoim *Delícia*, expõe de maneira particularmente clara essa delimitação por meio de um discurso abertamente racializado e classista. A ilustração, construída a partir de estereótipos visuais da população negra – com traços caricaturados, expressões exageradas e uso de fala estigmatizada ("vâmo' juntá os trapo', nêga?!") – reforça um imaginário profundamente hierarquizado.

O tom jocoso e quase vexatório da peça publicitária não apenas ridiculariza os personagens negros retratados, como também os posiciona como um "outro" racializado, destinado ao entretenimento ou ao escárnio da leitora presumida. A mulher representada na propaganda, é contraposta à figura idealizada da leitora da revista: branca, urbana, alfabetizada, pertencente à classe média emergente do pós-guerra. Essa oposição opera silenciosamente como estratégia de mercado, delimitando quem consome tricô e crochê por escolha e quem executa trabalhos manuais – ou domésticos – por necessidade.

Assim, a presença desse tipo de anúncio evidencia que o público da revista não apenas tinha um gênero, mas também uma cor e uma posição social específicas. Ao naturalizar estereótipos raciais e reforçar fronteiras de classe, a publicidade atua como ferramenta que reafirma o lugar da leitora no topo de uma estrutura doméstica racializada –

onde mulheres negras aparecem não como consumidoras, mas como mão de obra; não como sujeitas da modernidade, mas como figuras utilitárias dentro de um imaginário conservador.

Portanto, mais do que revelar preferências estéticas ou hábitos de consumo, anúncios como esse ajudam a compreender como a revista participava da manutenção de um modelo de sociedade que vinculava o trabalho manual feminino à domesticidade branca, ao mesmo tempo em que reproduzia a marginalização racial historicamente presente no design e na mídia impressa brasileira. É fato que a revista corroborava com uma série de padrões de gênero prejudiciais à mulher, mas é importante fazer essa ressalva – especialmente dentro desse contexto histórico específico – de que a mulher cuja subjetividade era considerada, representada e instruída nas páginas da revista era, predominantemente, a mulher branca.

Desse modo, a revista não apenas reforçava normas de gênero, mas contribuía para a reprodução de uma lógica de hierarquização social profundamente enraizada no Brasil, na qual a idealização da dona de casa moderna só se sustentava sobre a invisibilização – e, muitas vezes, a ridicularização – das mulheres negras. Essa dinâmica evidencia como o design editorial e a publicidade funcionavam, simultaneamente, como ferramentas de prescrição comportamental e como veículos de manutenção de desigualdades estruturais.

3.3. De quem para quem? (ou onde estão as mulheres nos produtos que consomem?)

Ao analisar revistas, anúncios e objetos do cotidiano do século XX, uma contradição estrutural imediatamente se revela: embora esses produtos sejam direcionados às mulheres, são raras as ocasiões em que as vozes femininas efetivamente participam de sua concepção, planejamento ou gestão editorial. Em outras palavras, trata-se de um universo construído *sobre* as mulheres, mas não *por* elas. O resultado é a produção de narrativas profundamente mediadas por olhares masculinos – olhares que operam a partir de referências culturais, sociais e econômicas que não necessariamente dialogam com as experiências reais do público a quem se dirige. Assim, empresas, instituições – majoritariamente homens – tomavam para si a responsabilidade de definir como as mulheres deveriam viver, vestir-se, trabalhar e, sobretudo, comportar-se dentro de um ideal de feminilidade que atendia mais aos interesses do mercado e da ordem patriarcal do que às subjetividades femininas.

Essa dinâmica se manifesta de forma particularmente nítida em *Tricô e Crochê*. Apesar de ser uma revista sustentada por uma habilidade técnica historicamente associada ao universo feminino – o domínio das artes manuais, frequentemente visto como extensão das tarefas domésticas – a publicação carece de uma presença proporcional de mulheres na sua estrutura editorial. Como já abordado, habilidades como tricô e crochê foram culturalmente atribuídas ao gênero feminino, mas isso não garantiu que as mulheres tivessem protagonismo no planejamento ou na tomada de decisões sobre a revista. A tensão entre prática feminina e autoridade masculina se evidencia no modo como o conteúdo era produzido, organizado e mediado.

A narrativa histórica apresentada por Penna (2010) reforça esse aspecto. Ele observa que:

> "A revista Tricot e Crochê surge ainda na década de 1940, como um apoio à divulgação das lãs da Santista Têxtil, que nasce em 1929 com o nome Fábrica de Tecidos Tatuapé S.A focada em confecção de sacos para farinhas e diversos tipos de fios, mas que em 1934, passa a investir na produção de lãs. Eles precisavam fortalecer seu mercado consumidor, que na época estava bem servido de conteúdo feminino em revistas como *A Cigarra* e *O Cruzeiro*, assim chamaram um colaborador experiente, Alceu Penna, para criar o planejamento gráfico, ilustrações. Alceu já trabalhava para a Santista desde 1945, criando calendários ilustrados com belas mulheres no estilo pin-up – olhos grandes, boca saliente e curvas sinuosas, pelo qual era conhecido na sua coluna de sucesso *As Garotas*. [...] Alceu foi responsável pela capa, o planejamento do conteúdo das seções de moda e ilustrações. Seu olhar como correspondente de moda internacional atualizava a leitora com as modas de New York e Paris. Já Amélia Laurindo foi responsável pelas receitas dos tricots e seus moldes, que iam desde enxoval do bebê até casa e lar." (Penna, 2010)

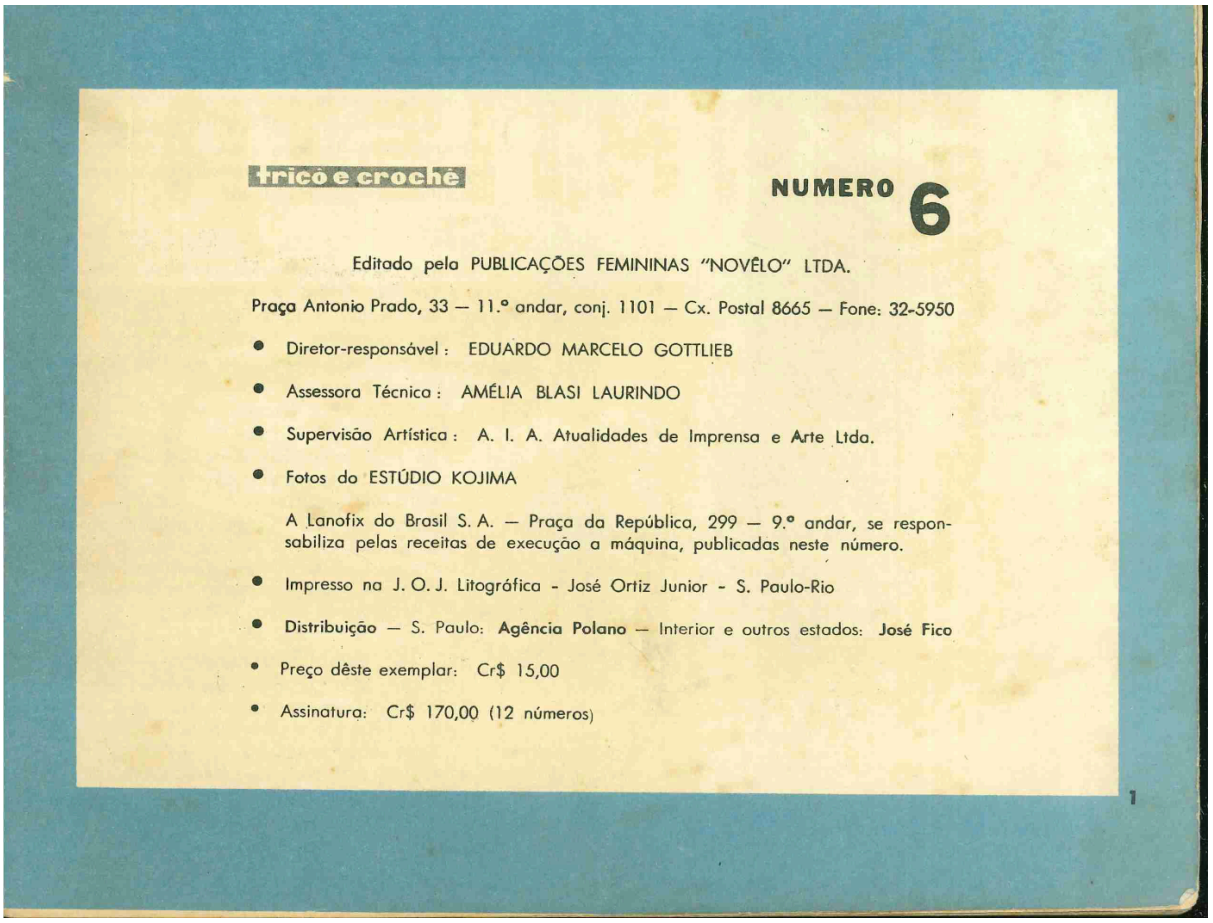
A partir desse relato, torna-se evidente que Alceu Penna assumiu papel central não apenas na materialidade gráfica da revista, mas também na definição de sua orientação editorial. Seu prestígio no cenário cultural da época – especialmente através da coluna *As Garotas*, publicada em uma das revistas mais influentes do período – consolidou sua autoridade enquanto mediador do "universo feminino". No entanto, esse protagonismo masculino sobre um campo tradicionalmente feminino não deixa de escancarar uma lógica estrutural: mesmo quando o conteúdo aborda atividades e saberes atribuídos às mulheres, os postos de concepção, direção e autoria permanecem majoritariamente ocupados por homens.

Não se trata, aqui, de desqualificar a trajetória de Penna ou reduzir sua relevância no desenvolvimento do projeto gráfico de *Tricô e Crochê*. Sua contribuição para o design brasileiro é amplamente reconhecida e documentada, e seria inadequado ignorar sua importância histórica. Contudo, é precisamente por reconhecer a força de seu nome e de sua atuação que se torna necessário problematizar o apagamento das mulheres que, embora fossem tanto o público consumidor quanto as principais detentoras das habilidades técnicas abordadas pela revista, aparecem apenas de maneira pontual e marginalizada. Amélia Laurindo, mencionada como responsável pelas receitas, surge quase como exceção – uma presença funcional mais do que autoral.

O que se almeja, portanto, não é discutir méritos individuais, mas refletir sobre o padrão de invisibilização feminina que marca a história das artes gráficas e dos produtos culturais brasileiros. A revista, concebida para instruir, inspirar e fidelizar mulheres, é paradoxalmente construída a partir da perspectiva masculina, reforçando uma estrutura

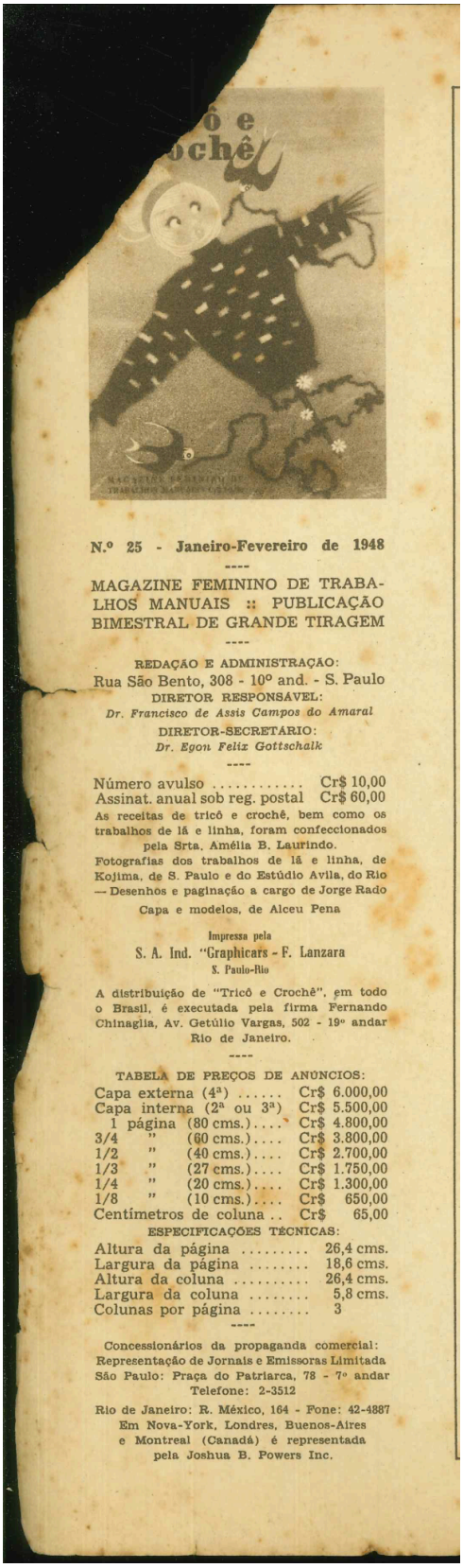
hierárquica em que o saber técnico feminino é capturado, curado e legitimado por figuras masculinas de autoridade. Essa dissociação entre autoria e prática revela muito sobre a forma como gênero, produção cultural e consumo se entrelaçaram no período, permitindo compreender não apenas quem fazia a revista, mas também quem era autorizado a falar sobre aquilo que as mulheres faziam.

Figura 36: Expediente da revista *Tricô e Crochê* número 6.



Fonte: arquivo pessoal.

Figura 37: Expedientes das revistas *Tricô e Crochê* número 25 e 26.



N.º 25 - Janeiro-Fevereiro de 1948

MAGAZINE FEMININO DE TRABALHOS MANUAIS :: PUBLICAÇÃO BIMESTRAL DE GRANDE TIRAGEM

REDAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO:
Rua São Bento, 308 - 10º and. - S. Paulo
DIRETOR RESPONSÁVEL:
Dr. Francisco de Assis Campos do Amaral
DIRETOR-SECRETARIO:
Dr. Egon Felix Gottschalk

Número avulso ..... Cr$ 10,00
Assinat. anual sob reg. postal Cr$ 60,00

As receitas de tricô e crochê, bem como os trabalhos de lã e linha, foram confeccionados pela Srta. Amélia B. Laurindo.

Fotografias dos trabalhos de lã e linha, de Kojima, de S. Paulo e do Estúdio Avila, do Rio — Desenhos e paginação a cargo de Jorge Rado

Capa e modelos, de Alceu Pena

Impressa pela
S. A. Ind. "Graphicars - F. Lanzara
S. Paulo-Rio

A distribuição de "Tricô e Crochê", em todo o Brasil, é executada pela firma Fernando Chinaglia, Av. Getúlio Vargas, 502 - 19º andar Rio de Janeiro.

TABELA DE PREÇOS DE ANÚNCIOS:

Capa externa (4ª)		Cr$ 6.000,00
Capa interna (2ª ou 3ª)		Cr$ 5.500,00
1 página	(80 cms.)....	Cr$ 4.800,00
3/4 "	(60 cms.)....	Cr$ 3.800,00
1/2 "	(40 cms.)....	Cr$ 2.700,00
1/3 "	(27 cms.)....	Cr$ 1.750,00
1/4 "	(20 cms.)....	Cr$ 1.300,00
1/8 "	(10 cms.)....	Cr$ 650,00
Centímetros de coluna ..		Cr$ 65,00

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS:

Altura da página	26,4 cms.
Largura da página	18,6 cms.
Altura da coluna	26,4 cms.
Largura da coluna	5,8 cms.
Colunas por página	3

Concessionários da propaganda comercial:
Representação de Jornais e Emissoras Limitada
São Paulo: Praça do Patriarca, 78 - 7º andar
Telefone: 2-3512
Rio de Janeiro: R. México, 164 - Fone: 42-4887
Em Nova-York, Londres, Buenos-Aires e Montreal (Canadá) é representada pela Joshua B. Powers Inc.

N.º 28 - Setembro-Outubro de 1948

MAGAZINE FEMININO DE TRABALHOS MANUAIS :: PUBLICAÇÃO BIMESTRAL DE GRANDE TIRAGEM

REDAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO:
Rua São Bento, 308 - 10º and. - S. Paulo
DIRETOR RESPONSÁVEL:
Dr. Francisco de Assis Campos do Amaral
DIRETOR-SECRETARIO:
Dr. Egon Felix Gottschalk

Número avulso ..... Cr$ 10,00
Número atrazado ..... Cr$ 12,00
Assinat. anual sob reg. postal Cr$ 60,00

Creações, modelos e receitas, em tricô e crochê, de Amélia B. Laurindo.

Fotografias dos trabalhos de lã e linha, de Kojima, de S. Paulo e do Estúdio Avila, do Rio

Capa, modelos e desenhos de Alceu Penna

Impressa pela
S. A. Ind. "Graphicars - F. Lanzara
S. Paulo-Rio

A distribuição de "Tricô e Crochê", em todo o Brasil, é executada pela firma Fernando Chinaglia, Av. Getúlio Vargas, 502 - 19º andar Rio de Janeiro.

TABELA DE PREÇOS DE ANÚNCIOS:

Capa externa (4ª)		Cr$ 10.000,00
Capa interna (2ª ou 3ª)		Cr$ 8.000,00
1 página	(80 cms.)...	Cr$ 7.000,00
3/4 "	(60 cms.)...	Cr$ 5.500,00
1/2 "	(40 cms.)...	Cr$ 4.000,00
1/3 "	(27 cms.)...	Cr$ 2.700,00
1/4 "	(20 cms.)...	Cr$ 2.000,00
1/8 "	(10 cms.)...	Cr$ 1.000,00
Centímetros de coluna..		Cr$ 100,00

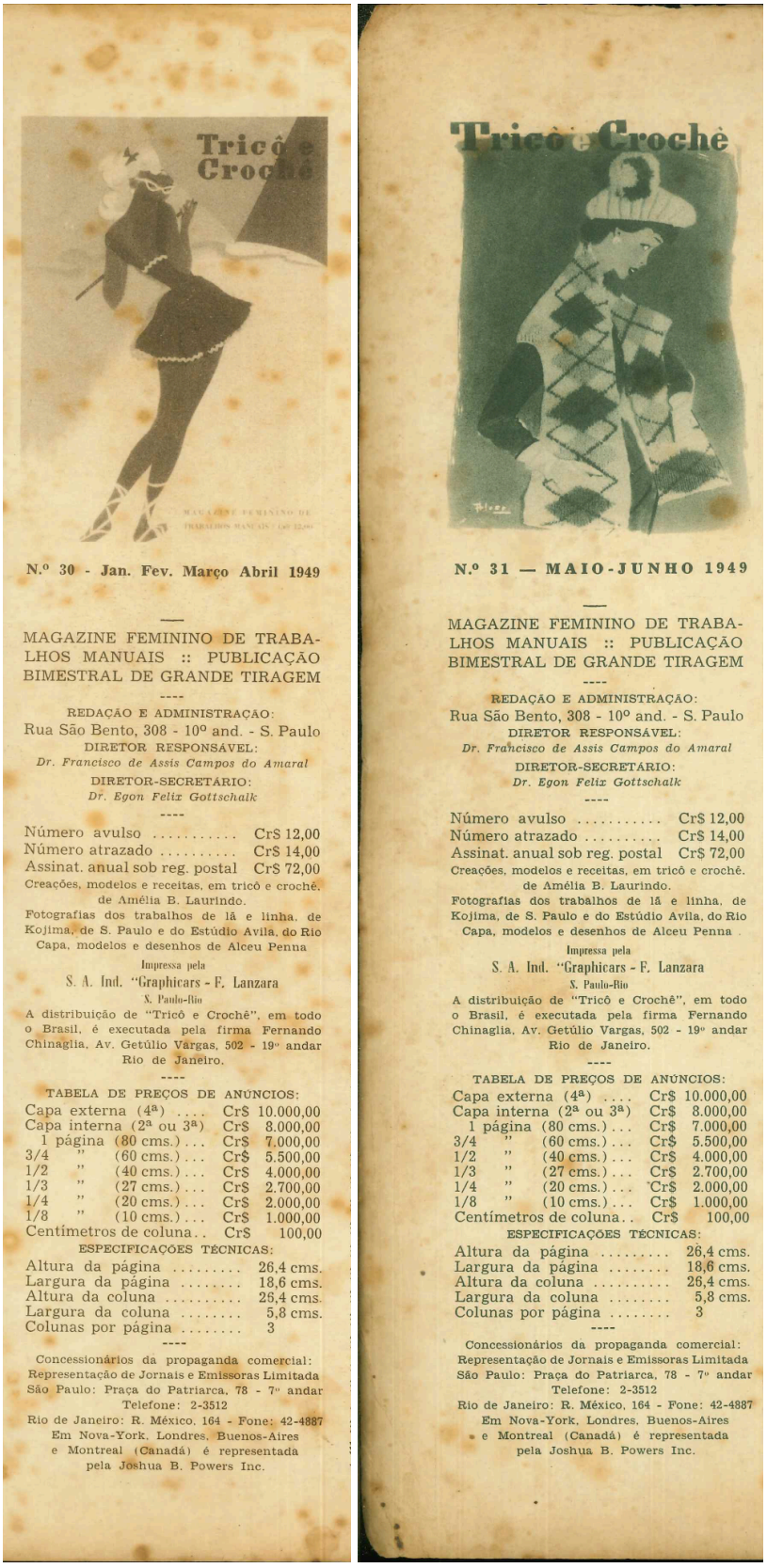
ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS:

Altura da página	26,4 cms.
Largura da página	18,6 cms.
Altura da coluna	26,4 cms.
Largura da coluna	5,8 cms.
Colunas por página	3

Concessionários da propaganda comercial:
Representação de Jornais e Emissoras Limitada
São Paulo: Praça do Patriarca, 78 - 7º andar
Telefone: 2-3512
Rio de Janeiro: R. México, 164 - Fone: 42-4887
Em Nova-York, Londres, Buenos-Aires e Montreal (Canadá) é representada pela Joshua B. Powers Inc.

Fonte: arquivo pessoal.

Figura 38: Expedientes das revistas *Tricô e Crochê* número 30 e 31.



N.º 30 - Jan. Fev. Março Abril 1949

MAGAZINE FEMININO DE TRABALHOS MANUAIS :: PUBLICAÇÃO BIMESTRAL DE GRANDE TIRAGEM

REDAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO:
Rua São Bento, 308 - 10º and. - S. Paulo
DIRETOR RESPONSÁVEL:
Dr. Francisco de Assis Campos do Amaral
DIRETOR-SECRETÁRIO:
Dr. Egon Felix Gottschalk

Número avulso	Cr$ 12,00
Número atrazado	Cr$ 14,00
Assinat. anual sob reg. postal	Cr$ 72,00

Creações, modelos e receitas, em tricô e crochê, de Amélia B. Laurindo.
Fotografias dos trabalhos de lã e linha, de Kojima, de S. Paulo e do Estúdio Avila, do Rio
Capa, modelos e desenhos de Alceu Penna

Impressa pela
S. A. Ind. "Graphicars - F. Lanzara
S. Paulo-Rio

A distribuição de "Tricô e Crochê", em todo o Brasil, é executada pela firma Fernando Chinaglia, Av. Getúlio Vargas, 502 - 19º andar Rio de Janeiro.

TABELA DE PREÇOS DE ANÚNCIOS:

Capa externa (4ª)	Cr$	10.000,00
Capa interna (2ª ou 3ª)	Cr$	8.000,00
1 página (80 cms.) ...	Cr$	7.000,00
3/4 " (60 cms.) ...	Cr$	5.500,00
1/2 " (40 cms.) ...	Cr$	4.000,00
1/3 " (27 cms.) ...	Cr$	2.700,00
1/4 " (20 cms.) ...	Cr$	2.000,00
1/8 " (10 cms.) ...	Cr$	1.000,00
Centímetros de coluna ..	Cr$	100,00

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS:

Altura da página	26,4 cms.
Largura da página	18,6 cms.
Altura da coluna	26,4 cms.
Largura da coluna	5,8 cms.
Colunas por página	3

Concessionários da propaganda comercial:
Representação de Jornais e Emissoras Limitada
São Paulo: Praça do Patriarca, 78 - 7º andar
Telefone: 2-3512
Rio de Janeiro: R. México, 164 - Fone: 42-4887
Em Nova-York, Londres, Buenos-Aires e Montreal (Canadá) é representada pela Joshua B. Powers Inc.

N.º 31 — MAIO-JUNHO 1949

MAGAZINE FEMININO DE TRABALHOS MANUAIS :: PUBLICAÇÃO BIMESTRAL DE GRANDE TIRAGEM

REDAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO:
Rua São Bento, 308 - 10º and. - S. Paulo
DIRETOR RESPONSÁVEL:
Dr. Francisco de Assis Campos do Amaral
DIRETOR-SECRETÁRIO:
Dr. Egon Felix Gottschalk

Número avulso	Cr$ 12,00
Número atrazado	Cr$ 14,00
Assinat. anual sob reg. postal	Cr$ 72,00

Creações, modelos e receitas, em tricô e crochê, de Amélia B. Laurindo.
Fotografias dos trabalhos de lã e linha, de Kojima, de S. Paulo e do Estúdio Avila, do Rio
Capa, modelos e desenhos de Alceu Penna

Impressa pela
S. A. Ind. "Graphicars - F. Lanzara
S. Paulo-Rio

A distribuição de "Tricô e Crochê", em todo o Brasil, é executada pela firma Fernando Chinaglia, Av. Getúlio Vargas, 502 - 19º andar Rio de Janeiro.

TABELA DE PREÇOS DE ANÚNCIOS:

Capa externa (4ª)	Cr$	10.000,00
Capa interna (2ª ou 3ª)	Cr$	8.000,00
1 página (80 cms.) ...	Cr$	7.000,00
3/4 " (60 cms.) ...	Cr$	5.500,00
1/2 " (40 cms.) ...	Cr$	4.000,00
1/3 " (27 cms.) ...	Cr$	2.700,00
1/4 " (20 cms.) ...	Cr$	2.000,00
1/8 " (10 cms.) ...	Cr$	1.000,00
Centímetros de coluna ..	Cr$	100,00

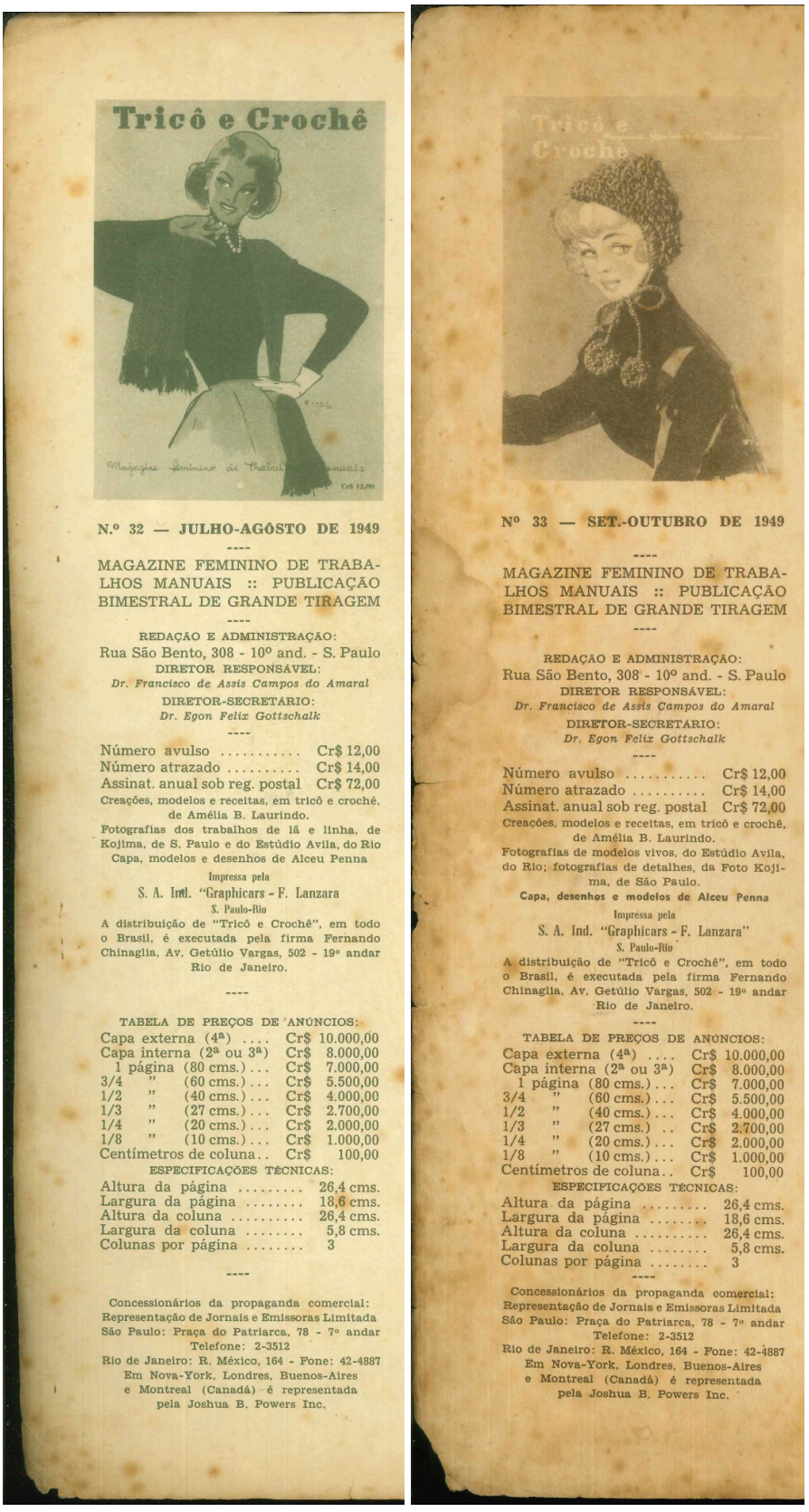
ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS:

Altura da página	26,4 cms.
Largura da página	18,6 cms.
Altura da coluna	26,4 cms.
Largura da coluna	5,8 cms.
Colunas por página	3

Concessionários da propaganda comercial:
Representação de Jornais e Emissoras Limitada
São Paulo: Praça do Patriarca, 78 - 7º andar
Telefone: 2-3512
Rio de Janeiro: R. México, 164 - Fone: 42-4887
Em Nova-York, Londres, Buenos-Aires e Montreal (Canadá) é representada pela Joshua B. Powers Inc.

Fonte: arquivo pessoal.

Figura 39: Expedientes das revistas *Tricô e Crochê* número 32 e 33.



Tricô e Crochê

N.º 32 — JULHO-AGÔSTO DE 1949

MAGAZINE FEMININO DE TRABALHOS MANUAIS :: PUBLICAÇÃO BIMESTRAL DE GRANDE TIRAGEM

REDAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO:
Rua São Bento, 308 - 10º and. - S. Paulo
DIRETOR RESPONSÁVEL:
Dr. Francisco de Assis Campos do Amaral
DIRETOR-SECRETÁRIO:
Dr. Egon Felix Gottschalk

Número avulso	Cr$ 12,00
Número atrazado	Cr$ 14,00
Assinat. anual sob reg. postal	Cr$ 72,00

Creações, modelos e receitas, em tricô e crochê, de Amélia B. Laurindo.
Fotografias dos trabalhos de lã e linha, de Kojima, de S. Paulo e do Estúdio Avila, do Rio
Capa, modelos e desenhos de Alceu Penna

Impressa pela
S. A. Ind. "Graphicars - F. Lanzara
S. Paulo-Rio

A distribuição de "Tricô e Crochê", em todo o Brasil, é executada pela firma Fernando Chinaglia, Av. Getúlio Vargas, 502 - 19º andar Rio de Janeiro.

TABELA DE PREÇOS DE ANÚNCIOS:

Capa externa (4ª)	Cr$ 10.000,00
Capa interna (2ª ou 3ª)	Cr$ 8.000,00
1 página (80 cms.) ...	Cr$ 7.000,00
3/4 " (60 cms.) ...	Cr$ 5.500,00
1/2 " (40 cms.) ...	Cr$ 4.000,00
1/3 " (27 cms.) ...	Cr$ 2.700,00
1/4 " (20 cms.) ...	Cr$ 2.000,00
1/8 " (10 cms.) ...	Cr$ 1.000,00
Centímetros de coluna ..	Cr$ 100,00

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS:

Altura da página	26,4 cms.
Largura da página	18,6 cms.
Altura da coluna	26,4 cms.
Largura da coluna	5,8 cms.
Colunas por página	3

Concessionários da propaganda comercial:
Representação de Jornais e Emissoras Limitada
São Paulo: Praça do Patriarca, 78 - 7º andar
Telefone: 2-3512
Rio de Janeiro: R. México, 164 - Fone: 42-4887
Em Nova-York, Londres, Buenos-Aires e Montreal (Canadá) é representada pela Joshua B. Powers Inc.

Tricô e Crochê

Nº 33 — SET.-OUTUBRO DE 1949

MAGAZINE FEMININO DE TRABALHOS MANUAIS :: PUBLICAÇÃO BIMESTRAL DE GRANDE TIRAGEM

REDAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO:
Rua São Bento, 308 - 10º and. - S. Paulo
DIRETOR RESPONSÁVEL:
Dr. Francisco de Assis Campos do Amaral
DIRETOR-SECRETÁRIO:
Dr. Egon Felix Gottschalk

Número avulso	Cr$ 12,00
Número atrazado	Cr$ 14,00
Assinat. anual sob reg. postal	Cr$ 72,00

Creações, modelos e receitas, em tricô e crochê, de Amélia B. Laurindo.
Fotografias de modelos vivos, do Estúdio Avila, do Rio; fotografias de detalhes, da Foto Kojima, de São Paulo.
Capa, desenhos e modelos de Alceu Penna

Impressa pela
S. A. Ind. "Graphicars - F. Lanzara"
S. Paulo-Rio

A distribuição de "Tricô e Crochê", em todo o Brasil, é executada pela firma Fernando Chinaglia, Av. Getúlio Vargas, 502 - 19º andar Rio de Janeiro.

TABELA DE PREÇOS DE ANÚNCIOS:

Capa externa (4ª)	Cr$ 10.000,00
Capa interna (2ª ou 3ª)	Cr$ 8.000,00
1 página (80 cms.) ...	Cr$ 7.000,00
3/4 " (60 cms.) ...	Cr$ 5.500,00
1/2 " (40 cms.) ...	Cr$ 4.000,00
1/3 " (27 cms.) ..	Cr$ 2.700,00
1/4 " (20 cms.) ...	Cr$ 2.000,00
1/8 " (10 cms.) ...	Cr$ 1.000,00
Centímetros de coluna ..	Cr$ 100,00

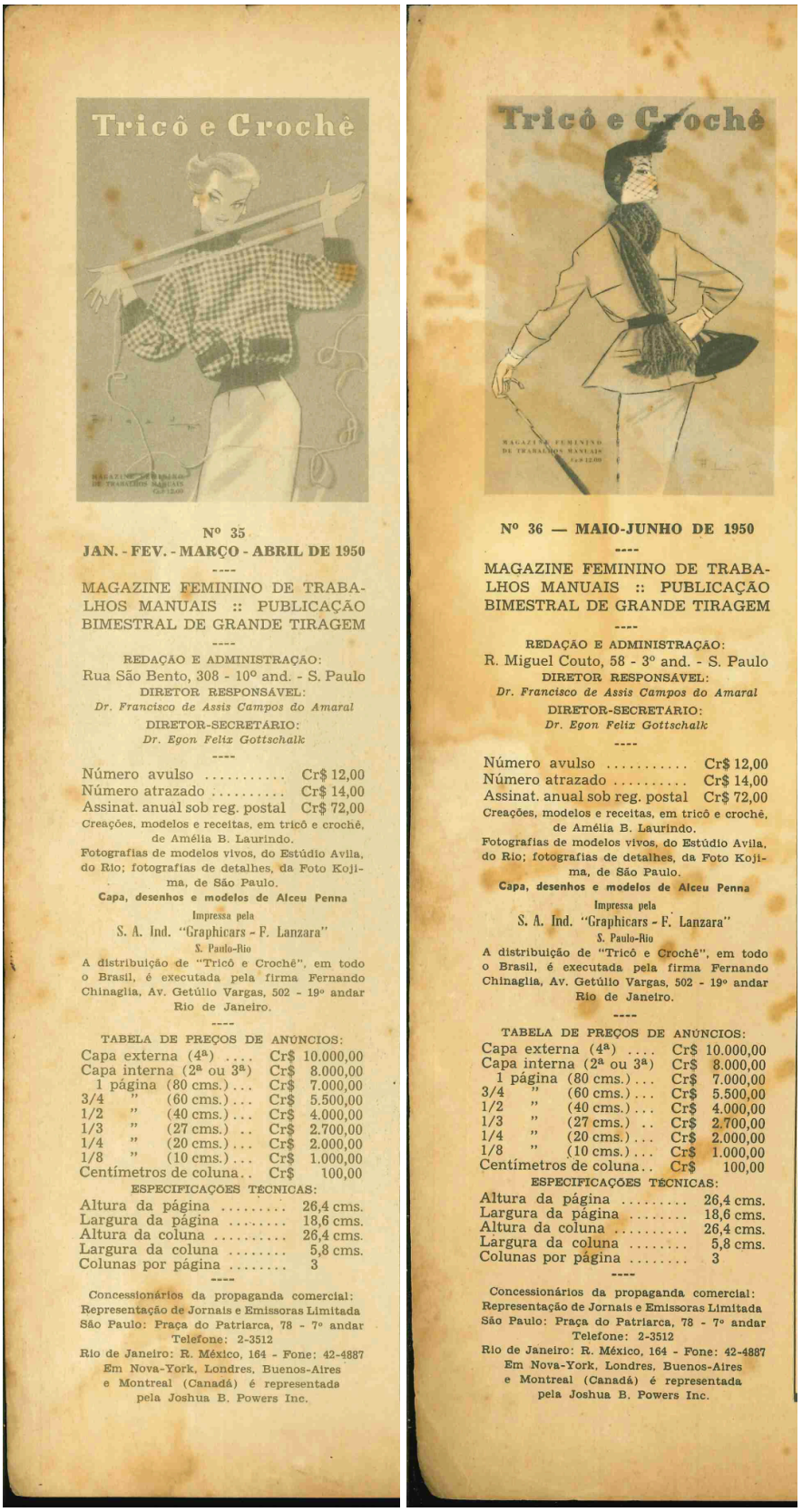
ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS:

Altura da página	26,4 cms.
Largura da página	18,6 cms.
Altura da coluna	26,4 cms.
Largura da coluna	5,8 cms.
Colunas por página	3

Concessionários da propaganda comercial:
Representação de Jornais e Emissoras Limitada
São Paulo: Praça do Patriarca, 78 - 7º andar
Telefone: 2-3512
Rio de Janeiro: R. México, 164 - Fone: 42-4887
Em Nova-York, Londres, Buenos-Aires e Montreal (Canadá) é representada pela Joshua B. Powers Inc.

Fonte: arquivo pessoal.

Figura 40: Expedientes das revistas *Tricô e Crochê* número 35 e 36.



Tricô e Crochê

Nº 35
JAN. - FEV. - MARÇO - ABRIL DE 1950

MAGAZINE FEMININO DE TRABALHOS MANUAIS :: PUBLICAÇÃO BIMESTRAL DE GRANDE TIRAGEM

REDAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO:
Rua São Bento, 308 - 10º and. - S. Paulo
DIRETOR RESPONSÁVEL:
Dr. Francisco de Assis Campos do Amaral
DIRETOR-SECRETÁRIO:
Dr. Egon Felix Gottschalk

Número avulso ..... Cr$ 12,00
Número atrazado ..... Cr$ 14,00
Assinat. anual sob reg. postal Cr$ 72,00
Creações, modelos e receitas, em tricô e crochê, de Amélia B. Laurindo.
Fotografias de modelos vivos, do Estúdio Avila, do Rio; fotografias de detalhes, da Foto Kojima, de São Paulo.
Capa, desenhos e modelos de Alceu Penna
Impressa pela
S. A. Ind. "Graphicars - F. Lanzara"
S. Paulo-Rio
A distribuição de "Tricô e Crochê", em todo o Brasil, é executada pela firma Fernando Chinaglia, Av. Getúlio Vargas, 502 - 19º andar Rio de Janeiro.

TABELA DE PREÇOS DE ANÚNCIOS:

Capa externa (4ª)	Cr$	10.000,00
Capa interna (2ª ou 3ª)	Cr$	8.000,00
1 página (80 cms.) ...	Cr$	7.000,00
3/4 " (60 cms.) ...	Cr$	5.500,00
1/2 " (40 cms.) ...	Cr$	4.000,00
1/3 " (27 cms.) ..	Cr$	2.700,00
1/4 " (20 cms.) ...	Cr$	2.000,00
1/8 " (10 cms.) ...	Cr$	1.000,00
Centímetros de coluna ..	Cr$	100,00

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS:

Altura da página	26,4 cms.
Largura da página	18,6 cms.
Altura da coluna	26,4 cms.
Largura da coluna	5,8 cms.
Colunas por página	3

Concessionários da propaganda comercial:
Representação de Jornais e Emissoras Limitada
São Paulo: Praça do Patriarca, 78 - 7º andar
Telefone: 2-3512
Rio de Janeiro: R. México, 164 - Fone: 42-4887
Em Nova-York, Londres, Buenos-Aires e Montreal (Canadá) é representada pela Joshua B. Powers Inc.

Tricô e Crochê

Nº 36 — MAIO-JUNHO DE 1950

MAGAZINE FEMININO DE TRABALHOS MANUAIS :: PUBLICAÇÃO BIMESTRAL DE GRANDE TIRAGEM

REDAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO:
R. Miguel Couto, 58 - 3º and. - S. Paulo
DIRETOR RESPONSÁVEL:
Dr. Francisco de Assis Campos do Amaral
DIRETOR-SECRETÁRIO:
Dr. Egon Felix Gottschalk

Número avulso ..... Cr$ 12,00
Número atrazado ..... Cr$ 14,00
Assinat. anual sob reg. postal Cr$ 72,00
Creações, modelos e receitas, em tricô e crochê, de Amélia B. Laurindo.
Fotografias de modelos vivos, do Estúdio Avila, do Rio; fotografias de detalhes, da Foto Kojima, de São Paulo.
Capa, desenhos e modelos de Alceu Penna
Impressa pela
S. A. Ind. "Graphicars - F. Lanzara"
S. Paulo-Rio
A distribuição de "Tricô e Crochê", em todo o Brasil, é executada pela firma Fernando Chinaglia, Av. Getúlio Vargas, 502 - 19º andar Rio de Janeiro.

TABELA DE PREÇOS DE ANÚNCIOS:

Capa externa (4ª)	Cr$	10.000,00
Capa interna (2ª ou 3ª)	Cr$	8.000,00
1 página (80 cms.) ...	Cr$	7.000,00
3/4 " (60 cms.) ...	Cr$	5.500,00
1/2 " (40 cms.) ...	Cr$	4.000,00
1/3 " (27 cms.) ..	Cr$	2.700,00
1/4 " (20 cms.) ...	Cr$	2.000,00
1/8 " (10 cms.) ...	Cr$	1.000,00
Centímetros de coluna ..	Cr$	100,00

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS:

Altura da página	26,4 cms.
Largura da página	18,6 cms.
Altura da coluna	26,4 cms.
Largura da coluna	5,8 cms.
Colunas por página	3

Concessionários da propaganda comercial:
Representação de Jornais e Emissoras Limitada
São Paulo: Praça do Patriarca, 78 - 7º andar
Telefone: 2-3512
Rio de Janeiro: R. México, 164 - Fone: 42-4887
Em Nova-York, Londres, Buenos-Aires e Montreal (Canadá) é representada pela Joshua B. Powers Inc.

Fonte: arquivo pessoal.

Figura 41: Expedientes das revistas *Tricô e Crochê* número 41 e 42.



N.º 41 — 1952

Publicação Feminina Especializada em Trabalhos de Lã e Linha – Aulas e Receitas de Tricô e Crochê – Revista Bimestral de Grande Tiragem

★

Publicada pela EDITÔRA "MONUMENTO" S. A.
Diretor-Presidente: CARLOS OSCAR REICHENBACH
Diretor Vice-Presidente: FERNANDO CHINAGLIA
Diretor-Comercial: CURT WERNER REICHENBACH

Redação e Administração: RUA DOS GUSMÕES, 457 – TELEFONE: 33-9147 (Rêde interna)

★

Impressa pela COMPANHIA LITHOGRAPHICA YPIRANGA – SÃO PAULO – RIO

★

A distribuição de "TRICÔ e CROCHÊ", em todo o Brasil, é executada pela firma FERNANDO CHINAGLIA
Av. Presidente Vargas, 502 - 19.º andar – Rio de Janeiro

★

TIRAGEM PELA QUAL NOS RESPONSABILIZAMOS: 30.000 EXEMPLARES

★

Número Avulso . . . . . Cr$ 15,00
Número Atrasado . . . . . Cr$ 20,00
Assinatura anual sob registro postal . . . Cr$ 75,00

N.º 42 — 1952

Publicação Feminina Especializada em Trabalhos de Lã e Linha – Aulas e Receitas de Tricô e Crochê – Revista Bimestral de Grande Tiragem

★

Publicada pela EDITÔRA "MONUMENTO" S. A.
Diretor-Presidente: CARLOS OSCAR REICHENBACH
Diretor Vice-Presidente: FERNANDO CHINAGLIA
Diretor-Comercial: CURT WERNER REICHENBACH

Redação e Administração:
RUA DOS GUSMÕES, 457 – TELEFONE: 33-9147 (Rêde interna)

★

Impressa pela COMPANHIA LITHOGRAPHICA YPIRANGA
SÃO PAULO – RIO

★

A distribuição de "TRICÔ e CROCHÊ", em todo o Brasil, é executada pela firma FERNANDO CHINAGLIA
Av. Presidente Vargas, 502 - 19.º andar – Rio de Janeiro

★

TIRAGEM PELA QUAL NOS RESPONSABILIZAMOS:
30.000 EXEMPLARES

★

Número Avulso . . . . . Cr$ 15,00
Número Atrasado . . . . . Cr$ 20,00
Assinatura anual sob registro postal . . . Cr$ 75,00

Fonte: arquivo pessoal.

Figura 42: Expediente da revista *Tricô e Crochê* número 43.



TRICÔ E CROCHÊ — N.º 43 — 1952

REVISTA FEMININA ESPECIALIZADA, BIMESTRAL E DE GRANDE TIRAGEM: 30.000 EXEMPLARES

★

Publicada pela EDITÔRA "MONUMENTO" S. A.
Diretor-Presidente: CARLOS OSCAR REICHENBACH
Diretor Vice-Presidente: FERNANDO CHINAGLIA
Diretor-Comercial: CURT WERNER REICHENBACH

★

Direção artística: THÉO GYGAS
Direção técnica: AMÉLIA B. LAURINDO
Gerente-Redator: FRANCISCO DONATO

Redação e Administração:
SÃO PAULO: RUA DOS GUSMÕES, 457 – TELEFONE: 33-9147
RIO: AV. ALMIRANTE BARROSO, 81 – TELEFONE: 22-6933

★

Colaboradores estrangeiros:
CHARLOTTE STEINHARDT, Nova York - ELEGANTISSIMA, Milão - HELENE MALLIN, Berlim - RINGIERS & CO., Zolingen (Suiça) - RAPHO, Paris.

★

Impressa pela COMPANHIA LITHOGRAPHICA YPIRANGA
SÃO PAULO – RIO

★

Distribuidor exclusivo: FERNANDO CHINAGLIA
Av. Presidente Vargas, 502 - 19.º andar – Rio de Janeiro

★

Concessionário da propaganda comercial: HORÁCIO DE FREITAS
Rua dos Gusmões, 457 – Telefone: 33-9147 – SÃO PAULO

★

Número Avulso: Cr$ 15,00 — Número Atrasado: Cr$ 20,00
Assinatura anual sob registro postal . . . . Cr$ 75,00

Fonte: arquivo pessoal.

Nas figuras acima, evidencia-se a quase completa ausência da mulher como participante ativa na construção da revista. O nome de Amélia Blasi Laurindo – a única profissional diretamente responsável pelo conteúdo técnico que sustentava a publicação – surge de maneira tímida, diluído em um entorno editorial inteiramente masculino. Embora sua presença fosse absolutamente crucial para a elaboração da revista, já que era ela quem detinha o conhecimento especializado necessário para produzir as receitas, moldes e instruções de tricô e crochê, sua contribuição aparece constantemente minimizada.

Enquanto figuras como Alceu Penna ganham destaque, sendo citadas de maneira recorrente e celebradas pelo prestígio que já possuíam no campo do design e da ilustração, Amélia ocupa um espaço periférico: é mencionada de forma protocolar, quase burocrática, sem qualquer aprofundamento sobre sua trajetória, seu domínio técnico ou mesmo sua importância estratégica para a existência do periódico. Em algumas edições, seu nome sequer aparece, como se as receitas – principal motivo de compra e uso da revista – fossem produzidas sem autoria, surgindo de um imaginário coletivo feminino indefinido, ou pior, como se não houvesse sujeito por trás da prática.

Essa omissão sistemática não é um detalhe editorial, mas um sintoma de um padrão mais amplo: o apagamento das mulheres nos espaços de produção cultural, sobretudo quando sua contribuição está ligada a habilidades historicamente associadas ao "trabalho doméstico". Em vez de serem reconhecidas como agentes intelectuais que transformam conhecimento técnico em conteúdo editorial, mulheres como Amélia eram tratadas como extensões naturais de um saber feminino supostamente inato – um saber que, por essa naturalização, não demandaria reconhecimento formal, nem assinatura, nem protagonismo.

Assim, a posição de Amélia dentro da revista é reveladora: ao mesmo tempo indispensável e invisibilizada. Sua presença ausente expõe um modo de operação em que o capital simbólico e autoral é concentrado nas mãos de homens, enquanto o trabalho feminino, mesmo quando constitui a espinha dorsal do produto, permanece à margem, citado apenas quando conveniente e omitido quando não se encaixa na narrativa masculina que estruturava o projeto editorial.

Almejava-se utilizar do presente artigo para dar espaço à trajetória e ao talento de Amélia Blasi Laurindo. Infelizmente, qualquer menção a ela em outros artigos sobre o tema é nula. O único vestígio digital de seu nome aparece por acaso, novamente, apenas como uma breve citação:

> “Grande é a descendência do Cav. Serafim Blasi. Do primeiro matrimonio, a filha Emília casou-se com o prof. Rafael Laurindo e nasceram os filhos Arnaldo, Alberto, Oswaldo, Sílvio, Amélia Laurindo, dos quais reside em Botucatu, apenas o Sr. Alberto Laurindo. Desses netos do Cavalheiro, o prof. Arnaldo, um dos grandes do ensino Técnico-Industrial Paulista, foi deputado estadual, secretário da Educação, Diretor do Ensino Profissional, sendo hoje membro do Conselho Estadual de Educação. Alberto Laurindo, contador, é um dos mais antigos Vereadores da Câmara Municipal de Botucatu. Integra o corpo docente do IECA e de outros estabelecimentos de ensino da cidade. O prof. Oswaldo Laurindo, licenciado pela Faculdade de Filosofia da Universidade de São Paulo, exerce o magistério secundário na Capital. O Dr. Sílvio Laurindo, médico, e sua irmã profa. Amélia, residem na Capital paulista.” (Correio de Botucatu - 19/01/1972)

O nome e a memória do trabalho de Amélia não resistiram ao tempo, como acontece com tantas outras mulheres no campo do design. Seu nome desaparece ao lado dos irmãos, ocupantes de cargos prestigiados, quase como uma nota de rodapé. Sabe-se que foi professora – e, de certa forma, também o foi para milhares de brasileiras que aprenderam com suas receitas de tricô e crochê. No entanto, sua contribuição permanece registrada apenas de maneira fragmentada, dissolvida entre créditos secundários e menções esporádicas. Essa invisibilidade é sintomática de um padrão histórico: a especialização técnica feminina, especialmente aquela ligada ao fazer manual, é frequentemente apropriada, diluída ou subordinada ao protagonismo masculino, tornando essas autorias difíceis de rastrear e ainda mais difíceis de reconhecer publicamente.

4. Considerações Finais

Ao longo deste trabalho, buscou-se compreender de que maneira a revista Tricô e Crochê, publicada entre as décadas de 1940 e 1950, contribuiu para a construção e reprodução de discursos de gênero associados às artes manuais femininas no Brasil, e como esse periódico – hoje praticamente apagado da historiografia – revela as dinâmicas mais amplas de invisibilização que marcam a memória do design. A investigação partiu do objetivo central de analisar a revista não apenas como objeto gráfico, mas como dispositivo cultural capaz de evidenciar relações entre indústria, consumo, trabalho feminino e produção projetual. Tal objetivo orientou tanto a revisão teórica quanto o estudo empírico do acervo disponível, e conduziu a uma série de reflexões sobre os limites e silenciamentos presentes na própria constituição histórica do design brasileiro.

Um dos resultados mais marcantes diz respeito ao apagamento estrutural da revista ao longo do tempo. Embora tenha circulado por quase dez anos e alcançado tiragens expressivas, Tricô e Crochê desapareceu quase completamente das narrativas do design. O fato de não existirem acervos completos, registros institucionais consistentes ou menções detalhadas na literatura demonstra como objetos vinculados ao universo feminino são mais suscetíveis à descontinuidade documental e ao não reconhecimento enquanto patrimônio cultural. A dificuldade em reunir um corpus mínimo de análise, dependente de exemplares preservados de forma fragmentada, já evidencia o quanto a memória do design é atravessada por escolhas seletivas que privilegiam determinados sujeitos, práticas e estéticas em detrimento de outras. Assim, a etapa empírica da pesquisa assumiu um caráter duplo: além de analítica, tornou-se um gesto de resgate, uma tentativa de reconstruir parte da história que foi deixada à margem porque não correspondia às expectativas do campo sobre o que merece ser lembrado.

Ao observar a revista enquanto projeto gráfico e editorial, tornou-se claro que a estética desempenhava papel decisivo na construção de um imaginário feminino. As capas elaboradas por Alceu Penna, as composições ornamentais, a presença constante de arabescos, flores e caligrafias delicadas, assim como a escolha por tipografias imponentes combinadas a letreiramentos manuscritos, evidenciam o compromisso da revista com uma ideia de feminilidade ancorada na delicadeza e na domesticidade. Ainda que tais escolhas pudessem parecer naturais em uma publicação sobre tricô e crochê, é justamente sua naturalização que torna visível o modo como o design gráfico participa da reafirmação de papéis de gênero. A revista não apenas refletia um ideal de “boa dona de casa”; ela contribuía para sua

manutenção. Essa observação dialoga com o debate teórico apresentado ao longo do trabalho, sobretudo quando se considera a histórica desvalorização do decorativo, entendido por autores como Attfield e Buckley como um dos mecanismos que relegaram práticas femininas ao campo da "manualidade", e não do design.

A publicidade, componente central da revista, reforça essa compreensão. A análise quantitativa mostrou que cerca de 32% das páginas dos exemplares analisados eram ocupadas por anúncios – índice que chegava a ultrapassar 50% em algumas edições. Esse volume, coerente com o propósito comercial da revista enquanto veículo de promoção das Lãs Santista, também revela como os discursos publicitários moldavam a experiência editorial. Os anúncios não estavam isolados: eram parte integrada do fluxo narrativo e visual, contribuindo para a construção de um ideal de mulher branca, cuidadora, dedicada ao lar e responsável pelo bem-estar da família. Produtos de limpeza, alimentos, cosméticos, medicamentos e utensílios domésticos apareciam repetidamente, configurando uma constelação de referências que reforçava a ideia de que a identidade feminina se ancorava no serviço ao outro. A presença de anúncios racialmente estereotipados evidencia que o público-alvo da revista não era apenas feminino, mas especificamente mulheres brancas de classe média, reforçando a intersecção entre gênero, raça e consumo na construção editorial do periódico.

Outro elemento fundamental diz respeito à autoria e à participação feminina na revista. Ainda que Tricô e Crochê fosse direcionada às mulheres e baseada em habilidades técnicas tradicionalmente atribuídas a elas, sua concepção gráfica e editorial esteve concentrada nas mãos de homens – especialmente Alceu Penna. A única presença feminina com atuação clara, Amélia Blasi Laurindo, responsável pelas receitas e moldes, surge frequentemente como nota de rodapé, quando não completamente omitida. Essa assimetria reforça um padrão amplamente discutido no campo: mulheres aparecem enquanto consumidoras, executoras ou destinatárias, mas raramente como autoras legitimadas. O apagamento de Amélia é, portanto, paradigmático: sua contribuição foi indispensável para o funcionamento da revista, mas sua memória não foi preservada. A condição ecoa a problemática apresentada no capítulo inicial, segundo a qual práticas projetuais femininas, especialmente quando vinculadas às artes manuais, historicamente não foram reconhecidas como parte da história do design.

Em conjunto, todos esses achados permitem afirmar que este trabalho contribui para expandir o entendimento sobre o design brasileiro, justamente por trazer à superfície um objeto negligenciado pela historiografia. A recuperação da Tricô e Crochê amplia as

fronteiras do que se considera legítimo dentro do campo, ao reconhecer que a cultura material produzida por mulheres – ou direcionada às mulheres – também constitui práticas projetuais relevantes. Do ponto de vista metodológico, a combinação entre análise histórica, investigação empírica e observação gráfica demonstrou ser um caminho produtivo para abordar objetos invisibilizados, oferecendo uma leitura sensível às dimensões sociais, culturais e políticas do design.

Por outro lado, as limitações enfrentadas ao longo da pesquisa apontam caminhos importantes para estudos futuros. A ausência de acervos completos, a escassez de documentação institucional e o desaparecimento de registros pessoais de personagens-chave, como Amélia Laurindo, indicam a necessidade urgente de políticas de preservação mais abrangentes, capazes de incorporar objetos periféricos ou não reconhecidos pela tradição moderna do design. Investigações que ampliem o escopo para outras revistas semelhantes, materiais promocionais da indústria têxtil ou publicações femininas da mesma época podem contribuir para uma reconstrução mais completa dessa história.

Ao final, a reflexão que se impõe é que preservar, analisar e recontar a história de objetos como a revista Tricô e Crochê é, antes de tudo, um gesto político. Significa reconhecer que o design não é composto apenas por grandes nomes, projetos racionalistas ou produtos industriais. Ele é, igualmente, tecido pelas mãos de mulheres que projetaram, inventaram, criaram e ensinaram – mesmo quando seus nomes não foram lembrados. Assim, ao resgatar esse fragmento esquecido, este trabalho reafirma a necessidade de construir uma historiografia mais plural e honesta, capaz de acolher práticas femininas não como notas marginais, mas como partes constitutivas da própria história do design brasileiro.

5. *BIBLIOGRAFIA*

BUCKLEY, Cheryl. **Design no Patriarcado**. 1ª ed. São Paulo: Clube do Livro do Design: Bikini Books, 2025.

MAASS, Marisa. Mulheres na História do design no Brasil. **Blucher Design Proceedings**, 2024.

BREWER, John. Microhistory and the Histories of Everyday Life. **Cultural and Social History**, v. 7, n. 1, p. 87–109, mar. 2010.

DE LIMA, Rafael Leite Efrem. Designers mulheres na História do Design Gráfico: o problema da falta de representatividade profissional feminina nos registros bibliográficos. *In*: 2017.

MARTINS, Ana Luiza. **Revistas Em Revista**. São Paulo: Edusp, 2000.

GIL, Natália. Analfabetismo da população brasileira nas análises de Giorgio Mortara sobre o censo de 1940. **Revista Brasileira de Estudos de População**, v. 39, p. 1–15, 12 set. 2022.

CARDOSO, Rafael. **Uma Introdução À História Do Design**. São Paulo: Editora Edgard Blucher, 2008.

CARDOSO, Rafael. **O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica 1870-1960**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CAMPI, Isabel. ¿El sexo determina la historia? Las diseñadoras de producto. Un estado de la cuestión. 2010.

WALKER, John Albert; ATTFIELD, Judy. **Design history and the history of design**. London: Pluto, 1989.

ATTFIELD, Judy; KIRKHAM, Pat (ORGS.). **A view from the interior: feminism, women, and design**. London: The Women's Press, 1989.

Carmona, Hele. #83 ***mulher***, não: mulher. Substack, 11 mar. 2025. Disponível em: https://substack.com/@makersgonnamake/p-158672415. Acesso em: 26 nov. 2025.

SOWERSBY, Kris. *How lettering became gendered and why it is wrong*. It's Nice That, 26 out. 2021. Disponível em: https://www.itsnicethat.com/articles/kris-sowersby-how-lettering-became-gendered-and-why-it-is-wrong-opinion-261021. Acesso em: 26 nov. 2025.

PENNA, Gabriela. **Vamos Garotas ! Alceu Penna : moda, corpo e emancipação feminina (1938-1957)**. São Paulo: Annablume, 2010.

CHOUCAIR, Geórgea. *O pioneiro da moda*. Encontro, 31 mar. 2015. Disponível em: https://www.revistaencontro.com.br/canal/revista/2015/03/o-pioneiro-da-moda.html. Acesso em: 27 nov. 2025.

História de Botucatu. A FAMÍLIA BLASI. Tempo Dante – Trabalhos. Botucatu: História de Botucatu, s.d. Disponível em: http://www.historiadebotucatu.com.br/livros/tempoDante/trabalhos/100.htm. Acesso em: 27 nov. 2025.

TRICÔ E CROCHÊ. São Paulo: s.n., [1944?]. n. 6.

TRICÔ E CROCHÊ. São Paulo: s.n., jan./fev. 1948. n. 25.

TRICÔ E CROCHÊ. São Paulo: s.n., set./out. 1948. n. 28.

TRICÔ E CROCHÊ. São Paulo: s.n., jan./fev./mar./abr. 1949. n. 30.

TRICÔ E CROCHÊ. São Paulo: s.n., maio/jun. 1949. n. 31.

TRICÔ E CROCHÊ. São Paulo: s.n., jul./ago. 1949. n. 32.

TRICÔ E CROCHÊ. São Paulo: s.n., set./out. 1949. n. 33.

TRICÔ E CROCHÊ. São Paulo: s.n., jan./fev./mar./abr. 1950. n. 35.

TRICÔ E CROCHÊ. São Paulo: s.n., maio/jun. 1950. n. 36.

TRICÔ E CROCHÊ. São Paulo: s.n., jan./fev./mar./abr. 1951. n. 39.

TRICÔ E CROCHÊ. São Paulo: s.n., 1952. n. 41.

TRICÔ E CROCHÊ. São Paulo: s.n., 1952. n. 42.

TRICÔ E CROCHÊ. São Paulo: s.n., 1952. n. 43.

6. *APÊNDICE*

APÊNDICE A - Lista de publicidades da revista *Tricô e Crochê* número 6.

Tricô e Crocrê 6		
Lençóis Santista	0	Propaganda
Moinho Fluminense S.A.	4	Propaganda
Chá-lax	11	Propaganda
Coral	14	Propaganda
Santista	14	Propaganda
Curvex	22	Propaganda
Sanbra	23	Propaganda
Mercer-Crochet Corrente	27	Propaganda
Dr. Dante Lazzeroni Junior	29	Propaganda
Máquina de tricô Lanofix	31	Propaganda
Sol – um produto Santista	33	Propaganda
Lãs Santista	34	Propaganda

APÊNDICE B - Lista de publicidades da revista *Tricô e Crochê* número 25.

Tricô e Crochê 25		
Delícia	0	Propaganda
Creme Rugól	9	Propaganda
Daqui	9	Propaganda
Lãs Sams	11	Propaganda
Lysoform	16	Propaganda
Royal	17	Propaganda
Casa Genin	21	Propaganda
Sarosin	34	Propaganda
Hepatina	34	Propaganda
Loção Leblon	34	Propaganda
Salada	39	Propaganda
Cocktail V-8 | Catsup V-8 | Gelatinas e pudins Royal	41	Propaganda
Cigarros Hollywood	43	Propaganda
Relógios casa Oinegue	46	Propaganda
Sevy	46	Propaganda
Modes	47	Propaganda
Salada	51	Propaganda
Relógios casa Oinegue	51	Propaganda
Creme Odo.ro.no	51	Propaganda
Regulador Xavier	52	Propaganda
Gordura de côco Diadema	53	Propaganda
Lãs Sams	54	Propaganda

APÊNDICE C - Lista de publicidades da revista *Tricô e Crochê* número 28.

Tricô e Crocrê 28		
Delícia	0	Propaganda
Radios general electric	6	Propaganda
Creme Rugól	9	Propaganda
Maizena Duryea	9	Propaganda
Royal	13	Propaganda
Maizena Dureya	29	Propaganda
Relógios Casa Oinegue	30	Propaganda
Lãs Sams	34	Propaganda
Lavadeira Contact Junior	35	Propaganda
Salada	38	Propaganda
Lâmpadas Philips	51	Propaganda
Lysoform	52	Propaganda
Regulador Xavier	52	Propaganda
Delícia	53	Propaganda
Lãs Sams	54	Propaganda

APÊNDICE D - Lista de publicidades da revista *Tricô e Crochê* número 30.

Tricô e Crocrê 30		
Salada	0	Propaganda
Castor	1	Propaganda
Pó-de-arroz Tormento	2	Propaganda
Creme Rugól	10	Propaganda
Lâmpadas Philips	11	Propaganda
Sarosin	16	Propaganda
Valisère	28	Propaganda
Royal	31	Propaganda
Modes	36	Propaganda
Salada	37	Propaganda
Regulador Xavier	41	Propaganda
Amil fulgor | Amil ideal	45	Propaganda
Talco Johnson	52	Propaganda
Delicia	53	Propaganda
Lãs Sams	54	Propaganda

APÊNDICE E - Lista de publicidades da revista *Tricô e Crochê* número 31.

Tricô e Crocrê 31		
Anil Fulgol | Anil Ideal	0	Propaganda
Salada	0	Propaganda
Talco Johnson	2	Propaganda
Casa Genin	3	Propaganda
Máquina de Trico Ultra rápida	12	Propaganda
Sarosin	12	Propaganda
Lâmpadas Philips	13	Propaganda
Modes	21	Propaganda
Hemo-Virtus	23	Propaganda
Valisère	28	Propaganda
Creme Rugól	31	Propaganda
Regulador Xavier	31	Propaganda
Royal	37	Propaganda
Pó de arroz tormento	43	Propaganda
Delicia	53	Propaganda
Lãs Sams	54	Propaganda

APÊNDICE F - Lista de publicidades da revista *Tricô e Crochê* número 32.

Tricô e Crocrê 32		
Farinha sol	0	Propaganda
Lãs Sams	1	Propaganda
Pó de arroz Tormento	2	Propaganda
Casa Genin	3	Propaganda
Lampadas Philips	4	Propaganda
Talco Johnson	9	Propaganda
Salada	15	Propaganda
Anil Fulgor | Anil Ideal	15	Propaganda
Hemo-Virtus	22	Propaganda
Sarosin	22	Propaganda
Valisère	28	Propaganda
Anil Fulgor | Anil ideal	29	Propaganda
Modes	32	Propaganda
Regulador Xavier	36	Propaganda
General Electric	42	Propaganda
Cilion	48	Propaganda
Delícia	53	Propaganda

APÊNDICE G - Lista de publicidades da revista *Tricô e Crochê* número 33.

Tricô e Crocrê 33		
Anil Fulgol | Anil Ideal	0	Propaganda
Salada	0	Propaganda
Lãs Sams	1	Propaganda
Anil Fulgor | Anil Ideal	2	Propaganda
Hemo-Virtus	6	Propaganda
Pó de arroz Tormento	8	Propaganda
Farinha sol	13	Propaganda
Lâmpadas Philips	24	Propaganda
Velisère	28	Propaganda
Cilion	29	Propaganda
Helmitol	32	Propaganda
Regulador Xavier	32	Propaganda
Talco Johnson	38	Propaganda
Cafiaspirina	41	Propaganda
Fabrica de cigarros Sudan S.A.	45	Propaganda
Sarosin	46	Propaganda
Magic	47	Propaganda
Modes	52	Propaganda
Delicia	53	Propaganda
Casa Genin	54	Propaganda

APÊNDICE H - Lista de publicidades da revista *Tricô e Crochê* número 35.

Tricô e Crocrê 35		
Gordura vegetal "Salada"	0	Propaganda
Pó-de-arroz Tormento	1	Propaganda
Sams	2	Propaganda
Valisére	28	Propaganda
Fio de algodão "Centenário"	40	Propaganda
Uma Farinha que mais	47	Propaganda
Óleo Delícia	53	Propaganda
Keamor / Sams	54	Propaganda

APÊNDICE I - Lista de publicidades da revista *Tricô e Crochê* número 36.

Tricô e Crochê 36		
Salada	0	Propaganda
Pó de arroz Tormento	4	Propaganda
Anil Fulgor | Anil Ideal	5	Propaganda
Máquina de tricô ultra rápida "veloz"	8	Propaganda
Regulador Xavier	10	Propaganda
Tecidos Albene	25	Propaganda
Valisère	28	Propaganda
Mitigal	32	Propaganda
Jatosin	32	Propaganda
Centenário - Casa Genin	33	Propaganda
Anil Fulgor | Anil Ideal	36	Propaganda
Fio Gladiador	36	Propaganda
Óleo Salada	43	Propaganda
Lã Sams	46	Propaganda
Delícia	53	Propaganda
Lãs Sams	54	Propaganda

APÊNDICE J - Lista de publicidades da revista *Tricô e Crochê* número 39.

Tricô e Crochê 39		
Gordura vegetal "Salada"	0	Propaganda
Biotônico Fontoura	1	Propaganda
Pó-de-arroz Tormento	2	Propaganda
Valisére	28	Propaganda
Óleo "Delícia"	35	Propaganda
Fio de algodão "Centenário"	51	Propaganda
Anil Fugor e Anil Ideal	52	Propaganda
Lãs Sams	53	Propaganda
Lãs Sams	54	Propaganda

APÊNDICE K - Lista de publicidades da revista *Tricô e Crochê* número 41.

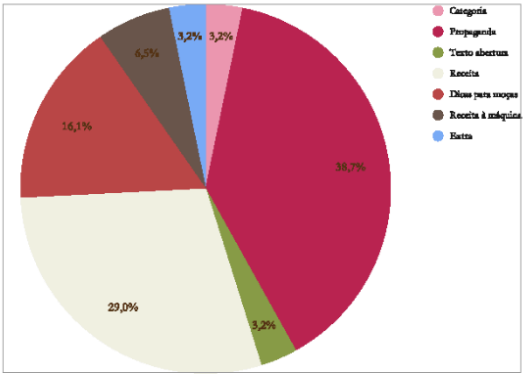
Tricô e Crocrê 41		
Elna	1	Propaganda
Cilion	2	Propaganda
Valisère	28	Propaganda
Flamour	46	Propaganda
Armando Casemiro – camisas sob medida	49	Propaganda
Exaustor Contact	49	Propaganda
Talheres e Baixelas Wolff	49	Propaganda
Guaraná Caçula Da Antártica	50	Propaganda
Máquina de tricô utra rápida veloz	50	Propaganda
Fio de algodão Centenário	50	Propaganda
Repartie	51	Propaganda
Pó de Arroz Tormento	52	Propaganda
Radiofones Philips	53	Propaganda
Lãs Smas	54	Propaganda

APÊNDICE L - Lista de publicidades da revista *Tricô e Crochê* número 42.

Tricô e Crocrê 42		
Pó de Arroz Tormento	0	Propaganda
KIRSCH	46	Propaganda
Fio de algodão Centenário	47	Propaganda
Exaustor Contact	47	Propaganda
Máquina de tricô ultra rápida "veloz"	49	Propaganda
WOLFF	49	Propaganda
7up	50	Propaganda
Regulador Xavier	51	Propaganda
Biotônico Fontoura	51	Propaganda
Flamour	52	Propaganda
Fta celulose durex scotch	53	Propaganda
Lãs Sams	54	Propaganda

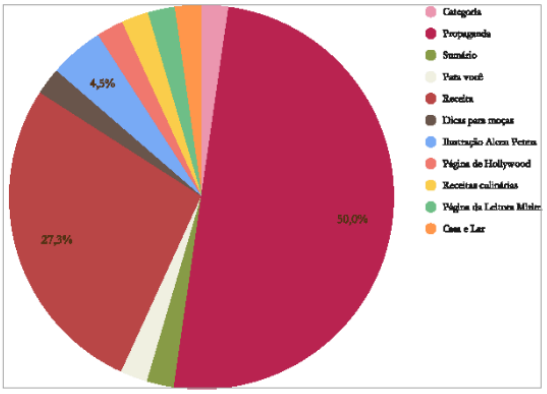
APÊNDICE M - Lista de conteúdos da revista *Tricô e Crochê* número 6.

Tricô e Crochê 6		
Circa 1944		
Título	Página	Categoria
Lençóis Santista	0	Propaganda
Crônica de abertura	1	Texto abertura
Casaco para moça – Gola moderna sempre um toque de alegria	2	Receita
Moinho Fluminense S.A.	4	Propaganda
Aperitivos	5	Dicas para moças
Casaco para moça – Sugestão romântica para o esporte	6	Receita
Consulte a balança	8	Dicas para moças
Confeccionado a maquina	9	Receita à máquina
Casaquinho para menino de 5 anos – Este casaquinho faz êle se sentir muito sério	10	Receita
5 lembretes	11	Dicas para moças
Chá-lax	11	Propaganda
Os primeiros agasalhos do bebê – Casaquinho, sapatinhos e luvinhas	12	Receita
Escada sem passadeira não deve ser encerada	14	Dicas para moças
Coral	14	Propaganda
Santista	14	Propaganda
Boneca de tricô Geni	16	Receita
Para moça – Blusão esportivo	20	Receita
Curvex	22	Propaganda
Sanbra	23	Propaganda
Casaquinho que destaca a natural graça infantil – Para 7 anos	24	Receita
Blusão de linha – Confeccionado a maquina "Lanofix"	26	Receita à máquina
Mercer-Crochet Corrente	27	Propaganda
Casaco esportivo para rapaz	28	Receita
Nervosismo feminino	29	Dicas para moças
Dr. Dante Lazzeroni Junior	29	Propaganda
Para as tardes frias – Confeccionada na maquina de tricô Lanofix	30	Receita
Máquina de tricô Lanofix	31	Propaganda
Uma vantagem para você – Sorteio	32	Extra
Sol – um produto Santista	33	Propaganda
Lãs Santista	34	Propaganda



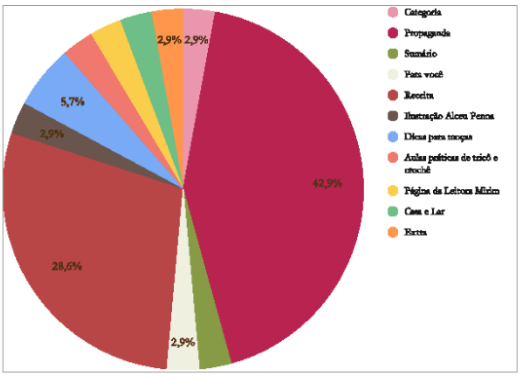
APÊNDICE N - Lista de conteúdos da revista *Tricô e Crochê* número 25.

Tricô e Crochê 25		
Janeiro-Fevereiro 1948		
Título	Página	Categoria
Delícia	0	Propaganda
Sumário	1	Sumário
Para você	1	Para você
Casaco listado	2	Receita
Blusa	6	Receita
Creme Rugól	9	Propaganda
Daqui	9	Propaganda
Sugestões parisienses	10	Dicas para moças
Lãs Sams	11	Propaganda
Tricôs de Verão	12	Ilustração Alceu Penna
Sueter para homem	14	Receita
Lysoform	16	Propaganda
Royal	17	Propaganda
"Ramagem" Blusa para moça	18	Receita
Casa Genin	21	Propaganda
Coletinho para moça – em tricô e bordado	22	Receita
De New York – As receitas desta página se encontram noutro local desta revista	25	Receita
Novidades	26	Ilustração Alceu Penna
Blusa em cores para moça – As receitas desta página se encontram noutro local desta revista	28	Receita
Receitas das páginas "De Nova York"	32	Receita
Os três ideais de Carmen Miranda	33	Página de Hollywood
Sarotin	34	Propaganda
Hepatina	34	Propaganda
Loção Leblon	34	Propaganda
Camisolinha para menina de 3 anos	34	Receita
Aulas práticas de tricô ou crochê – Casaquinho para bebê	36	Receita
Salada	39	Propaganda
Receitas culinárias	40	Receitas culinárias
Cocktail V-8 | Catsup V-8 | Gelatinas e pudins Royal	41	Propaganda
Toalhas para alpendre	42	Página da Leitora Mirim
Cigarros Hollywood	43	Propaganda
Terninho para menino de um ano	44	Receita
Relógios casa Oinegue	46	Propaganda
Sexy	46	Propaganda
Modes	47	Propaganda
Casa e Lar	48	Casa e Lar
Sueter para rapaz	50	Receita
Salada	51	Propaganda
Relógios casa Oinegue	51	Propaganda
Creme Odoro.no	51	Propaganda
Regulador Xavier	52	Propaganda
Gordura de côco Diadema	53	Propaganda
Lãs Sams	54	Propaganda



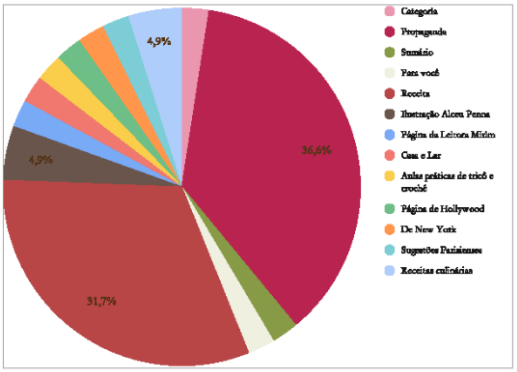
APÊNDICE O - Lista de conteúdos da revista *Tricô e Crochê* número 28.

Tricô e Crochê 28		
Setembro-Outubro 1948		
Título	Página	Categoria
Delícia	0	Propaganda
Sumário	1	Sumário
Para você	1	Para você
Blusa de lã com decote – Primavera	2	Receita
Malmequer	4	Receita
Radios general electric	6	Propaganda
Violeta	7	Receita
Creme Rugól	9	Propaganda
Maizena Duryea	9	Propaganda
Mimosa	10	Receita
Royal	13	Propaganda
Perpetuas	14	Receita
Para o Bebê	27	Receita
Um colete Ok!	18	Receita
Detalhes em tricô	20	Ilustração Alceu Penna
De Paris	22	Dicas para moças
Trabalho em filó	24	Receita
De New York	25	Dicas para moças
Maizena Dureya	29	Propaganda
Sueter Olá!	30	Receita
Relógios Casa Cinegue	30	Propaganda
Aulas práticas de tricô e crochê	32	Aulas práticas de tricô e crochê
Lãs Sams	34	Propaganda
Adorno para cabelo	34	Página da Leitora Mirim
Lavadeira Contact Junior	35	Propaganda
Casa e Lar	36	Casa e Lar
Salada	38	Propaganda
Blusa "Pois"	38	Receita
"		
Lâmpadas Philips	51	Propaganda
Lysoform	52	Propaganda
Regulador Xavier	52	Propaganda
Número especial de Natal	52	Extra
Delícia	53	Propaganda
Lãs Sams	54	Propaganda



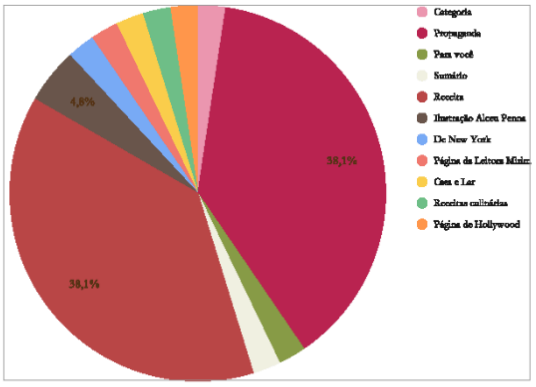
APÊNDICE P - Lista de conteúdos da revista *Tricô e Crochê* número 30.

Tricô e Crochê 30		
Janeiro-Fevereiro-Março-Abril		
Título	Página	Categoria
Salada	0	Propaganda
Sumário	0	Sumário
Castor	1	Propaganda
Pó-de-arroz Tormento	2	Propaganda
Para você	3	Para você
Prática	4	Receita
Com "slaks"	6	Receita
Coletinho com "slaks"	8	Receita
Creme Rugól	10	Propaganda
Lâmpadas Philips	11	Propaganda
Esporte	12	Ilustração Alceu Penna
Mangas Japonesas	14	Receita
Boina	16	Página da Leitora Mirim
Sarosin	16	Propaganda
Coletinho e Capuz	18	Receita
Casa e Lar	21	Casa e Lar
Polainas para crianças de 1 a 2 anos	22	Aulas práticas de tricô e crochê
Shirley Temple e sua filhinha	24	Página de Hollywood
De New York	25	De New York
Verão	26	Ilustração Alceu Penna
Valisère	28	Propaganda
Casaco	29	Receita
Royal	31	Propaganda
Sugestões Parisienses	32	Sugestões Parisienses
Casaquinho e capuz em crochê para menino de 8 anos	34	Receita
Modes	36	Propaganda
Receitas de saladas	37	Receitas culinárias
Salada	37	Propaganda
Blusa para moça	38	Receita
Capa para senhora	40	Receita
Regulador Xavier	41	Propaganda
Receitas culinárias	42	Receitas culinárias
Casaquinho de bebê	43	Receita
Amil fulgor | Amil ideal	45	Propaganda
Blusa para moça	46	Receita
Sueter para menino de 10 anos	48	Receita
Para "tennis" – sueter branco para homem	50	Receita
Talco Johnson	52	Propaganda
Delícia	53	Propaganda
Lãs Sams	54	Propaganda



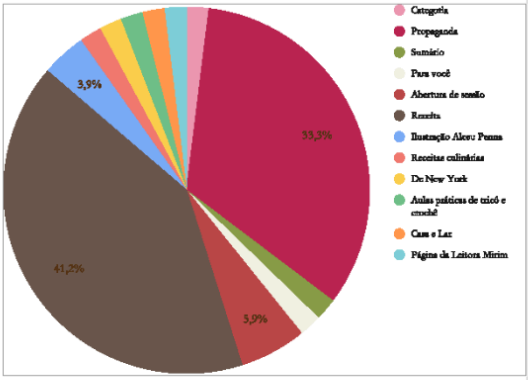
APÊNDICE Q - Lista de conteúdos da revista *Tricô e Crochê* número 31.

Tricô e Crochê 31		
Maio-Junho 1949		
Título	Página	Categoria
Anil Fulgol | Anil Ideal	0	Propaganda
Salada	0	Propaganda
Para você	1	Para você
Sumário	2	Sumário
Talco Johnson	2	Propaganda
Casa Genin	3	Propaganda
Uma blusa para tarde	4	Receita
Blusa	6	Receita
Uma blusa muito original!	8	Receita
Renda	10	Receita
Máquina de Tricô Ultra rápida	12	Propaganda
Sarosin	12	Propaganda
Lâmpadas Philips	13	Propaganda
Crianças	14	Ilustração Alceu Penna
Party	16	Receita
Esporte	18	Receita
Modas	21	Propaganda
Passeio de yatch – sueter para mocinha	22	Receita
Hemo-Virtus	23	Propaganda
Nova York	25	De New York
Para tricô ou crochê	26	Ilustração Alceu Penna
Valisère	28	Propaganda
Boina	29	Receita
Para cobrir o teclado do piano Notas em férias	31	Página da Leitora Mirim
Creme Rugól	31	Propaganda
Regulador Xavier	31	Propaganda
Blusa com missangas	32	Receita
Casa e Lar	35	Casa e Lar
Toalhinhas com bicos em crochê	36	Receita
Royal	37	Propaganda
Receitas culinárias	38	Receitas culinárias
Chapelinho vermelho	39	Receita
Sueter para menino de 12 anos	40	Receita
Glenn Ford é um rapaz impressionante	42	Página de Hollywood
Pó de arroz tormento	43	Propaganda
Calcinha para menino de 6 anos	44	Receita
Tricós do bebé	46	Receita
Casaquinho para menina de 4 anos	48	Receita
Casaco para senhora	50	Receita
Delícia	53	Propaganda
Lás Sams	54	Propaganda



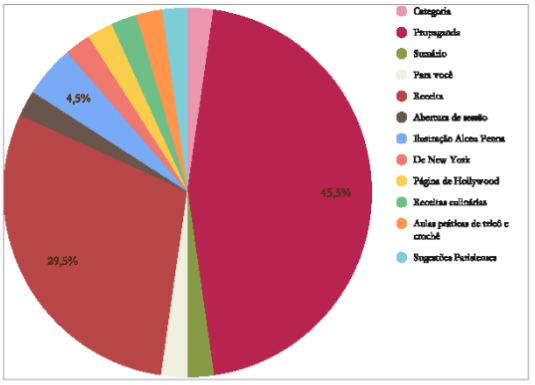
APÊNDICE R - Lista de conteúdos da revista *Tricô e Crochê* número 32.

Tricô e Crochê 32		
Julho-Agôsto 1949		
Título	Página	Categoria
Farinha sol	0	Propaganda
Sumário	0	Sumário
Lãs Sams	1	Propaganda
Pó de arroz Tormento	2	Propaganda
Casa Genin	3	Propaganda
Lampadas Philips	4	Propaganda
Para Você	5	Para você
Chales	6	Abertura de sessão
Estela Branca	8	Receita
Chale preto	9	Receita
Talco Johnson	9	Propaganda
Incrustações	11	Abertura de sessão
Blusa com coroa	12	Receita
Blusa com bolas	13	Receita
Blusa com incrustações	13	Receita
Salada	15	Propaganda
Anil Fulgor | Anil Ideal	15	Propaganda
Vestidos de cocktail	16	Ilustração Álceu Penna
Penteador	18	Receita
Penteador	20	Receita
Casaco para homem	22	Receita
Hemo-Virtus	22	Propaganda
Sarosin	22	Propaganda
Receitas culinárias	24	Receitas culinárias
De Nova York	25	De New York
Escolha uma	26	Ilustração Álceu Penna
Valisère	28	Propaganda
Anil Fulgor | Anil ideal	29	Propaganda
Dots	30	Receita
Modes	32	Propaganda
Colchinha para carrinho de bebê	32	Receita
Enxoval do bebê	34	Abertura de sessão
Sapatinhos	36	Receita
Paletósinho	36	Receita
Regulador Xavier	36	Propaganda
Fraldinha	37	Receita
Sapatinhos	38	Receita
Paletósinho em 1 só pedaço	38	Receita
Os patinhos	39	Receita
Casaquinho para bebê	40	Aulas práticas de tricô e crochê
General Electric	42	Propaganda
Casa e lar	43	Casa e Lar
Stop!	44	Receita
Com restos de lã – Escocesinho	46	Receita
Suéter para criança de 2 anos	48	Receita
Cilton	48	Propaganda
Bolsa em crochê	49	Receita
Suéter para homem	50	Receita
Maiô para menina de 12 anos	52	Página da Leitora Mirim
Delícia	53	Propaganda



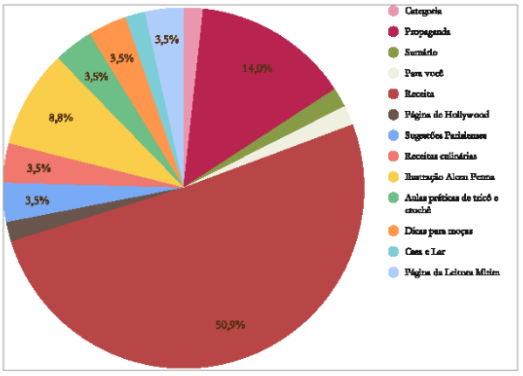
APÊNDICE S - Lista de conteúdos da revista *Tricô e Crochê* número 33.

Tricô e Crochê 33		
Setembro-Outubro 1949		
Título	Página	Categoria
Anil Fulgol | Anil Ideal	0	Propaganda
Salada	0	Propaganda
Lãs Sams	1	Propaganda
Anil Fulgor | Anil Ideal	2	Propaganda
Sumário	3	Sumário
Para você	3	Para você
Ultima moda	4	Receita
Hemo-Virtus	6	Propaganda
Pó de arroz Tormento	8	Propaganda
Chales	9	Abertura de sessão
Chale em crochê	10	Receita
Chale em tricô e crochê	10	Receita
Chapéus	12	Receita
Farinha sol	13	Propaganda
Napolitano	14	Receita
Tricos	16	Ilustração Alceu Penna
Rosas	18	Receita
Suéter para rapaz	20	Receita
Elegância	22	Receita
Lâmpadas Philips	24	Propaganda
De Nova York	25	De New York
Tricôs	26	Ilustração Alceu Penna
Velisère	28	Propaganda
Cinto em talagarça bordado a lã	29	Receita
Cilion	29	Propaganda
Colorida	30	Receita
Helmitol	32	Propaganda
Regulador Xavier	32	Propaganda
Maluca por natureza...	33	Página de Hollywood
Culinária	34	Receitas culinárias
Conjunto em tricô	36	Receita
Talco Johnson	38	Propaganda
Capinha trespassada	39	Receita
Enxoval do bebê	40	Receita
Cafiaspirina	41	Propaganda
Fabrica de cigarros Sudan S.A.	45	Propaganda
Sarosin	46	Propaganda
Magic	47	Propaganda
Suéter para rapaz	48	Aulas práticas de tricô e crochê
Sugestões parisienses	50	Sugestões Parisienses
Modes	52	Propaganda
Delícia	53	Propaganda
Casa Genin	54	Propaganda



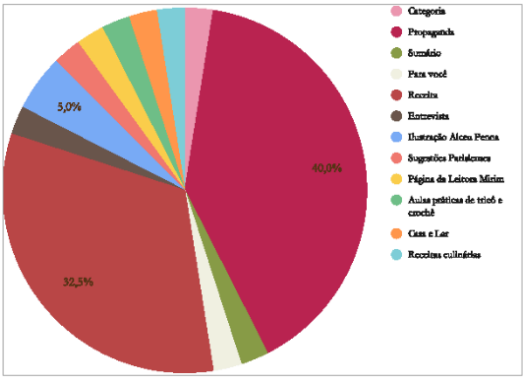
APÊNDICE T - Lista de conteúdos da revista *Tricô e Crochê* número 35.

Tricô e Crochê 35		
Janeiro-Fevereiro-Março-Abril		
Título	Página	Categoria
Gordura vegetal "Salada"	0	Propaganda
Sumário	0	Sumário
Pó-de-arroz Tormento	1	Propaganda
Sams	2	Propaganda
Para você	3	Para você
Verde ou Branca	4	Receita
Verde ou Branca	5	Receita
Verde ou Branca	6	Receita
Verde ou Branca	7	Receita
Blusa para a moça	8	Receita
Para a morena... Blusa para a moça	9	Receita
Para a morena... Blusa para a moça	10	Receita
Tricôs de Hollywood	11	Página de Hollywood
Paris 1950	12	Sugestões Parisienses
Paris 1950	13	Sugestões Parisienses
Coletinho elegante	14	Receita
Coletinho elegante	15	Receita
Culinária	16	Receitas culinárias
Culinária	17	Receitas culinárias
Tricôs 1950	18	Ilustração Alceu Penna
Tricôs 1950	19	Ilustração Alceu Penna
Aulas práticas de tricô e crochê	20	Aulas práticas de tricô e crochê
Aulas práticas de tricô e crochê	21	Aulas práticas de tricô e crochê
Ondas - Blusa para a moça	22	Receita
Ondas - Blusa para a moça	23	Receita
Ondas - Blusa para a moça	24	Receita
"Modelo Premier Prix"	25	Ilustração Alceu Penna
Tricôs e Crochês	26	Ilustração Alceu Penna
Tricôs e Crochês	27	Ilustração Alceu Penna
Valisére	28	Propaganda
Tricotar para ÊLE	29	Receita
Tricotar para ÊLE	30	Receita
Tricotar para ÊLE	31	Receita
Tricotar para ÊLE	32	Receita
Tricotar para ÊLE	33	Receita
Tricotar para ÊLE	34	Receita
Tricotar para ÊLE	35	Receita
Tricotar para ÊLE	36	Receita
Tricotar para ÊLE	37	Receita
Sugestão para sua blusa	38	Dicas para moças
Sugestão para sua blusa	39	Dicas para moças
Fio de algodão "Centenário"	40	Propaganda
Casa e lar	41	Casa e Lar
Renda	42	Receita
Renda	43	Receita
Leitora Mirim	44	Página da Leitora Mirim
Leitora Mirim	45	Página da Leitora Mirim
Toalhinha em crochê	46	Receita
Uma Farinha que mais	47	Propaganda
Bebê	48	Receita
Bebê	49	Receita
Bebê	50	Receita
Menina	51	Receita
Menina	52	Receita
Óleo Delícia	53	Propaganda
Kramor / Sams	54	Propaganda



APÊNDICE U - Lista de conteúdos da revista *Tricô e Crochê* número 36.

Tricô e Crochê 36		
Maio-Junho 1950		
Título	Página	Categoria
Salada	0	Propaganda
Sumário	0	Sumário
Para você	1	Para você
Encanto	2	Receita
Pó de arroz Tormento	4	Propaganda
Anil Fulgor | Anil Ideal	5	Propaganda
Linda... Blusa em tricô e bordado	6	Receita
Casaco branco para moça	8	Receita
Máquina de tricô ultra rápida "veloz"	8	Propaganda
Regulador Xavier	10	Propaganda
Esportivo suéter para rapaz	11	Receita
Quer ser Estrêla de Cinema?	13	Entrevista
A última moda	14	Ilustração Alceu Penna
Turbante	16	Receita
Banho de sol	18	Receita
Curvas de Tricô ou crochê	20	Receita
Inverno 1950 Paris	22	Sugestões Parisienses
Crochês - Toalhinha em Crochê/Toalhinha com grandes bicos em crochê	24	Receita
Tecidos Álbene	25	Propaganda
Sugestões	26	Ilustração Alceu Penna
Valisère	28	Propaganda
Porta retrato de crochê	29	Página da Leitora Mirim
Crochê - Blusa de crochê	30	Receita
Mitigal	32	Propaganda
Jarosin	32	Propaganda
Centenário - Casa Genin	33	Propaganda
Chic - Blusa para moça	34	Receita
Anil Fulgor | Anil Ideal	36	Propaganda
Fio Gladiador	36	Propaganda
Enxoval do Bebê	37	Receita
Óleo Salada	43	Propaganda
Aulas práticas de tricô e crochê - blusa para moça	44	Aulas práticas de tricô e crochê
Lã Sams	46	Propaganda
Casa e Lar	47	Casa e Lar
Culinária	48	Receitas culinárias
Suéter para homem	50	Receita
Lindo vestidinho para 1º aniversário de sua filhinha	52	Receita
Delícia	53	Propaganda
Lãs Sams	54	Propaganda

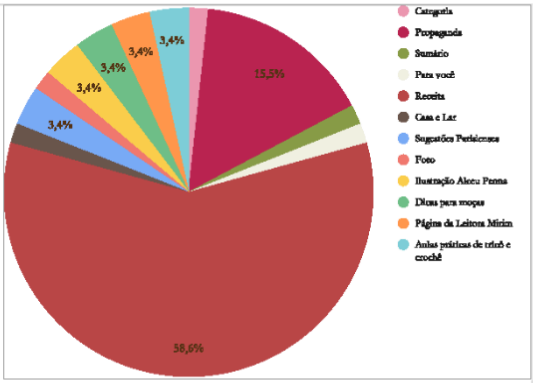


APÊNDICE V - Lista de conteúdos da revista *Tricô e Crochê* número 39.

Tricô e Crochê 39

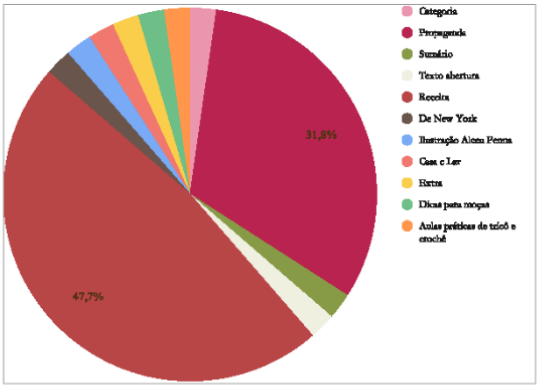
Janeiro-Fevereiro-Março-Abril

Título	Página	Categoria
Gordura vegetal "Salada"	0	Propaganda
Sumário	0	Sumário
Biotônico Fontoura	1	Propaganda
Pó-de-arroz Tormento	2	Propaganda
Para você	3	Para você
Elegância	4	Receita
Elegância	5	Receita
Elegância	6	Receita
Elegância	7	Receita
Elegância	8	Receita
Elegância	9	Receita
Elegância	10	Receita
Elegância	11	Receita
Alô	12	Receita
Alô	13	Receita
Alô	14	Receita
Bouquets	15	Receita
Bouquets	16	Receita
Casa e Lar	17	Casa e Lar
Paris	18	Sugestões Parisienses
Paris	19	Sugestões Parisienses
Comodore	20	Receita
Comodore	21	Receita
Belezas	22	Receita
Belezas	23	Receita
Belezas	24	Receita
Foto	25	Foto
Elegância e tricô	26	Ilustração Alceu Penna
Elegância e tricô	27	Ilustração Alceu Penna
Valisére	28	Propaganda
Cavalheiros	29	Receita
Cavalheiros	30	Receita
Cavalheiros	31	Receita
Algumas sugestões	32	Dicas para moças
Algumas sugestões	33	Dicas para moças
Leitora Mirim	34	Página da Leitora Mirim
Leitora Mirim	35	Página da Leitora Mirim
Óleo "Delícia"	35	Propaganda
Aulas práticas de tricô e crochê	36	Aulas práticas de tricô e crochê
Aulas práticas de tricô e crochê	37	Aulas práticas de tricô e crochê
Frente de blusa em crochê	38	Receita
Frente de blusa em crochê	39	Receita
Bebê	40	Receita
Bebê	41	Receita
Bebê	42	Receita
Bebê	43	Receita
Bebê	44	Receita
Bebê	45	Receita
Bebê	46	Receita
Bebê	47	Receita
Bebê	48	Receita
Bebê	49	Receita
Bebê	50	Receita
Fio de algodão "Centenário"	51	Propaganda
Anil Fugor e Anil Ideal	52	Propaganda
Lãs Sams	53	Propaganda
Lãs Sams	54	Propaganda



APÊNDICE W - Lista de conteúdos da revista *Tricô e Crochê* número 41.

Tricô e Crochê 41		
1952		
Título	Página	Categoria
Elna	1	Propaganda
Sumário	2	Sumário
Cilion	2	Propaganda
86,7% dos homens não gostam de moças	3	Texto abertura
Renée Patton criou casaco para moça	4	Receita
Da cor da noite esta blusa para noite	6	Receita
Blusão para moça	7	Receita
Com fios fazem-se as blusas e amarram-se os noivos	10	Receita
Carnaval na lã 1952	12	Receita
Chamariz – Blusa	14	Receita
Confortável para todo lugar – Casaquinho para moça	15	Receita
Esportivo e "chic	16	Receita
Yolande de New York apresenta suas novas combinações	18	De New York
Verruguinhas de sêda espalhadas em Lã – Blusa para moça	20	Receita
É assim que eu quero – suéter para rapaz	22	Receita
Vermelho aprisionado pelo branco – blusa para moça	24	Receita
Sangue e areia	26	Ilustração Álceu Penna
Valisère	28	Propaganda
Casa e lar	29	Casa e Lar
Lembrem-se que depois do calor vem o frio - casaco para moça	30	Receita
Gatos, tricôs e divórcios	31	Extra
Sugestões	32	Dicas para moças
Para esporte e trabalho – suéter para rapaz	34	Receita
Chapéu para moça	36	Receita
Pulôver para menina	37	Receita
Cegonha ficou encantada – casaquinhos e sapatinhos para bebê	39	Receita
Aulas práticas de tricô e crochê	40	Áulas práticas de tricô e crochê
4 peças para bebê	42	Receita
A capa que cobre nosso filhinho – capa para bebê	44	Receita
Flamour	46	Propaganda
Receita continuação	47	Receita
Blusão colegial	48	Receita
Armando Casemiro – camisas sob medida	49	Propaganda
Exaustor Contact	49	Propaganda
Talheres e Baixelas Wolff	49	Propaganda
Guaraná Caçula Da Antártica	50	Propaganda
Máquina de tricô utra rápida veloz	50	Propaganda
Fio de algodão Centenário	50	Propaganda
Receita continuação	51	Receita
Repartie	51	Propaganda
Pó de Arroz Tormento	52	Propaganda
Radiofones Philips	53	Propaganda
Lãs Smas	54	Propaganda



APÊNDICE X - Lista de conteúdos da revista *Tricô e Crochê* número 42.

Tricô e Crochê 42

1952

Título	Página	Categoria
Pó de Arroz Tormento	0	Propaganda
Leitura depla recomendamos para este artigo	1	Texto abertura
Sumário	1	Sumário
As fôlhas não caem	2	Receita
Tricô	4	Receita
Ar matinal	6	Receita
2 lindas moças de paris nos visitam (texto na pág 41)	8	Sugestões Parisienses
100% charme	10	Receita
Miss Brasil 1968?	12	Receita
É a fita que realça a graça da blusa	14	Receita
Junho aproxima-se	16	Receita
Mágica em Branco e Preto	18	De New York
Botões em desfile	19	De New York
As duas irmãs	20	Receita
Ripple-Elastic	22	Receita
Casa e Lar	23	Casa e Lar
Alegreto Tricotado	24	Receita
Desafiando Adão	26	Ilustração Alceu Penna
Nem todas as flores nascem no jardim	28	Extra
Saudade do carnaval	29	Receita
Amadorista	30	Receita
Maior liberdade nos movimentos	32	Ilustração Alceu Penna
Na idade dos sonhos	34	Receita
Calção e casaquinho para menino de 1 ano	36	Receita
Para leitora mirim – cinto bordado	39	Página da Leitora Mirim
O bebê chegou	40	Receita
Ganhou este bonito calçãozinho	42	Receita
Colchinha em crochê para berço	44	Aulas práticas de tricô e crochê
KIRSCH	46	Propaganda
Continuação da página 21	46	Receita
Toalhinha em crochê	47	Receita
Fio de algodão Centenário	47	Propaganda
Exaustor Contact	47	Propaganda
Agasalho para bebê	48	Receita
Máquina de tricô ultra rápida "veloz"	49	Propaganda
WOLFF	49	Propaganda
7up	50	Propaganda
Cartas de leitoras que chegaram às nossas mãos	50	Confidencial
Gráficos da página 29	50	Receita
Gráficos da página11	51	Receita
Regulador Xavier	51	Propaganda
Datilógrafa com bastante prática – também de trabalho de tricô e crochê	51	Aviso
Biotônico Fontoura	51	Propaganda
Flamour	52	Propaganda
Pequena Enciclopédia do tricô e do crochê	53	Pequena enciclopédia
Fta celulose durex scotch	53	Propaganda
Lãs Sams	54	Propaganda

