

ModaPalavra e-periódico

E-ISSN: 1982-615X

modapalavra@gmail.com

Universidade do Estado de Santa

Catarina

Brasil

Queiroz Campos, Daniela

PÁGINAS DA MODA EM REVISTAS: Alceu Penna e a revista O Cruzeiro (1950 - 1964)

ModaPalavra e-periódico, núm. 8, 2011

Universidade do Estado de Santa Catarina

Florianópolis, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514051719009>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais artigos
- ▶ Home da revista no Redalyc

**PÁGINAS DA MODA EM REVISTAS:**

Alceu Penna e a revista O Cruzeiro (1950-1964)

*Pages of fashion in magazines:*

*Alceu Penna and magazine O Cruzeiro (1950-1964)*

Daniela Queiroz Campos  
Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em História UFSC  
UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina  
Telefone para contato: (48) 3235-1148  
camposdanielaqueiroz@gmail.com

**Resumo:**

O presente artigo pretende tecer considerações acerca de um notável colaborador daquela que foi a grande revista brasileira de outrora. Pretende, em especial, tecer suas tramas narrativas sob as páginas interpenetradas pela moda. A revista O Cruzeiro, que circulou de 1928 a 1975, sempre apresentava ao leitor páginas que abordavam as tendências de moda. Dentre estas páginas muitas, durante considerável tempo, foram assinadas por um reconhecido ilustrador mineiro: Alceu de Paula Penna. Alceu Penna escreveu e muitas vezes ilustrou a secção de Figurinos da renomada revista. Além de tal secção, também, era o responsável por uma das colunas mais famosa do periódico: a coluna *Garotas do Alceu*. Naquelas páginas mesclavam-se tendências de moda das *Maison* francesas, condutas de comportamento das atrizes do cinema, padrões de beleza, normas de civilidade, cotidiano. Era a moda transposta em páginas de revistas.

**Palavras-chave:** revista, moda, Alceu Penna

**Abstract:**

*This present paper aims to make considerations on a noticeable collaborator of one of the greatest magazine of Brazil's past. This paper aims, specially, to pounder about the pages of fashion content. The magazine O Cruzeiro, that circulated from 1928 to 1975, always presented pages of fashion trends to the readers. Most of those pages were signed by a recognized illustrator, born in the state of Minas Gerais. He was Alceu de Paula Penna. Alceu Penna many times wrote and illustrated the section Costumes (Figurinos) of the magazine. Not only has he*

*illustrated Costumes, but he was also the responsible for one of the most famous columns of the periodic: the column Girls of Alceu (Garotas do Alceu). Those pages were a mix of fashion trends, French Maisons, behavior conduct of movie stars, beauty patterns, civilities norms, and daily experiences. That was fashion transposed in pages of a magazine.*

**Keywords:** magazine, fashion, Alceu Penna

Começo falando de Alceu Penna, ele foi um dos responsáveis pelo enorme sucesso da revista, com a qual colaborou nada menos de 28 anos. Filho de um fazendeiro e natural da cidadezinha de Curvelo, Minas Gerais, Alceu veio para o Rio em 1932 para estudar arquitetura, mas acabou largando o curso pelo meio. Descobriu que gostava mesmo era de desenhar (...).<sup>1</sup>

O ilustrador Alceu de Paula Penna, o pai das *Garotas*. A coluna de humor ilustrada foi a responsável pelo sucesso e reconhecimento de Alceu Penna, contudo o desenhista era também responsável por outras colunas dentro do periódico estudado, a revista *O Cruzeiro*. Ao longo de sua carreira como ilustrador, Penna muito colaborou na revista de Assis Chateaubriand, nela ilustrou capas e páginas do periódico e assinou duas importantes e muito conhecidas colunas: a coluna *Garotas* e a coluna de *Figurinos*. Além de ilustrador, ele foi também figurinista, um dos mais renomados do Brasil de outrora.

A coluna de *Figurinos* circulou semanalmente na secção *Para as mulheres* e, em determinados números do período, numa secção própria de *Figurinos*. Desde o primeiro número da revista *O Cruzeiro*, em 1928, a coluna estava presente, intitulada de *Modas* e era então assinada por Rachel. Logo, diferentemente da coluna de humor, esta nem sempre teve a

---

<sup>1</sup> NETTO, Alcioly. *O Império de papel: Os bastidores de O Cruzeiro*. Porto Alegre: Sulina, 1998. p.125.

colaboração de Alceu Penna. Até o início da década de 1940, a colunista seguia sendo Rachel, que, segundo Alccioly Netto, seria uma correspondente enviada a Paris “[...] mostrando com exclusividade os principais desfiles dos melhores costureiros franceses”.<sup>2</sup> Maria Claudia Bonadio, pontua que, na edição de 23 de novembro de 1940, a revista trouxe uma reportagem sobre a dita colunista, “[...] que segundo o texto vivia no Rio de Janeiro e freqüentava o *Jockey Cub* a fim de criar modelos inspirados nos vestidos usados pelas cariocas elegantes que frequentavam as corridas. Foi a única vez que a revista fez alguma menção a identidade da colunista”.<sup>3</sup> Bonadio também alerta para a seguinte questão, conforme pondera Alcciolly Netto, além de outros autores que escreveram sobre *O Cruzeiro*, muitas colunas eram copiadas de revistas internacionais. Rachel poderia ser apenas um pseudônimo, como o tinham outras colunistas, por exemplo, Maria Teresa da seção *Da Mulher para a Mulher*.

A primeira coluna de moda a receber assinatura de Alceu Penna no periódico estudado, data de novembro de 1940, *Verão Catarina*. Naquela época, Penna não estava no Brasil, mas nos Estados Unidos da América. A dita coluna trazia as tendências de roupas de banho e de verão das praias e ilhas da Califórnia. As páginas de moda traziam vinculadas ilustrações e textos de Alceu Penna, ao contrário da seção de humor, que apresentava textos assinados por inúmeros escritores. Ao longo de algum tempo, as colunas de *Figurinos* tiveram autoria divididas entre Alceu e Rachel, até que, em meados de 1941, ele se torna autor titular daquelas páginas.

A coluna de *Figurinos* consolida Alceu Penna como figurinista e também como jornalista de moda. Na década de 1950, são inúmeras as reportagens sobre lançamentos da moda européia, são modelos de Jacques Fath, Chisrtian Dior, Gyvenchy, Balenciaga. Modelos desenhados e comentados por Alceu. Ao longo de anos o ilustrador apresentou os modelos dos grandes costureiros da moda, os nomes da Alta-costura.

No período em que Alceu Penna colaborou para a coluna de *Figurinos* da revista *O Cruzeiro*, diversas modificações aconteceram nas tendências de moda ditadas pelos influentes nomes da Alta-costura francesa. Nas páginas da revista podem-se encontrar todas aquelas variações comentadas por Alceu Penna. No início da década de 1950, as tendências ainda

---

<sup>2</sup> NETTO, Alccioly., op.cti. p.37.

<sup>3</sup> BONADIO, Maria Claudia. *O Brasil na ponta do lápis: Alceu Penna, modas e figurinos (1939-1945)*. IX Congresso Internacional Brazilian Studies Association (BRASA). Tulane University, New Orleans, 27 a 29 de março de 2008. p.12.

estavam bastante atreladas pelo *New Look* de Christian Dior, no qual a feminilidade era marcada “[...] pela cintura estreitada, pelos seios majestáticos, pelo tronco pouco enfatizado e em contraste com a ampla saia. A mulher com proporções de boneca e sempre festiva”.<sup>4</sup> No periódico brasileiro, segundo Mara Rúbia Sant’Anna, Penna comentava que o tradicional era o mais seguro e o clássico, reproduutor da elegância. Uma elegância marcada, num período de Pós Segunda Guerra Mundial, por uma abundância de tecido utilizada nas amplas saias e blusas estruturadas. James Laver pontua que a Câmara de Comércio Britânica considera tal tendência de moda frívola. Uma vez que na “[...] Inglaterra – o racionamento de roupa continuou até 1949. [...] Entretanto as mulheres estavam dispostas até a se apertarem com cintas –“vespas” – para entrar no *Look*, e a desaprovação do governo não foi levada em consideração.”<sup>5</sup>

Em 1953, o próprio Dior começa a se desvincular daquela imagem clássica de elegância. Aparecem modelos mais práticos e menos formais para a vida social. No Brasil, essas modificações do costureiro foram aprovadas por Alceu, para ele o costureiro adaptava suas criações aos novos contextos culturais e aos novos modos de vida social. A coleção de 1955 foi marcada pela linha A, e mais uma vez consagra-se Dior como criador de formas adaptadas a uma nova e moderna mulher. A partir de 1956, é notória a transfiguração do conceito de elegância, atrelado a fortes traços de praticidade. Esta transformação é bastante visível nas criações de conceituados costureiros contemporâneos de Dior, como Givenchy, Balenciaga, Fath, Rouff. No mesmo ano, a coluna de *Figurinos* anuncia às suas leitoras que Paris se libertava do *New Look*.

Nas modificações das tendências de moda das primeiras décadas do século XX, foi notória a participação de uma mulher, *Mademoiselle* Chanel. Gabrielle Chanel<sup>6</sup> firmou um estilo, ofereceu o prático, o confortável sem, com isso, descartar o chique e o elegante. “A imposição de seu *tailleur*, com casaco na altura dos quadris, saia abaixo dos joelhos e blusa em complemento [...]. Guarnições trançadas, correntes de ouro, chamativas bijuterias, blusas combinadas ao forro dos casacos, botões com iniciais [...]”<sup>7</sup>. Alceu, por sua vez, difundiu as propostas de Chanel no

<sup>4</sup> SANT’ANNA. Mara Rúbia. *Elegância e sociedade: ser elite nas décadas de 1950 e 1960*. In: Moda Palavra (04), 2005. p.101.

<sup>5</sup> LAVER, James. *A roupa e a moda: uma história concisa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008. p.255.

<sup>6</sup> BRAGA, João. *História da moda: uma narrativa*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2009.

<sup>7</sup>SANT’ANNA. Mara Rúbia. *Aparência e Poder: novas sociabilidades urbanas em Florianópolis, de 1950 a 1970*. Tese de doutoramento em História defendida na UFRGS. Porto Alegre, 2005.p. 326.

Brasil através de suas páginas em *O Cruzeiro* e na *Cigarra*. No decorrer dos *anos dourados*, os modelos mais glamourosos perdem espaço nas ruas, ficam mais presos a grandes festas e a eventos. Outro nome que modifcou substancialmente os padrões daquela época foi Yves Saint Laurent. Em sua coleção de 1958, pela *Maison Dior*, o costureiro trazia praticidade e liberdade, atrelado à ideia que Chanel professava. Para Penna, a moda entrava-se numa fase *Bossa Nova*.

Uma parcela bastante limitada da população tinha acesso às *Maisons* da *Champs-Elysées*. Mocinhas e mulheres de diversos lugares tinham contato com essas criações da Alta-costura parisiense, principalmente através de páginas de revistas. Na Itália, na Espanha, na França, no Brasil, na Argentina, revistas traziam as coleções das grandes *Maisons*. Inúmeros periódicos, de vários lugares do mundo, desde o século XIX, traziam as tendências e os ditames da Alta-costura.

Também no passado, mais ou menos recente, quando os ditames da alta moda vinham somente de Paris e os outros países deviam concentrar-se em imitar ou difundir os gostos franceses, as empresas jornalísticas dedicadas à moda não desempenhavam apenas, pelo menos não todas, um papel de simples difusores de estilos inventados em outros lugares. Ao contrário, nos casos mais significativos é possível identificar um projeto cultural que não substitui, mas se coloca paralelamente ao papel de meros reprodutores de figurinos franceses para um público italiano.<sup>8</sup>

Para Alberto Malfitano, aqueles ditames franceses não eram apenas copiados e transpostos para outros magazines. Pelo contrário, ele defende um papel paralelo entre as tendências francesas e os jornalistas de moda das revistas. Malfitano cita o caso de Alessandro Lampugnani que, ainda no século XIX, ao transpor as tendências francesas para seu *Corriere delle Dame*, de Milão, mantinha um discurso educativo para as mulheres italianas. Ao lado das ilustrações de moda, eram publicados artigos de escritores italianos. O autor cita também o periódico *Le Ore Casalinghe*, que trazia juntamente com as ilustrações um discurso moral e pedagógico. Alberto também chama atenção para o jornalista, colunista das revistas. Inúmeras

<sup>8</sup> MALFITANO, Alberto. O jornalismo de moda: aplicações no campo histórico. In: SORCINELLI, Paolo (org.). *Estudar a Moda: corpos, vestuário, estratégias*. São Paulo: Editora Senac, 2008. p. 63.

colunas respondiam cartas de leitoras sedentas por opiniões, das mais variadas possíveis, principalmente sobre trajes e modos. As leitoras confiavam na figura daqueles jornalistas, provavelmente, porque aqueles colunistas eram quase personagens, conhecidos e estimados.

Se compararmos com o caso dos periódicos brasileiros, podemos perceber bastantes semelhanças. Primeiramente, pelo fato das ilustrações não virem sozinhas. Elas vinham associadas a textos escritos por um colunista brasileiro, no caso, Alceu Penna. Ao longo do texto, o colunista comentava os trajes, escrevia como poderiam ser adaptados à realidade, principalmente climática, do país. Além do mais, Penna escrevia sobre que tipo de corpo seria mais favorecido pelas peças, entre outras dicas. E mais do que mero escritor de coluna, Alceu transformou-se, também, em um personagem, com o qual as leitoras estabeleceram laços de afinidade e confiança. Ele tornou-se uma figura bastante conhecida e estimada por moças e senhoras das décadas centrais do século XX.

Porém, como aquelas roupas trazidas pelas revistas poderiam ser compradas? Temos que problematizar que nossas leitoras, as leitoras de *O Cruzeiro*, de maneira geral, não passeavam nas ruas parisienses e, se passeavam, não o faziam com a freqüência desejável para manterem seus guarda-roupas afinados com as últimas tendências de moda. Na grande maioria das vezes, aqueles trajes eram copiados, levavam-se as páginas da revista até uma costureira e ela fazia um modelo bastante próximo daquele ilustrado. Segundo Wanda Ferron<sup>9</sup>, naquela época, a comercialização de roupas prontas era pouco significativa, atendia apenas a um restrito consumo de luxo ou a um setor bastante popular com peças confeccionadas em grande escala. Logo, a maioria das vestes era feita sob medida. No Brasil, inúmeras revistas eram utilizadas para esse fim. Maria Cristina Nacif<sup>10</sup> pontua a existência muito significativa de revistas importadas, sobretudo francesas como *La femme Chic, l'Officiel de la Couture et de la Mode de Paris, Marie Claire*.

Entretanto, era possível comprar modelos assinados por estilistas franceses no Rio de Janeiro já no final do século XIX, início do século XX. Principalmente quando ocorre a chamada

---

<sup>9</sup> FERRON, Wanda Maleronka. *Fazer roupa virou moda; um figurino de ocupação da mulher*. São Paulo, 1920-1950. Tese de doutorado. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1996.

<sup>10</sup> NACIF, Maria Cristina Volpi. Confecção de trajes e mão-de-obra no Rio de Janeiro, nos primeiros cinqüenta anos do século XX. In: CASTILHO, Kathia e VILLAÇA, Nízia (orgs.) *Plugados na Moda*. São Paulo: Editora Abhembí Morumbi, 2006.

“revolução branca da moda”, segundo a matéria de Alceu Penna publicada em outubro de 1950 esta revolução consistia no fato de alguns costureiros franceses estarem comercializando vestidos de Alta-costura parisiense em série, com preços mais acessíveis.

Tais coleções divulgadas por Penna, no Brasil, tinham 35 modelos e seu custo variava em torno de 20 mil a 50 mil francos, o que correspondia a 1.200 e 3.000 cruzeiros, enquanto um vestido de Alta-costura, assinado por Robert Piguet, custava na mesma época 500 mil francos. Enquanto isso em Florianópolis, com 25 mil cruzeiros podia se comprar um terreno de 28 mil m<sup>2</sup> em Coqueiros, ou seja menos do que era necessário para comprar o modelo de cetim de malva, bordado de *jais* negro de Piguet.<sup>11</sup>

Todavia, de maneira geral, os vestidos usados pela grande maioria das mocinhas e das senhoras eram costurados em ateliês, aqui mesmo no Brasil. Muitas vezes por suas mães, tias e até por elas próprias, haja visto o relevante número de cursos de corte e costura existentes na época. No entanto, deve-se levar em consideração a complexidade de muitas das roupas trazidas por aquelas revistas.

Tão elaborados são os modelos apresentados que tornam quase inacessível suas reproduções pelas costureiras mais simples das cidades brasileiras. Esta dificuldade era exatamente o fator que alimentava o *éthos* de elegância das mulheres mais ricas que poderiam comprar os modelos diretamente da França, Rio de Janeiro ou pagar caríssima mão-de-obra especializada que os conseguissem reproduzir.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> SANT’ANNA. Mara Rúbia. *Aparência e Poder: novas sociabilidades urbanas em Florianópolis, de 1950 a 1970*. Tese de doutoramento em História defendida na UFRGS. Porto Alegre, 2005. p. 334.

<sup>12</sup> SANT’ANNA. Mara Rúbia. *Elegantes e modernas – a moda e a construção dos gêneros nos anos 50*. In: Moda Palavra. V.1. Ano 2002. p.122.

É importante ressaltar aqui que Penna era apenas figurinista, e não costureiro. “Alceu de Paula Penna (1925-1980) não entendia de agulha e linha e nunca teve um ateliê de costura”.<sup>13</sup> As peças eram apenas ilustradas pelo artista. Alceu Penna insere-se no mundo da moda através do desenho. Ele torna-se conhecido e renomado por suas ilustrações e, a partir delas, começa também a desenhar “modas”, passando, inicialmente como complemento, a escrever sobre o tema. A partir desta incisão, figura também como importante jornalista de moda. É interessante pontuar que, na década de 1950, o ilustrador passa a assinar, também, os textos de editoriais de moda fotografados.

As *Garotas* e mulheres desenhadas por Alceu Penna eram portadoras de uma exímia postura. Postura exigida por Dior daquelas que usassem suas criações, fazia-se necessário um certo capital-aparência, afim de agregar valor à vestimenta. Um traje apenas não era o bastante para tornar-se elegante. Era preciso um arsenal de boas maneiras e assessórios para, aí sim, transformar a imagem de uma simples mulher em uma imagem de elegância e requinte. Uma imagem de elegância que reverberaria em poder.

A relação da imagem com o poder está balizada nos comentários que se fazem constantemente no papel da mídia no mundo contemporâneo. Contudo, mais do que uma evidência é necessário pensar criteriosamente como se dá essa relação.

Georges Balandier considera que “todo o poder requer representação, um *decorum*, um cerimônia e suas pompas, uma distância em relação aos súditos” para efetivar-se como tal. (...) Para a historicidade moderna ocidental a ritualística está firmada na alternância da coreografia e na exigência aos atos de rápida adaptação aos novos enredos, dando dessa forma, outro sentido às estratégias de poder, não mais firmadas na fixidez, mas sim na fluidez, na efemeridade da vida contemporânea.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> BONADIO, Maria Claudia. FIGUEIRA, Daniela Nunes e PENNA, Gabriela Ordóñez. *Interpretando Alceu: O Projeto Figurino*. IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte. São Paulo V.1 N. 2 ago./dez. 2008. p.136.

<sup>14</sup> SANT’ANNA. Mara Rúbia. *Teoria de Moda: sociedade, imagem e consumo*. Barueri: 2007. p.37.

Mara Rúbia Sant'Anna escreve acerca das relações de poder ligadas à aparência. Não é uma característica da sociedade moderna atrelar a imagem e a aparência ao poder. Segundo Jean Marin Apostolides, toda a estrutura social das monarquias européias enfatizou a presença da etiqueta como estratégia de poder. Em tal sociedade, havia uma imagem ideal criada e que deveria ser copiada, a imagem real. Contudo, deve-se distinguir a aparência e o poder no contexto monárquico e nas sociedades do século XX. A aparência conota poder de maneira distinta nessas duas sociedades.

Para Nicolau Sevcenko, as mudanças dos mecanismos e procedimentos técnicos ampliam o processo produtivo do sistema e modificam a própria estrutura da sociedade na qual homens e mulheres precisam se adaptar ao ritmo acelerado das máquinas. “Os indivíduos não serão avaliados pelas suas qualidades, qualidades mais pessoais ou pelas diferenças que tornam única a sua personalidade. Não há mais tempo para isso”.<sup>15</sup> Homens e mulheres que vivem nessas grandes cidades não mais se conhecem. E a nova forma prática de identificar os outros é pela maneira como se comportam e falam, pelos objetos simbólicos que exibem, pela maneira como se vestem. Um império da moda, em que as pessoas são o que parecem ser, vivem uma super valorização do olhar, da imagem. Vivem em um verdadeiro *Império do Efêmero*<sup>16</sup>.

Neste *Império do Efêmero*, para Gilles Lipovetsky, a distinção social se impõe tanto em objetos da cultura moderna quanto na esfera do vestuário. O sistema de moda pode ser percebido na sociedade ocidental desde a Idade Média tardia. O que caracteriza e marca esse sistema é o efêmero, o novo. Durante muitos séculos, a vida social desenvolveu-se sem o culto das fantasias e novidades, sem a instabilidade e sem a efemeridade da moda.

Só a partir do final da Idade Média é possível reconhecer a ordem própria da moda, a moda como sistema, com suas metamorfoses incessantes, seus movimentos bruscos, suas extravagâncias. A renovação das formas se torna um valor mundano, a fantasia exibe seus artifícios e seus exageros na alta sociedade, a inconstância em matéria de formas e

---

<sup>15</sup> SEVCENKO, Nicolau. *A corrida para o século XXI: no loop da montanha russa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.p. 63.

<sup>16</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do efêmero: a moda e seus destinos nas sociedades de moda*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

ordenamentações já não é exceção mas regra permanente: a moda nasceu.<sup>17</sup>

Assim, conforme se infere o trecho acima, o sistema de modas multissecular inaugurado no século XIV construiu-se dentro desse sistema de efemeridades. Anteriormente trajes, acessórios e ordenações, por mais que procurassem efeito estético, permaneciam fixados pela tradição, perpetuados de geração a geração. Jamais se aproximaram do reino do efêmero sistemático, das fluições do amanhã. É apenas no século XIV, entre 1340 e 1350, que as variações no vestuário começam a ser mais freqüentes, a mudança torna-se a regra do prazer.

As vestimentas, assim como as práticas de civilidade<sup>18</sup>, funcionam como veículo de distinção social, de acordo com a capacidade do indivíduo de se enquadrar nessas novas tendências de moda. O que vai interferir na indumentária são as apreensões que os indivíduos têm da sociedade, e tal ideia depende da posição que eles ocupam naquela. O vestir funciona como uma maneira de marcar pertencimento a determinado grupo social. Além disso, gênero, idade, classe, visão política são informações intrínsecas à indumentária e à corporalidade. No vestir-se incorpora-se indumentária e corporalidade, o traje e o portar-se.

O importante é perceber que tais objetos, independentemente de quais sejam, representam metonimicamente aquele que o possui e, por meio de uma série de associações e analogias, metaforizam o próprio ser humano, dada a sua inserção no tempo e no espaço do mundo contemporâneo, e as relações estabelecidas com ele mesmo e com o ‘outro’.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Ibid. p.23.

<sup>18</sup> A civilidade é entendida aqui como uma experiência histórica construída, representa um esforço de codificação e controle dos comportamentos para conter sensações e movimentos do corpo e da alma. Cf. CUNHA, Maria Teresa Santos. *Projeto Saberes Impressos*. Do latim *civitas* indicando o conjunto de cidadãos livres *civis* reunidos na cidade e que precisavam interiorizar códigos sociais para fazer frente à barbárie e à ignorância. Cf. GUERRENÃ, J. L. *El alfabeto de las buenas maneras. Los manuales de urbanidad em la España Contemporânea*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipéres, 2005. p.30.

<sup>19</sup> CASTILHO, Kathia. MARTINS, Marcelo M. *Discursos da Moda: semiótica, design e corpo*. 2. ed. rev. e atual. – São Paulo: Editora Anhembí Morumbi, 2005. p. 23.

Além disso, faz-se necessária a compreensão de que o discurso apresentado através de como o indivíduo carrega e adereça seu corpo relaciona-se também à ambiguidade de individualização e pertencimento presente no sistema de moda. Sendo assim, segundo Castilho e Martins, quando o indivíduo considera-se pertencente a um determinado grupo, ele passa a agregar traços de identificação que lhe permitem a semelhança com os demais integrantes de tal grupo. Tem-se, portanto, o vestir como expressão de identidades não apenas individuais, mas também coletivas. Vê-se que o ato de vestir vem revelar escolhas mais amplas, vem revelar diferenças e semelhanças, constituem identidades e afinidades, vem auxiliar a separar grupos diversos. “Sabemos que as vestimentas servem como elementos da atestação de pertencimentos e, tanto ontem quanto hoje, elas fazem parte do processo de constituição das identificações sociais”.<sup>20</sup>

O corpo e a indumentária funcionam como recursos para a construção identitária e de alteridade, meio de comunicação, expressão e também de classificação e discriminação. Vê-se que a indumentária expressa e reproduz uma série de relações sociais e, através de um entendimento mais profundo, conclui-se que o vestir é, mais do que tudo, cultural.

As bonecas e os croquis ilustrados por Alceu Penna apresentam-se como expressão dessa construção identitária. Uma expressão de identidades de um certo grupo, meninas e mulheres de classes abastadas e urbanas do Brasil de meados do século XX. Roupas, acessórios, penteados de cabelo, cor das unhas, corpo, postura. Mais do que meros cabides ou suportes para as roupas, as mulheres desenhadas por Penna traziam agregadas outras informações e, sobretudo, a distinção social. Pela aparência, elas marcavam pertencimento a uma rede social.

No estudo sobre as vestimentas, segundo Gilda de Mello e Souza, é possível identificar uma pluralidade de naturezas imagéticas, produzidas nos mais diferentes tempos. Em telas, esculturas, ilustrações, iluminuras, tapeçarias de diversas temporalidades; pode-se perceber a presença da indumentária, do corpo vestido, contudo deve-se levar em consideração o “temperamento” do artista na representação daquelas vestes. Uma vez que estas imagens necessariamente não buscam retratar as vestimentas que se utilizavam na época. Além do mais, muitas daquelas imagens se apresentam desgastadas pelo próprio tempo, com cores e traços

---

<sup>20</sup> CIDREIRA, Renata Pitombo. *Os sentidos da moda: vestuários, comunicação e cultura*. São Paulo: Annablume, 2005. p. 60.

apagados. Este desgaste temporal soma-se, inúmeras vezes, a dificuldade na datação destas obras.

Ora, o século XIX anula de certa forma todas essas dificuldades, fornecendo-nos a prancha colorida de modas e fotografia. Pois se a primeira revela aos nossos olhos a estrutura básica do modelo e é um guia orientando as costureiras, a segunda reflete a maneira por que o mesmo foi adotado e qual o aspecto que assumia sobre o corpo portador.<sup>21</sup>

As imagens da secção de *Figurinos* seriam assim a prancha colorida que serviria de estrutura básica, seria um guia de orientação às costureiras a fim de produzirem o traje. Os desenhos de Alceu tinham o objetivo de comunicar sobre essas novas tendências da Alta-costura. A roupa ali não surge como uma mera estampa ou alegoria, ela apresentava-se como fim.

A moda não se limita ao vestuário. Assim como modelos, traços e cores dos trajes, outros ditames são transpostos por este sistema de efemeridades, tal como o padrão de beleza desejável. Padrão de ser belo, de transformar-se em belo. O século XX marca profundas modificações neste padrão e ideal de belo feminino. A mulher parecia adaptar-se à vida prática das grandes cidades. Perdeu as longas madeixas de cabelo, as volumosas roupas e acessório como o espartilho.

Os “modos modas” antes copiados de uma aristocracia européia agora eram copiados de atrizes do cinema, sobretudo, americanas e francesas. O ideal de beleza era propagado principalmente por nomes como Brigitte Bardot, Ava Gardner, Jane Russell, Marilyn Monroe. Mas, talvez dentre todas essas atrizes, Bardot tenha sido que mais efetivamente firmou o modelo ideal feminino de meados do século XX. “Seu modelo não é simplesmente ligado ao desejo. Ele é ligado a firmação de si: menos objeto que sujeito, menos passividade que atividade. Brigitte vive em seu ritmo, escolhe seus amores, abandona-os ou os mantém segundo uma regra que só pertence a ela.”<sup>22</sup> Assim, a atriz francesa, além de estabelecer um padrão de estética de mulher

<sup>21</sup> SOUZA, Gilda de Mello e. *O Espírito das roupas: a moda do século XIX*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005. p.24.

<sup>22</sup> VIGARELLO, Georges. *História da beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006. p.172.

fatal, com cabelos ondulados e loiros, boca carnuda e olhos cor de amêndoas, propagava uma nova maneira de ser mulher naqueles tempos. Seu padrão ia além corpo. Era uma nova visão de desejo e liberdade feminina.

Segundo Dominique Veillon, talvez Brigitte, nesta dicotomia entre mulher objeto e mulher liberada, fosse mais acessível aos sonhos das “mulheres reais” do que Marilyn, o símbolo da perfeição. A beleza da década de 1950 era a beleza como um ideal a ser conquistado. Conquistado para seduzir, seduzir assim como as grandes divas do cinema. “De 1958 a 1962, a moda permanece assimilada a um sonho inacessível para uma simples mortal mesmo sendo o desafio final, a sedução, levada cada uma a se esforçar”.<sup>23</sup> Para além das colunas de *Figurinos* e modas das revistas, as fotografias dessas atrizes também eram copiadas e colocadas como padrão a ser seguido. Tanto, que as ilustrações de moda e as *Garotas* do Alceu se inspiravam nos grandes nomes do cinema da época. Deste modo, tanto as divas do cinema quanto as *Garotas* de Alceu Penna ditavam padrões para as “mulheres reais”.

Assim, muitas mulheres têm consciência de que as manequins muito bem maquiadas, que lhes são mostradas usando vestidos caros, estão muito afastadas do que elas nunca poderão alcançar, mas desejam que suas revistas mantenham estas indispensável fatia de sonho. (MARIE-CLAIRe, 1960). Algumas leitoras confessam que elas aprenderam a se maquiar, se pentear e se vestir, graças a estas manequins que procuravam imitar.<sup>24</sup>

Fotografias de mulheres, ilustrações de mulheres, imagens de mulheres. Propagadoras da beleza como conquista dos anos 1950, a beleza criada. A beleza da maquiagem perfeitamente elaborada, batom, pó-compacto, base, blush, sombra, rímel, delineador, lápis de olho, artefatos que não poderiam faltar para uma linda mulher sedutora. “Unhas compridas e esmalte vermelho,

---

<sup>23</sup> VEILLON, Dominique. *Corpo, beleza, moda e modos de vida: do agradar ao prazer através das revistas femininas*. In: Moda Palavra. V.2. Ano 2003. p.125.

<sup>24</sup> Ibid. p.127.

cabelos com ondulações calculadas e armadas em laquê e maquiagem sobre os olhos, lábios e sobrancelhas eram pontos vitais numa aparência feminina dos anos 50”.<sup>25</sup>

A beleza era um empreendimento pessoal. Cuidados com o cabelo, com as unhas, com o rosto e com o corpo. Um corpo saudável e bem exercitado, um corpo agora magro e delineado. Tudo para seduzir o sexo oposto. “Nesse aspecto a beleza passa a ser observada como critério de seleção através da qual as mulheres disputam, por exemplo, o mercado do casamento”.<sup>26</sup>



Imagen 1 - Garota a primeira valsa é minha. Revista O Cruzeiro 2 de março de 1955.

Acervo: Biblioteca pública do Estado de Santa Catarina

Este ideal de beleza era utilizado e propagado pelas ilustrações de Alceu Penna. Das páginas de moda às páginas de humor. O ilustrador era o mesmo, assim como o seu traço, seus padrões, suas visões. As suas *Garotas* vestiam-se seguindo os ditames da Alta-costura propagados por ele nas páginas de *O Cruzeiro* e da *Cigarra*. Usavam também os esmaltes

<sup>25</sup> SANT'ANNA. Mara Rúbia. *Elegantes e modernas* – a moda e a construção dos gêneros nos anos 50. In: Moda Palavra. V.1. Ano 2002. p.117.

<sup>26</sup> GOELLNER, Silvana Vilodre. *Bela maternal e feminina: imagem da mulher na Revista Educação Physica*. Ijuí: editora Unijuí, 2003. p. 51.

vermelhos e os cabelos ondulados das divas do cinema internacional. A existência de signos e tendências de moda na coluna de humor ilustrada pelo figurinista afirma, mais uma vez, a moda como um sistema amplo de novos ditames propagados e seguidos.

Tais signos e tendências de moda são bastante visíveis na imagem de número 1. Tal imagem fora trazida ao texto como ilustração e exemplo do que as demais colunas que circularam durante 28 anos apresentavam. No desenho da *Garota* efetuado por Penna percebemos que a moda transpassa a roupagem. O vestido bordado branco com um laçarote azul remete-nos aos figurinos de cinema da época. Além disso, são inúmeros elementos marcam a distinção e colocação social da personagem traçada por Alceu Penna. Desde o cabelo perfeitamente arrumado, as unhas pintadas, uma maquiagem clássica e sobressalente. A personagem também fora traçada como exímia postura que acaba por demarcar seu posicionamento social.

Na imagem de número 2 percebemos as personagens de Alceu Penna em uma situação e com uma roupagem mais cotidiana. Nesta imagem torna-se visível que os elementos transmitidos, de forma mais direta, nas páginas de figurino encontram-se transpostos em forma de imagem na coluna de humor assinada por ele. Apesar dos textos que acompanham as imagens trazerem historietas da vida de jovens mulheres as imagens nos fazem ver muito mais do que isso. As tendências tão descritas nas colunas de *Figurinos* faziam-se presentes na de *Humor*. Faziam-se presente a medida que hoje a vermos coluna *Garotas* nos deparamos primeiramente com aquelas bonecas traçadas, vestidas e pintadas com o que as décadas centrais do século XX consagraram como suas tendências de moda. As calças cigarretes, as sapatilhas estilo BB, os cabelos curtos e quase sempre tingidos. Tailler, lenços no cabelo, colares de pérolas falso, saia lápis, xadrez. Enfim, na imagem número 2 são visíveis os signos que consolidam não só os meados do século XX como também o nosso atual imaginário sobre tal época. As personagens de pela, como constam na imagem número 2, transpiram juventude, sensualidade e cor.



Imagen 2 - Garota com idéia fixa. Revista O Cruzeiro de 4 de fevereiro de 1961.

Acervo: Biblioteca pública do Estado de Santa Catarina

As bonecas mostravam “A nova juventude “rebelde” dos anos 50, com suas roupas coloridas e danças energéticas”.<sup>27</sup> Ao contrário de muitas das colunas de *Figurinos* assinadas por Penna, as tendências impressas nas *Garotas* eram direcionadas para jovens mocinhas. Elas usam shorts, saias curtas, maiôs de duas peças, o que somente era permitível pelos ditames da época para a juventude.

Na Revista *O Cruzeiro* podia-se ler a coluna *As garotas o Alceu*, que se tornaram material de consulta para as milhares de mocinhas de boa origem, que além de copiarem os vestidos ali ilustrados por Alceu Penna, ainda informavam-se sobre as envolventes histórias das meninas

<sup>27</sup> GONTIJO. Silvana. *80 anos de moda no Brasil*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987. p.78.

modernas e que inspiravam o comportamento de milhares de aspirantes a garotas de sociedade.<sup>28</sup>

As *Garotas* incorporaram as tendências que deixavam, aos poucos para trás o *New Look*. Eram partidárias de roupas leves que possibilissem a vida ativa e corrida das grandes cidades da época. Suas roupas deveriam acompanhar seu ritmo de vida moderna. Usavam calças, sapatilhas do estilo BB, rabo-de-cavalo. Roupa e padrão de comportamento andavam juntos, eram “a expressão da vida moderna”.

As *Garotas do Alceu*<sup>29</sup> ousavam também no quesito moda, incorporando modelos ousados: adotam também o sucesso das calças cigarretes. Usavam shorts bastante curtos também. “As *Garotas*” eram ativas e agitadas e necessitavam de roupas que acompanhavam esse estilo de vida: “O short torna mais leve a Garota mais pesada, que nesse traje se atreve, a topar qualquer parada.”

A Alta-costura permeada de dizeres de jornalistas de moda é bastante visível na coluna pesquisada, como chama atenção Alberto Malfitano. Na coluna *Garotas*, ocorria um abrangente diálogo entre as tendências da Alta-costura parisiense e os ditames do jornalista local, no caso, Alceu Penna. Ali, naquelas páginas, mesclavam-se tendências de moda das *Maison* francesas, condutas de comportamento das atrizes do cinema, padrões de beleza, normas de civilidade dos antigos manuais, cotidiano, juventude, risos. A coluna era tudo isso. Era influenciada por todos esses aspectos e, por conseguinte, levava-os até suas leitoras.

As imagens das colunas tornam-se quase um mosaico do que poderiam ter sido aqueles *anos dourados*. Época, que como historiadora. arrisco dizer que é inapreensível para a

<sup>28</sup> QUIRINO, Soraya de Fátima Silvestre e FRANÇA, Camila Geremias. *A moda dos anos 60: uma visão organizacional*. In: Moda Palavra. V. 2. Ano 2003. p.66.

<sup>29</sup> PENNA, Gabriela Ordóñez. *O estilo de vida das “Garotas do Alceu”*. Disponível em: <http://www.infomoda.com.br/cultura-moda1.php>. Acessado em setembro de 2008. p. 7.

atualidade. Na sua completude os anos dourados é o que já não é mais. O que temos de tal tempo, de tal outrora são mero registros. Registros com os quais passamos a escrever as páginas da nossa história. Dentre os registros que nos sobraram de tal época, bastantes números, estão as páginas ilustradas por Alceu Penna para a revista *O Cruzeiro*.

Naquelas páginas, as tendências francesas eram interpenetradas pelas historietas da vida de jovens mulheres do Rio de Janeiro dos *anos dourados*. As roupas de Coco Chanel passeavam pelas ruas cariocas de outrora. Os vestidos Dior embelezavam os bailes de carnaval do Copacabana. As cores da última coleção de Givenchy estavam adaptadas nas fantasias das Festas de São João. De fato, ocorria uma incrível convergência daquelas diversas realidades. Hollywood, Paris, Rio de Janeiro. Alceu criava personagens que eram tudo isso, todos esses mundos e essas realidades transpostas. Realidades e mundos que juntos só poderiam ser vivenciados em um mundo ficcional. Era como um sonho, um sonho de Alceu.

## **BIBLIOGRAFIA:**

BASSANEZI, Carla Beozzo e URSINI, Lesley Bombonatto. *O Cruzeiro e as Garotas*. In: Cadernos Pagu (4) 1995.

BARTHES, Roland. *Inéditos* vol.3: imagem e moda. São Paulo: Martins Fontes, 2005

BONADIO, Maria Claudia. O Brasil na ponta do lápis: Alceu Penna, modas e figurinos (1939-1945). IX Congresso Internacional Brazilian Studies Association (BRASA). Tulane University, New Orleans, 27 a 29 de março de 2008.

---

\_\_\_\_\_. *O fio sintético é um show! Moda política e publicidade (Rhodia S. A. 1960-1970)*. Tese de doutorado em História UNICAMP. Campinas, 2005.

\_\_\_\_; FIGUEIRA, Daniela Nunes e PENNA, Gabriela Ordones. *Interpretando Alceu: O Projeto Figurino*. IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte. São Paulo V.1 N. 2 ago./dez. 2008.

BRAGA, João. *História da muda: uma narrativa*. São Paulo: Editora Anhembí Morumbi, 2009.

CASTILHO, Kathia. MARTINS, Marcelo M. *Discursos da Moda: semiótica, design e corpo*. 2. ed. rev. e atual. – São Paulo: Editora Anhembí Morumbi, 2005.

CIDREIRA, Renata Pitombo. *Os sentidos da moda: vestuários, comunicação e cultura*. São Paulo: Annablume, 2005.

GOELLNER, Silvana Vilodre. *Bela maternal e feminina: imagem da mulher na Revista Educação Physica*. Ijuí: editora Unijuí, 2003.

GONTIJO, Silvana. *80 anos de moda no Brasil*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.

LAVER, James. *A roupa e a moda: uma história concisa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do efêmero: a moda e seus destinos na sociedade moderna*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MALFITANO, Alberto. O jornalismo de moda: aplicações no campo histórico. In: SORCINELLI, Paolo (org.). *Estudar a Moda: corpos, vestuário, estratégias*. São Paulo: Editora Senac, 2008.

NACIF, Maria Cristina Volpi. Confecção de trajes e mão-de-obra no Rio de Janeiro, nos primeiros cinqüenta anos do século XX. In: CASTILHO, Kathia e VILLAÇA, Nízia (orgs.) *Plugados na Moda*. São Paulo: Editora Abhembí Morumbi, 2006.

NETTO, Alcioly. *O Império de papel: Os bastidores de O Cruzeiro*. Porto Alegre: Sulina, 1998.

OLIVEIRA, Nucia Alexandra Silva de. *Beleza: uma questão de gênero. Rupturas e continuidades na instituição de diferenças entre homens e mulheres. Uma leitura a partir da imprensa (1950-1990)*. Florianópolis: UFSC, 2005 (Tese de doutoramento em História).

PENNA, Gabriela Ordones. *Vamos Garotas! Alceu Penna, moda, corpo e emancipação femininas (1938-1964)*. Dissertação de Mestrado em Moda, Cultura e arte. Centro Universitário SENAC, 2007.

---

. *O estilo de vida das “Garotas do Alceu”*. Disponível em: <http://www.infomoda.com.br/cultura-moda1.php>. Acessado em setembro de 2008.

QUIRINO, Soraya de Fátima Silvestre e FRANÇA, Camila Geremias. *A moda dos anos 60: uma visão organizacional*. In: Moda Palavra. V. 2. Ano 2003.

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

SANT'ANNA. Mara Rúbia. *Aparência e Poder: novas sociabilidades urbanas em Florianópolis, de 1950 a 1970*. Tese de doutoramento em História defendida na UFRGS. Porto Alegre, 2005.

---

. Elegantes e modernas – a moda e a construção dos gêneros nos anos 50. In: Moda Palavra. V.1. Ano 2002.

---

\_\_\_\_\_. *Elegância e sociedade: ser elite nas décadas de 1950 e 1960*. In: Moda Palavra (04), 2005.

---

\_\_\_\_\_. *Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo*. São Paulo: Estação das Letras, 2007.

SCHEMES, Claudia. *Alceu Penna e a moda brasileira*. In: IV Colóquio de Moda, 2008. Anais do IV Colóquio de Moda. Novo Hamburgo: FEEVALE, 2008, v. 1, p. 1-13.

SOUZA, Gilda de Mello e. *O Espírito das roupas: a moda do século XIX*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

VEILLON, Dominique. *Corpo, beleza, moda e modos de vida: do agradar ao prazer através das revistas femininas*. In: Moda Palavra. V.2. Ano 2003.

VIGARELLO, Georges. *História da beleza*. O corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.