

O Brasil na ponta do lápis: Alceu Penna, modas e figurinos (1939-1945).

Maria Claudia Bonadio¹

Resumo:

Neste estudo observo a importância do trabalho do artista gráfico Alceu Penna (1915-1980) através da análise dos figurinos, textos e *layouts* criados por ele para as seções de moda e “As Garotas” da revista *O Cruzeiro* entre 1939-1945, notando como, ao apresentar de forma muitas vezes crítica, as últimas novidades da moda internacional e esboçar a partir da criação de fantasias para o Carnaval, uma “visualidade brasileira” o ilustrador mostra preocupação com a “criação” de uma “moda brasileira” calcada nos ideais identitários propostos pelo Estado Novo. Destaco também, como sua permanência nos Estados Unidos entre 1939-1940, é especialmente relevante nesse processo, ao mesmo tempo em que impulsiona sua atuação como agente intuitivo da política da boa vizinhança.

1. Alceu Penna e a “invenção” da moda brasileira

“Sei - por informações e pesquisas - da importância de J. Carlos para sua época, com seus almofadinhas e suas melindrosas; conheci o trabalho de Péricles, com o seu Amigo da Onça, mas estou seguro de que, nem um nem outro, consegui com seu desenho agir sobre o modo de ser do brasileiro, determinar maneiras de comportamento, de sentir, de escolher, de vestir.

Em suma: criar uma moda brasileira.”

(Ziraldo, As Garotas do Alceu)

Nascido em Curvelo (MG), Alceu de Paula Penna (1915-1980), aos 17 anos muda para o Rio de Janeiro a fim de cursar arquitetura na Escola de Belas Artes e passa a visitar jornais e revistas a fim de divulgar e vender seus desenhos². Em pouco tempo passa a criar ilustrações para várias publicações, dentre as quais o suplemento infantil de

*Agradecimentos: FAPESP (financiamento da viagem para participação na IX BRASA), aos funcionários DEDOC do Jornal Estado de Minas e Aníbal Penna pela cessão das imagens e Gabriela Ordones Penna pela colaboração na pesquisa.

¹ Doutora em História pela Unicamp e profa. do Mestrado em Moda, Cultura e Arte do Centro Universitário Senac.

² Segundo Gonçalo Júnior, Alceu Penna apresentava habilidade para o desenho desde criança e deseja na verdade cursar a Artes Plásticas, porém, a pedido de seu pai, matriculou-se no curso de Arquitetura – que nunca concluiu. Cf: JÚNIOR, Gonçalo. *Alceu Penna e as Garotas do Brasil: moda e imprensa 1933/1980*. São Paulo: Clube dos Quadrinhos, 2004.pp. 22-27.

O Jornal (1891-1968) e *O Globo Juvenil* (1937-1954). Ainda nos anos 1930, começa também a criar capas e ilustrações para *O Cruzeiro* (1938-1975).

Entretanto, é a partir de 1938, com a criação da seção “Garotas” que seu trabalho ganharia maior visibilidade.³ A coluna ocupava duas páginas em cores – como faz questão de frisar o anúncio veiculado no dia de sua estréia nos principais jornais do Rio de Janeiro e São Paulo –, impressas em papel *couché*⁴ e “apresentava semanalmente, uma diversidade de ousadas jovens, acompanhadas de textos bem-humorados”.⁵

Anunciadas como “(...) a expressão da vida moderna. (...) irrequietas e endiabradas”⁶, as “Garotas” eram desenhadas com traços que ficavam entre o sensual e o lúdico, vestidas sempre na última moda e desfrutando das praias, bailes, cinema, em síntese, do melhor que a vida social do Rio de Janeiro podia oferecer. Durante 26 anos (1938-1964) povoaram as páginas de *O Cruzeiro* e também o imaginário de moças e rapazes, pois, despertavam a fantasia juvenil masculina, ao mesmo tempo em que funcionavam como modelo de moda e beleza para as mocinhas.⁷

Dada a sua longevidade e o crescente número de estudos acadêmicos, memórias e exposições que abordam o tema⁸, a seção pode ser considerada uma das mais

³ A seção surgiu por encomenda de Accioly Neto, então editor-chefe da revista, que, no final dos anos 1930, encantado com as Gibson Girls (ilustrações criadas por Charles Dana Gibson [1867-1944], que retratavam jovens modernas, atléticas, belas e sensuais) e sugeriu a Alceu Penna que criasse algo semelhante. Cf. NETTO, Accioly. *O império de papel: os bastidores de O Cruzeiro*. Porto Alegre: Sulina, 1998. p. 125.

⁴ Até o início dos anos 1940, as ilustrações de moda e a seção “Garotas” eram veiculadas em folhas de papel *couché*. A partir de meados dessa década, ambas as seções passam a ser impressas em papel comum.

⁵ PENNA, Gabriela. Ordones. Vamos Garotas! Alceu Penna, moda, corpo e emancipação feminina. (1938-1957). Dissertação de Mestrado. Centro Universitário Senac, 2007. p. 24.

⁶ NETTO, Accioly. P.125.

⁷ Cf. PENNA, Gabriela. Op. cit. ver capítulo 1.

⁸ Desde o início dos anos 1990 foram produzidos 2 mestrados e um artigo sobre a coluna, a saber: PENNA, Gabriela Ordones. Op. cit.; JOFFILY, Ruth. Jornalismo de moda, jornalismo feminino e a obra de Alceu Penna. Dissertação de Mestrado. UFRJ, 2002; e BASSANEZI, Carla; URSINI, Carla. *O Cruzeiro e As Garotas*. In: Cadernos Pagu, nº. 4, 1995, pp.243-260. A seção é lembrada também em dois livros de memórias editados nos últimos cinco anos: SANTOS, Joaquim Ferreira dos. Feliz 1958: o ano que não devia terminar. Rio de Janeiro: Record, 2003; VILLAS, Alberto. O mundo não acabou. São Paulo: Globo, 2006. Também nos últimos 5 anos as “Garotas” foram tema principal de uma exposição (As Garotas do Alceu, Museu de Arte da Pampulha, Belo Horizonte, 18 de abril de 2005 a 01 de maio de 2005) e foram lembradas também pelas exposições *Traço e Imprensa: as artes gráficas, a ilustração e a*

populares de *O Cruzeiro*⁹. Lembrada e analisada especialmente como forma de difusão de modas e comportamentos femininos (muitas vezes avançados para a época), a coluna e também as outras colaborações de Alceu Penna para a revista, como a seção de moda e as reportagens internacionais, podem, apresentavam textos e ilustrações que refletiam e reproduziam alguns importantes ideais que permeavam as ações político-culturais do Estado Novo, à saber: a política da boa vizinhança, as “formulações sobre o que somos”¹⁰ e a conseqüente colaboração para a formação de uma visualidade “brasileira”.

Neste trabalho observo como sua viagem aos Estados Unidos entre 1939-1941¹¹, ou seja, seu distanciamento Brasil e o conseqüente contato com um país que começava a ser visto pelos brasileiros como “modelo de desenvolvimento”¹² econômico e cultural, e que naquele período já possuía uma indústria da moda desenvolvida¹³, provavelmente levam-no, tal como haviam feito os artistas-plásticos modernistas nos anos 1920¹⁴, a questionar “sobre como tornar compatível sua experiência internacional com as tarefas que lhes apresentavam sociedades em pleno desenvolvimento”.¹⁵ Em outras palavras, como o contato mais próximo com a moda internacional, funciona como impulso para

caricatura no Brasil. São Paulo: MAB/Faap, 25 de maio a 29 de junho de 2003; e “O Brasil na ponta do lápis: Alceu Penna, modas e figurinos”. Centro Universitário Senac (Campus Santo Amaro), São Paulo, 09 a 26 de maio de 2007 (esta última organizada por Maria Claudia Bonadio).

⁹ Algumas vezes, *O Cruzeiro* trazia na capa chamadas que “lembravam” ao lembravam aos leitores que a revista trazia em suas páginas as “Garotas” do Alceu.

¹⁰ Cf. LUSTOSA, Isabel. *A descoberta da América: O lugar dos EUA no Modernismo brasileiro*. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1995. p. 22.

¹¹ Em sua estadia nos Estados Unidos, Alceu Penna passa a maior parte do tempo em Nova York, mas viaja também para Washington e Los Angeles.

¹² Cf. LUSTOSA, Isabel. Op. cit. p.14-16.

¹³ Cf. BAUDOT, François. *Moda do século*. São Paulo: Cosac & Naif, 200. Cf. p. 122-124.

¹⁴ Em “Arte, privilégio e distinção, José Carlos Durand observa a importância das viagens à Europa para os artistas-plásticos que constituíram o grupo modernista e em especial para Tarsila do Amaral. Tais viagens, além de possibilitarem aos brasileiros o contato com a produção artística das vanguardas e seus agentes, também permitiram a esses que reelaborassem suas percepções sobre o nacional e logo sobre suas próprias produções. Assim, é a partir de 1923, após dois anos em Paris estudando com Fernad Léger que a artista se percebeu “ ‘descobrimo o Brasil’ (...) despertando a atenção para a exuberância da natureza rústica e da natureza do Brasil, e para as máquinas e progresso das cidades e traduzindo tudo na ‘linguagem atualizada’ da construção cubista”. Cf. DURAND, José Carlos. *Arte, privilégio e distinção: artes plásticas, arquitetura e classes dirigentes no Brasil, 1885-1985*. São Paulo: Perspectiva/Editora da Universidade de São Paulo: 1989. p. 79.

¹⁵ CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Edusp, 2006. p. 78.

que o ilustrador observe as particularidades de nossa “comunidade imaginada”¹⁶ e a partir da colagem desses elementos com a moda internacional, comece através de suas colaborações para *O Cruzeiro*, a traçar (através de texto e imagem) as primeiras linhas de uma visualidade que viria a permear e caracterizar, o que a partir dos anos 1960, se convencionou chamar moda brasileira¹⁷. Observando ainda, até que ponto essa identidade nacional projetada na moda está conectada com as “tradições inventadas” pelo Estado Novo.

Noto também, como, após a viagem à terra do Tio Sam, e pelo menos até 1945¹⁸ (quando viaja pela primeira vez para a Europa e a moda francesa passa a dividir espaço com àquela produzida pelos EUA), suas seções em *O Cruzeiro*, colaboram, ainda que de forma intuitiva com a política de boa vizinhança, uma vez que apresentam de forma simpática e de forma divertida, diversos aspectos do estilo de vida norte-americano¹⁹.

2. “Garotas”, moda e o *american way of life*

No Brasil é a partir dos anos 1920, com a difusão do jazz, das danças de salão como o foxtrote, o *turkey trot* e o *rag-time*, e notadamente da popularização do cinema

¹⁶ ANDERSON. Benedict. *Nação e consciência nacional*. São Paulo: Ática, 1983. P. 16-20.

¹⁷ Refiro-me aqui aos elementos visuais que caracterizaram as promoções (desfiles, publicidades e campanhas publicitárias) promovidas pela Rhodia Têxtil nos anos 1960 para a popularização dos filamentos sintéticos no país. Cenários, estampas, locações e personagens ligados às artes e a brasilidade calcada no nacional-popular, eram utilizados por tais promoções a fim de agregar valor aos produtos e marcas têxteis da Rhodia. Em razão de sua abrangência, duração, impacto econômico e relevância para a profissionalização do campo da moda no país, tais promoções podem ser consideradas um marco para a solidificação do campo da moda no país.

¹⁸ Em dezembro de 1945, após o final da Segunda Guerra, Alceu Penna viaja pela primeira vez para a França e começa a ampliar, ao menos na seção de moda, o espaço para a alta-costura parisiense – que até então não era enfocada na coluna. Além disso, o Office of the Coordinator of Inter-American Affairs encerra suas atividades em 1946 e a difusão do *american way of life* ganha novos contornos e será calcada na música, cultura jovem, consumo, entre outros.

¹⁹ Considero o ilustrador um agente intuitivo dessa política, pois, apesar de suas seções em *O Cruzeiro*, colaborarem para difundir o *american-way-of-life*, esse processo se inicia antes da criação do Office of the Coordinator of Inter-American Affairs (criado em 16 de agosto de 1940). Além disso, até o momento não foram encontrados dados que permitam afirmar que Alceu Penna tenha desenvolvido tais atividades a pedido desse órgão.

hollywoodiano, que se observa uma crescente ampliação da difusão do estilo de vida americano. Segundo Nicolau Sevcenko, “Em primeiro lugar, o que calava fundo nas platéias era a beleza mirífica daqueles seres diáfanos, feitos de maquiagem, *coiffure*, luz e *close-up*”²⁰.

O ideal de beleza propagado pelas atrizes de Hollywood passa a ser desejado e imitado pelas brasileiras, assim, em pouco tempo, as ruas e praias do Rio de Janeiro são tomadas por mulatas e negras de bochechas rosadas e cabelos louros.²¹ Por sua vez, as capas e as seções de moda das principais revistas femininas e de variedades em circulação eram parcialmente preenchidas com fotografias que mostravam penteados, maquiagem e vestidos usados pelas atrizes nos filmes.²²

Em *O Cruzeiro*, não era diferente, a sessão *Cinelândia*, por exemplo, já está presente desde o primeiro número, que circulou em 10 de novembro de 1928. Joëlle Rouchou, explica que “a revista justifica a seção (...), exaltando o cinema e a necessidade para manter-se *moderna* no Rio de Janeiro.” e prossegue relatando que “Na análise das colunas do primeiro ano da revista percebe-se que a maioria delas é composta por notícias do cinema americano, mitificando atrizes de Hollywood e a moda americana.”²³

²⁰ Cf. SEVCENKO, Nicolau. *A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio*. In: História da vida privada no Brasil, vol. 3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. 602.

²¹ SEVCENKO, Nicolau. Op. cit, p. 601.

²² A revista *Carioca*, por exemplo, trazia em quase todos os seus números fotografias de estrelas do cinema norte-americano e a descrição do modelo usado por elas. Na edição de 10/10/1936, por exemplo, Joan Gardner 11/04/1936, “Joan Blondell, a galante artista da Warner-First (...)” aparecia na página 24 usando “uma linda blusa em veludo negro e com colarinho de lamé prateado”; um pouco mais adiante, Marguerite Churchill, também da Warner-First, aparecia numa foto de corpo inteiro vestindo a última novidade de Hollywood, o “dinner-robe-jacket”, ou seja, saias longas em crepe negro e jaqueta, gravata e botões brancos. Myrna Loy, Anne Shirley e Mary Dees, também aparecem na edição e vestem respectivamente modelos criados por alguns dos principais figurinistas de Hollywood como Adrian, Bernard Newman e Travis Banton.

²³ ROUCHOU, Joëlle: *Cinelândia: O cinema no primeiro ano da revista O Cruzeiro*. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, s.d. Disponível em: http://www.casaruibarbosa.gov.br/template_01/default.asp?VID_Secao=191 (acessado em 02/12/2007). p. 07.

Durante a década de 1930, nos anúncios e notícias de moda dirigidas ao público feminino em *O Cruzeiro*, os Estados Unidos começam a ganhar espaço, a modista Mme. Bernard, por exemplo, anunciava na revista “a última moda parisiense de trajes de passeio, e os últimos modelos de maiô que as atrizes de Hollywood usavam.”²⁴ Ou seja, a partir desse período, em termos de moda, a França começa a dividir com os Estados Unidos, o status de modelo cultural desejado e imitado pelos brasileiros.²⁵

A partir de 1939, quando Alceu Penna viaja para os Estados Unidos e mais acentuadamente na primeira metade da década de 1940, as reportagens (em sua estadia naquele país, cobre especialmente a participação do Brasil na Feira Mundial de Nova York e o sucesso de Carmen Miranda²⁶), e seções assinadas por ele em *O Cruzeiro* conferem um novo tom à difusão do *american way of life* no Brasil. O que se justifica especialmente pelas formas narrativas utilizadas pelo artista gráfico na construção da seção “Garotas”.

Primeiramente há de se considerar que a graciosidade e a beleza das personagens acopladas ao texto bem-humorado do ilustrador²⁷ – que transmite mensagens de forma mais eficaz²⁸ – que apresentava com simpatia alguns aspectos do estilo do *american*

²⁴ NACIF, Maria Cristina Volpi. A moda no Brasil e os modelos estrangeiros: a influência do cinema de Hollywood no comportamento feminino dos anos 30-40. In: A moda do corpo, o corpo da moda. São Paulo: Editora Esfera, 2002. p. 44.

²⁵ Os trabalhos de Jeffrey Needell (*Belle Époque Tropical*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993) e Maria do Carmo Rainho (*A cidade e a moda*. Brasília, UNB, 2002), destacam que ao longo do século XIX e início do XX, o uso das modas internacionais e em especial francesas, era uma das principais formas de exibir as posições sociais entre as elites e camadas ascendentes do Rio de Janeiro.

²⁶ A estada de Alceu Penna nos Estados Unidos acontece no momento em que Carmen Miranda começa a fazer sucesso naquele país. Portanto, nesse período o ilustrador é autor de uma dezena de matérias sobre a cantora, inclusive aquelas veiculadas em 20 março de 1940, que teve 24 páginas dedicadas à repercussão da cantora naquele país. A edição esgotou nas bancas e “Accioly Neto (...) teve uma idéia-mãe: reproduziu a reportagem na íntegra e ofereceu gratuitamente aos leitores como um suplemento na edição de 13 de abril. Com isso esgotou as duas edições”. Cf: CASTRO, Ruy. *Carmen: uma biografia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005. p. 238.

²⁷ Desde 1938 e até 1942, apesar de receber colaborações de Lyto (Accioly Neto), é Alceu Penna quem assina a maior parte dos textos veiculados na seção; a partir de 1942, passa a dividir a redação da seção com Millôr Fernandes (que as vezes assinava Vão Gogo). A partir de 1946, a redação da seção fica a cargo de A. Ladino (Edgar Alencar), que em 1957 é substituído por Maria Luiza Castello Branco, que ocupa o posto até a extinção dessa coluna em 1964. Cf: NETO, ACCIOLY. Op. cit. Pp 124-125.

²⁸ Segundo Elias Thomé Saliba “se o riso, essa epifania da emoção, não nos dá nada de duradouro, pelo menos nos humaniza e nos faz parte daquela integridade inacabada da existência cotidiana. Cf: SALIBA,

way of life, por si só já seriam suficiente para causar empatia no público. Porém, ao longo de sua estada na América do Norte, os textos que compõem a seção passam a ser narrados em 1ª. pessoa e sugerem que Alceu (o ilustrador assina a coluna apenas com o primeiro nome) atuava como um *voyer*, um observador indiscreto que espia e relata ao público as situações vividas pelas Garotas na terra do Tio Sam, como em “Garotas no Central Park”:

“as ‘garotas’ cariocas, quando o dia está bonito, ou quando a noite se mostra romântica, freqüentam o Central Park. Os instantâneos que apanhei para essa página, fórum diurnos, porque ... sou indiscreto, mas não muito”²⁹

Ao empregar esse recurso narrativo, Alceu Penna, permite ao leitor que “espie” e conseqüentemente “prove” um cadinho das sensações experimentadas pelas “Garotas” ao longo da viagem e também o estilo de vida americano. Além disso, quando discorria sobre algum assunto pouco familiar aos brasileiros, tinha sempre o cuidado de interar o leitor sobre o assunto, sem, entretanto parecer pedagógico. Em “Garotas e a luta de Box” relata:

“Todos os anos realiza-se em Madson Square, um torneio de box amador denominado “Silver Gloves”. Numerosos combates são realizados com enorme entusiasmo. Não podendo assistir o encontro Godoy x Joe Luis, as garotas me carregaram para o Madson. Para encurtar razões – tive de me retirar antes do fim para evitar conflito dada a torcida “violenta” das meninas, em favor dos boxeurs... bonitinhos”....³⁰

Além de descrever os hábitos norte-americanos, o ilustrador acaba também por mostrar a possibilidade de convivência entre as culturas, pois apesar de alguns “estranhamentos”, em relação há alguns costumes americanos – as “Garotas” não gostam da idéia de ganhar ovos na Páscoa, porque têm medo de engordar³¹ – essas figurinhas, caracterizadas e conhecidas do público como cariocas, aparecem perfeitamente ambientadas aos EUA, mostrando proximidade entre os dois mundos na

Elias Thomé. *A dimensão cômica da vida privada na República*. In: *História da Vida Privada no Brasil*, vol. 3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. pp. 364-365.

²⁹ Garotas e Central Park, in: in: O Cruzeiro, 09 de novembro de 1940.

³⁰ Garotas e a luta de box, in: O Cruzeiro, 27 de julho de 1940.

³¹ Garotas e Páscoa, in: O Cruzeiro, 30 de março de 1940.

linha do que oficialmente propunha a política de boa vizinhança, ou seja, “um convívio harmônico e respeitoso entre todos os países do continente”³².

No retorno ao Brasil em dezembro de 1940, as “Garotas” voltam a assumir hábitos cariocas como ir à praia e freqüentar os bailes do Municipal, porém a simpatia pela cultura norte-americana e seus ícones continuam a figurar nas páginas da seção. Nesse contexto, chama atenção a coluna “Garotas e a família Walt Disney”, publicada em 20 de setembro de 1941, na qual essas moças cariocas, aparecem “conversando” com alguns dos mais populares personagens de Disney naquele período.³³

Uma análise mais atenta da cena traz à tona o cuidado do ilustrador em mostrar não só a convivência entre os personagens dos dois países, mas evidenciar também a sedução, o fascínio exercido pelo Brasil, e em especial pelas brasileiras, sobre os norte-americanos. Nas imagens que compõem a seção, os personagens de Disney (Mickey, Pato Donald, Pateta, Pluto entre outros) olham e assumem diante das personagens, poses de galanteadores. Pateta aparece tirando o chapéu; Mickey numa pose mais tímida, com as mãos para trás, olha com o canto dos olhos para uma das “Garotas” e Pluto literalmente está com a língua de fora. As ‘Garotas’ porém, são retratadas em feições que variam da lisonja ao desdém.

Se a interação entre os personagens de Walt Disney e as “Garotas” parece uma forma quase explícita de mostra apoio à política da boa vizinhança, vale notar que em outros momentos tal conexão se dá, através da ilustração de situações e eventos sem conexão direta com o tema, como em “Garotas e Carnaval” publicado em 14 de fevereiro de 1942. Nessa coluna, o assunto abordado é o Carnaval, porém, em meio ao

³² MOURA, Gerson. *Tio Sam chega ao Brasil: A penetração cultural norte-americana*. São Paulo: Brasiliense, 1984. p. 7.

³³ A observação dessa matéria é significativa, pois sabe-se que Walt Disney, foi dos mais importantes agentes da política da boa vizinhança. Cf. TOTA, Antonio Pedro. *O imperialismo sedutor: A americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. pp. 133-138. Gonçalves Júnior relata que em agosto de 1941, Alceu Penna foi convidado pelo Itamaraty para trabalhar como intérprete de Walt Disney no Brasil. Tal aproximação renderia ao ilustrador brasileiro o convite para trabalhar nos estúdios da Disney em Hollywood. Cf. JÚNIOR, Gonçalves. *Op. cit.* Pp. 74-79.

tema da folia notamos também uma profusão de elementos que nos remetem aos Estados Unidos e aludem à boa relação entre as duas nações.

O branco, o vermelho e o azul, as cores da bandeira norte-americana predominam na cena. O branco é usado como fundo do letreiro e da metade inferior da coluna; o vermelho preenche toda a área superior e o azul é a cor predominante nas vestes dos personagens, além de ser utilizado para as inserções de texto. Numa observação rápida, provavelmente, essas seriam as cores que o leitor fixaria.

A análise dos personagens que compõem a matéria reforça a primeira impressão. Compõe a cena: um marinheiro loiro de traços anglo-saxões, um oficial com o uniforme do exército americano e duas moças cujos trajes fazem alusão direta à bandeira estadunidense. A primeira veste *shorts* listrado em vermelho e branco e blusinha azul marinho estampada com estrelas brancas, e a segunda usa vestido azul marinho, com pala semelhante àquela dos uniformes dos marinheiros americanos e listrada em vermelho e branco. Completam o quadro, duas baianas estilizadas, cujos vestidos e turbantes são predominantemente coloridos com verde, amarelo e branco.

A predominância de cores e elementos que fazem referência aos Estados Unidos e a presença na cena das baianas com indumentárias coloridas com as cores da bandeira brasileira, permitem aventar que a composição pode ser “lida” como uma imagem quase alegórica do contexto político e especialmente do posicionamento do ilustrador (e provavelmente da revista *O Cruzeiro*) diante do país diante da situação diplomática internacional. Num contexto em que a guerra avançava e o governo brasileiro ainda apresentava um posicionamento ambíguo perante os blocos formados pelos países em conflito (apesar de já haver assinado um acordo político-militar com os Estados Unidos e rompido relações diplomáticas com o Eixo) ³⁴, e boa parte da opinião pública

³⁴ Cf. FAUSTO, Boris. *História do Brasil*. São Paulo: Edusp: FDE, 2000. pp. 381-382.

manifestava repúdio ao nazismo³⁵ e simpatia ao pan-americanismo, a seção “Garotas”, pode ser considerada um importante canal de difusão da cultura americana e conseqüentemente da boa vizinhança, especialmente ao público feminino.

Tais impressões ganham ainda mais força quando consideramos que Alceu Penna era daltônico e utilizava cores a partir de estudos que realizava em livros como “*The art of using colors*”³⁶, ou seja, a coloração de seus trabalhos obedecia muito mais a uma regra, do que a inspiração do artista.

Na seção de moda cores e recursos gráficos e tipográficos, também reforçavam a simpatia pelos Estados Unidos. Em “Como um marujo”³⁷, todas as peças apresentadas são coloridas com as cores da bandeira americana, ou em “7 costureiros americanos”³⁸, quando a letra A é representada como se houvesse sido recortada da bandeira norte-americana.

No período analisado, também os adjetivos e substantivos empregados para nos títulos da seção e usados para dar sentido às representações gráficas das roupas reforçam à alusão à cultura norte-americana, assim, o *chic* francês começa a dividir espaço com o *glamour* americano. Em 08 de novembro de 1941, por exemplo, *Sophistication* é o título da seção que apresenta reproduções de modelos comercializados pelas principais lojas de departamento americanas como Altman, Sack’s e De Pinna. Levando em conta que a palavra ocupa o centro da página (os modelos estão dispostos nas laterais) e é grafada em linhas longilíneas, que lembram a silhueta das modas vigentes, nota-se a importância do título como produtor de

³⁵ MANZUR, Tânia Maria Pechir Gomes. Opinião pública e a política externa do Brasil do Império a João Goulart: um balanço historiográfico. In: Revista Brasileira de Política internacional, ano 42, n°2, 1999. P. 47.

³⁶ Após a morte do ilustrador em 1980, sua irmã Thereza Penna, preservou em seu apartamento no Rio de Janeiro, croquis, documentos, recortes de jornal, coleções de revistas, fotografias e livros, que pertenceram a Alceu Penna. Em 2006, ao realizar pesquisa nesse acervo encontrei dentre outros, o livro “*The art of using colors*” de John L. King (illustrated edition company. NY, sd.).

³⁷ *O Cruzeiro*, 11/05/1941.

³⁸ *O Cruzeiro*, 24/07/1942.

significados para as roupas apresentadas, no caso, sofisticação internacional e mais precisamente americana.³⁹

Por fim, vale destacar que no período aqui analisado, ou seja, nos primeiros anos em que é responsável pela seção de moda (veiculada semanalmente) e pelo Portifólio de Modas (veiculado a cada 3 meses), a moda apresentada é sempre internacional, quase sempre americana (algumas exceções são ingleses e uns pouquíssimos franceses) e mostravam modelos produzidos para as principais “casas de modas” dos Estados Unidos, como Bergdorf, Altman & Co, Saks, Bloomingdale’s, entre outras.⁴⁰

3. Esboçando uma moda brasileira

“Todas as Garotas eram lindas, maliciosas e bem brasileiras. Se Alceu Penna não provocou uma redescoberta do Brasil com seus desenhos - num momento de importação maciça de modelos estrangeiros -, no mínimo chamou a atenção para o valor e a beleza do produto nacional. Quando só se falava na moda francesa e americana, Alceu já ensinava as leitoras de O Cruzeiro a interpretar as tendências de acordo com o clima e os costumes do país.”

(Ruy Castro, O Brasil na ponta do lápis)

Desde meados dos anos 1930 e até o início da década seguinte, os textos e ilustrações de moda veiculadas semanalmente em *O Cruzeiro* eram assinados por

³⁹ Em seus estudos sobre moda e vestuário Roland Barthes observa que nas revistas de moda, o vestuário real, ou seja, a peça de roupa propriamente dita, é representada através de duas estruturas de linguagem, a escrita e a imagem. A imagem do vestuário, ele denomina vestuário-imagem e o texto que descreve essas imagens “vestuário-escrito”. Para esse autor, as informações escritas que acompanham uma imagem fornece significações e direcionam o olhar sobre o significante, no caso, o do vestuário representado na imagem. Cf: BARTHES, Roland. “Neste ano o azul está na moda”. In: *Inéditos vol. 3. – imagem e moda*. São Paulo: Martins Fontes, 2005. pp. 307-333.

⁴⁰ A ausência de modelos franceses na seção provavelmente se justifica pela limitação da produção e propagação da moda francesa em razão da guerra e da ocupação de Paris pelos alemães. Sobre a situação da indústria da moda francesa ao longo da Segunda Guerra, ver: VEILLON, Dominique. *Moda e guerra: Um retrato da França ocupada*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004. A moda americana por sua vez, ganha maior impulso a partir dos anos 1930, pois, apesar da boa aceitação da alta costura francesa pelas americanas, a crise de 1929 impõem a cobrança de um imposto de 90% sobre as importações, o que acaba propiciando o fortalecimento da produção interna de moda nos Estados Unidos. A partir de 1940, segundo François Baudot, “o isolamento de Paris, (...) possibilita que explorem ainda mais livremente a criatividade local”, assim, a criação de moda americana começa a se destacar em razão do *sportswear*, que torna-se “a ponta de lança da moda americana” e ganha espaço no contexto da guerra. BAUDOT, François. Op. cit. p. 123-124.

Rachel⁴¹. Em 23 de novembro de 1940, uma reportagem de uma página publicada na revista mostrava fotos da colunista, que segundo o texto vivia no Rio de Janeiro e freqüentava o *Jockey Club* a fim de criar modelos inspirados nos vestidos usados pelas cariocas elegantes que freqüentavam as corridas. Foi a única vez, que a revista fez alguma menção à identidade da colunista. Os livros e teses que tratam da revista também não fazem maiores menções à Rachel⁴², cujas ilustrações não traziam características que permitam conectá-las à cidade do Rio de Janeiro. Por sua vez, a moda apresentada na seção poderia ser usada em qualquer parte do mundo ocidental e os cenários que compunham as imagens, mostravam prédios, lojas, aviões, e outros elementos que compunham o ambiente de qualquer grande cidade da década de 1930. Os textos apresentados na seção eram bastante impessoais (mesmo quando faziam rápidas menções a espaços como a Cinelândia ou à Rua do Ouvidor) e poderiam ter sido escritos por qualquer pessoa da redação. A soma desses elementos permite aventar a possibilidade da seção ser comprada de uma agência internacional de notícias ou mesmo retirada de alguma revista internacional.⁴³

O que diferenciava a seção ilustrada por Rachel, da maioria das seções de moda publicadas nas revistas nacionais era a impressão colorida em papel *couché*, uma vez que textos impessoais e cenários neutros eram características comuns às seções de moda veiculadas até aquele período.⁴⁴ Ao que tudo indica os dois principais objetivos dessas

⁴¹ Segundo Accioly Neto, na fase inicial da revista, ou seja, provavelmente entre a fundação da revista em 1928 e 1934 (quando os Diários Associados sofrem sua primeira crise financeira), a seção “Modas” era assinada por Martine Poincaré, que enviava de Paris matérias sobre os desfiles dos principais costureiros franceses. Cf: NETO, Accioly. Op. cit. P. 37.

⁴² Em sua dissertação de mestrado Maria Cristina Volpi menciona ser Rachel a responsável a ilustradora da seção de moda no final da década de 1930, porém, não faz nenhuma menção sobre sua identidade. Cf: NACIF, Maria Cristina Volpi. “Obra consumada” Uma abordagem estética da moda feminina, no Rio de Janeiro entre 1932-1927. Dissertação de Mestrado, UFRJ, 1993. p. 85.

⁴³ Segundo Accioly Neto, ao longo dos anos 1930, a revista publicava com freqüência contos e ilustrações retiradas de revistas estrangeiras sem qualquer autorização. Cf: NETO, Accioly. Op. cit. P. 51.

⁴⁴ Exceção à regra é a seção “A moda”, veiculada na Revista Feminina e assinada por Marinette entre 1914-1926. Apesar de publicar ilustrações de moda sem assinatura e em fundo neutro, o texto que acompanha as ilustrações diferencia-se daqueles veiculados em outras revistas em razão do caráter fortemente opinativo, e bastante conectado com o contexto cultural da cidade de São Paulo. Cf:

seções eram: apresentar e descrever novos modelos, a fim de permitir às leitoras a reprodução caseira das peças; e instruí-las a respeito da adequação dos trajés ao clima e às ocasiões.

No Brasil da década de 1930, a questão da moda nacional ainda não se colocava, dentro outros, porque a indústria têxtil e de confecção, – que a partir dos anos 1960 funcionariam como motores para o desenvolvimento desse campo⁴⁵ – era ainda muito incipiente; e as elites consumidoras de moda e formadoras de opinião ainda consideravam que ser elegante, era vestir-se nos moldes da alta costura parisiense⁴⁶, enquanto para as camadas médias da população, as linhas ditadas por Paris, dividiam espaço com a moda propagada pelas atrizes do cinema americano⁴⁷.

A viagem de Alceu Penna para os Estados Unidos, e o início de seu trabalho como ilustrador de moda na revista, imprimem novas feições a essa situação. A comparação entre suas ilustrações criadas antes e depois de sua viagem permite aventar que a distância da terra natal, refina seu olhar acerca de nossas peculiaridades, o que fica ainda mais evidente em suas criações para carnaval veiculadas na revista.⁴⁸

BONADIO, Maria Claudia. *Moda e Sociabilidade: Mulheres e consumo na São Paulo dos anos 1920*. São Paulo: Senac, 2007.

⁴⁵ Sobre esse processo ver (especialmente capítulo 1): BONADIO, Maria Claudia. *O fio sintético é um show! Moda, política e publicidade (Rhodia S.A 196-1970)*. Tese de doutorado, Unicamp, 2005.

⁴⁶ Segundo Mena Fiala (diretora da Canadá de Luxo – primeira maison de luxo do Brasil), para atender à demanda das senhoras mais abastadas do país, ela e sua irmã Cândida, viajavam com frequência à Paris para “comprar a coleção inteira...tínhamos a coleção de Paris inteira, aqui no Rio de Janeiro....então tínhamos de adaptar aquela linha ao inverno do Rio de Janeiro e do Brasil. Em geral o comércio de tecidos esperava para fazer as primeiras compras...para acompanhar a moda 0, lançada por Paris, mostrada no Rio de Janeiro, adaptada ao clima, ao nosso tempo, pela Casa Canadá. Cf: SEIXAS, Cristina. *A questão da cópia e da interpretação no contexto da produção de moda da Casa Canadá, no Rio de Janeiro na década de 50*. Dissertação de Mestrado, PUC-RJ, 2002. Ver também: RODRIGUES, Iesa. O clima irresistível da moda carioca. In: CASTILHO, Káthia. GARCIA, Carol. *Fragmentos de um vestir tropical*. São Paulo: Anhembi Morumbi. 2001. p.78.

⁴⁷ Cf: DULCI, Luciana Crivelari. *Moda e cinema no Brasil dos anos 50: Eliana e o tipo "mocinha" nas chanchadas cariocas*. Mestrado em Sociologia, FFCH, UFMG, 2004. Ver também: SEIXAS, Cristina. Op. cit. pp. 44-56.

⁴⁸ A criação de fantasias para o Carnaval é um dos primeiros trabalhos a projetar Alceu Penna. Em 1935, antes mesmo da criação da seção “Garotas”, foi contemplado com 4 prêmios pelo concurso de fantasias promovido pela Prefeitura do Rio de Janeiro, à saber: 1º. Lugar na categoria fantasia de coros e 2º. E 3º. Lugar na categoria fantasia de rua. Ao longo de sua carreira ganharia ainda muitos prêmios por esse tipo de trabalho, o que lhe resultou na ampliação do espaço para a divulgação das fantasias criadas por ele em O Cruzeiro, que nos anos 1960, ocupavam até 10 páginas das edições que precediam os festejos de

Na série criada para o “Álbum de fantasias de O Cruzeiro” veiculado em 04 de fevereiro de 1939, portanto, antes da viagem, Alceu Penna vai buscar na história, nas profissões e nos trajes típicos de países estrangeiros a inspiração para as fantasias sugeridas. Dentre os mais de 30 modelos apresentados, apenas um faz referência ao Brasil, o Caramuru – uma referência alegórica ao mito da fundação da nação, proposta no século XVIII e retomada pelas representações de nacionalidade propostas pelos romances históricos do século XIX.

Nos anos seguintes à temporada nos Estados Unidos, essa situação muda e ainda que os trajes típicos, os costumes históricos e as fantasias inspiradas no Carnaval veneziano continuem a figurar na seção, dividem agora espaço com fantasias cujos nomes, cores, motivos e formas fazem alusão a elementos característicos de nossa “comunidade imaginada” e em especial àqueles explorados pelas políticas culturais do Estado Novo, como o “popular” e o regional por exemplo. Assim, em março de 1946, costumes denominados conga, Dorothy Lamour⁴⁹ ou coolie⁵⁰, aparecem ao lado da “malandrinha” (uma versão estilizada do traje dos malandros cariocas) e da “laranja baiana”.⁵¹

Alguns dos motivos explorados – de forma original para a época – pelo ilustrador em suas criações para o Carnaval se tornariam mais tarde símbolos de brasilidade e seriam exploradas inúmeras vezes pela moda brasileira contemporânea, é o

Momo. Cf: JÚNIOR, Gonçalo. Op. cit, p. 43-44. Dados baseados também nas pesquisas realizada nas revistas por mim e Gabriela Penna no acervo particular de revistas de Thereza Penna.

⁴⁹ Dorothy Lamour era o pseudônimo de Mary Leta Dorothy Slaton (1914-1996), foi uma [atriz](#) de cinema [norte-americana](#). A fantasia apresentada por Alceu Penna, era inspirada em Ulah, personagem interpretada pela atriz no filme *The Jungle Princess* (Paramount, 1936), no qual interpretava uma garota da selva (uma versão feminina de Tarzã) e aparecia o tempo todo vestindo apenas um sarong. Cf: <http://www.imdb.com/title/tt0027830/> e http://www.netsaber.com.br/biografias/ver_biografia_c_2324.html (acessados em 19/12/2007)

⁵⁰ Termo usado para denominar os trabalhadores rurais em países asiáticos e em especial a China e a Índia entre o final do século XIX e início do XX.

⁵¹ Fantasias. In: *O Cruzeiro*, 06 de março de 1943.

caso do já citado “malandro”⁵², da paradigmática baiana⁵³ e também do calçadão de Copacabana.⁵⁴

A preocupação em evidenciar o nacional através da moda, aparece já na primeira colaboração de Alceu Penna para a seção de moda, denominada “Verão em Catalina”. Veiculada em novembro de 1940, trazia ilustrações que apresentavam maiôs e roupas de verão usadas nas praias da ilha da californiana. Segundo o texto (escrito por Alceu Penna), tais desenhos foram realizados como forma de apaziguar as saudades das morenas cariocas.⁵⁵ Evidenciando que a primeira “inspiração” encontrada pelo ilustrador para a seção de moda não foram os modelos desfilados pelas “girls” no verão americano, mas sim as saudades que sentia das praias e morenas cariocas.⁵⁶

No período aqui estudado, o texto (muitas vezes escrito pelo ilustrador)⁵⁷ que acompanhavam as imagens veiculadas na seção de moda devem ser analisados com especial atenção, pois com muita frequência Alceu Penna utiliza-o para refletir sobre as especificidades da visualidade nacional na moda e também como forma de se legitimar como agente de difusão de moda internacional no Brasil, o que se dá através da constante alusão à sua estadia nos Estados Unidos:

⁵² Dentre as apropriações mais recentes do tema pela moda, cito a coleção inverno 2007 da marca Cavaleira, inspirada no samba e que apresentou rapazes que “fazem o samba de inverno em roupa malandro moderno, com direto a colete, jaqueta com bermuda, muito xadrez, moletom com alfaiataria e o jeans (skinny, claro) que carrega o logotipo da marca.” Cf: http://www.spfw.com.br/index.php?form_action=estilistas&form_estilistas_id=136&hash=09788EA11E59F6BAF5055A25CF706201-428735508EA4479877A63B2EEF96B2E7 (acessado em 20/12/2007)

⁵³ Sobre algumas das mais recentes utilizações de Carmen Miranda como inspiração e mesmo tema para coleções apresentadas nas principais semanas de moda, ver: ARTIGAS, Laura. Carmen Miranda e Alceu Penna: Um pouco de história da moda brasileira. In: http://modapraller.blogspot.com/2006_04_01_archive.html. (acessado em 20/12/2007)

⁵⁴ A primeira referência a esse motivo em suas sugestões para o Carnaval aparece em 31/01/1942. O modelo sugerido traz uma saia em tafetá branco com aplicações de veludo preto para ilustrar as ondulações do calçadão, e corpete em veludo bordado com lantejoulas que reproduzem o nome dos bares mais famosos da Av. Atlântica.

⁵⁵ Verão em Catalina. In: *O Cruzeiro*, 16 de novembro de 1940.

⁵⁶ A partir de novembro de 1940, Alceu Penna colabora esporadicamente com a seção de moda – que continua a cargo de Rachel –, porém, a partir de meados de 1941 assume o posto de “figurinista oficial” da revista.

⁵⁷ Ao que tudo indica, ao contrário da seção “Garotas” (que teve inúmeros redatores ao longo dos 28 anos de sua veiculação), na seção de moda, Alceu Penna não contava como colaboradores e era responsável também pelo texto que acompanhava suas ilustrações.

“Chuva e Sol – Frio e Calor, variantes do verão carioca em particular e do brasileiro em geral. Depois de um dia de 40 graus, vindo a chuva, temos uma espécie de inverno vinte e quatro horas depois, com necessidade de toaletes menos estivais. Alceu de volta dos Estados Unidos (grifo nosso), compôs estas páginas com idéias para tais variações climáticas.”⁵⁸

Sua legitimação como um agente privilegiado na transposição da moda internacional para o Brasil, lhe permite também ampliar aos poucos o espaço para apresentação de uma moda com características nacionais. Ainda que inicialmente essa preocupação se atenha ao clima, pouco a pouco, a utilização de matéria-prima têxtil nacional também vai ganhando destaque, como em 25 de abril de 1942, quando numa matéria denominada “Algodão”, enfatiza: *“Para nós brasileiros, as modas de algodão, de que somos produtores, desde a planta até o tecido, possuem particular interesse. Vejamos aqui como existem modelos bonitos para todas as horas do dia.”*

Por fim, tal condição lhe permite produzir uma seção de moda mais opinativa e algumas vezes até crítica à moda internacional, especialmente às representações de brasilidade propagadas pelas modas americanas naquele período⁵⁹, como podemos observar na seção veiculada em 03 de maio de 1942 e cuidadosamente denominada *“South American Way”*⁶⁰:

“As modas sul-americanas estão fazendo sucesso na América do norte. Nas presentes páginas (...) vemos algumas estilizações recentemente lançadas em Nova York (...). Em cima, dois chapéus com inspiração gaúcha e mexicana.

Um lindo bolero que a famosa casa de modas de Nova York, Altman, batizou com o nome de ‘Pampeiro’, tem inspiração nos pampas gaúchos e nas cocchilas riograndenses.

As lindas borboletas do Rio de Janeiro que enfeitam tanto as matas da Tijuca, são presas agora nos cabelos louros das ‘girls’ norte-americanas, como enfeites mais apreciados que as flores.

⁵⁸ Chuva ou sol, frio ou calor. In: *O Cruzeiro*, 18 de janeiro de 1941.

⁵⁹ Ainda que a loja de departamentos nova iorquina Altman & Co tenha batizado alguns modelos com nomes que faziam referência ao Brasil, segundo Amy de la Haye e Valerie Mendes, foram “os padrões e cores da Guatemala, Chile e Peru” os que mais receberam atenção dos criadores de moda norte-americanos. Porém, não são conhecidos estudos mais aprofundados a respeito do tema e diante dos dados levantados até agora, o que se observa é de fato a influência da cultura latino-americana na moda dos EUA, mas não especificamente brasileira. Cf. LA HAYE, Amy e MENDES, Valerie. *A moda do século XX*. São Paulo: Martins Fontes, 2003. p.118.

⁶⁰ Numa provável referência não só à canção de Al Dubim - Jimmy McHugh (versos em português de Aloysio Oliveira), mas também ao tratamento dado pelos filmes de Hollywood ao Brasil e aos temas “sul-americanos” e em especial à Carmen Miranda.

(...) dois lindos modelos lançados pela casa 'Altman', (...). O primeiro chama-se 'Copacabana', em veludo, renda negra organza branca. Aliás de Copacabana, só se for o negro e o branco das calçadas...

O outro modelo foi denominado não se sabe bem por que, também, 'Samba'. É em tafetá listado de branco e vermelho (...)

À direita – dois chapéus, também de inspiração sul-americana. O turbante não é preciso dizer que veio de Carmen Miranda, e o outro chapéu, de abas reviradas, deve ter provindo da zona do Canal do Panamá.

Aqui temos uma trouxinha, 'boleadeiras' e um lenço meio cigano. A trouxinha vem das baianas, a boleadeira dos pampas. Agora o lenço que se chama 'carioca', deve ter vindo do Rio... Vocês garotas bonitas da cidade maravilhosa já viram algo de semelhante fora do Carnaval?"

O texto inicia num tom positivo ressaltando o sucesso das “modas sul-americanas na terra do Tio Sam, narrando com entusiasmo o gosto das *girls* americanas em enfeitar os cabelos com “*as lindas borboletas do Rio de Janeiro que enfeitam tanto as matas da Tijuca*” e prossegue nessa linha informando aos leitores que roupas inspiradas no traje tradicional dos gaúchos e em Carmen Miranda⁶¹ podiam ser encontradas nas vitrines de uma das principais lojas de departamentos americana daquele período.

O entusiasmo, entretanto, logo é substituído pela crítica irônica que questiona, por que o vestido em tafetá, listado de branco e vermelho foi chamado *Samba*, ou a escolha do nome *carioca* para denominar um lenço “cigano”, que segundo o ilustrador só era usado pelas cariocas durante o Carnaval.

As imagens de brasilidade proposta pelas modas apresentadas nessa matéria alinham-se com aquela mostrada pelos filmes hollywoodianos, e “*ressaltavam a exuberância natural da paisagem e as características da cultura local, principalmente àquelas relacionadas à cultura popular, ou ao folclore (...)*”⁶², ao mesmo tempo em que transformavam “*a América Latina numa unidade indistinta em suas manifestações*

⁶¹ Segundo Tânia da Costa Garcia, o visual de Carmen Miranda, e em especial seus turbantes e plataformas, foi rapidamente incorporado pelas modas americanas. Também o documentário “Banana is my Business” destaca a importância da atriz para as modas em voga nos EUA no início dos anos 1940. GARCIA, Tânia da Costa. O “*it*” verde e amarelo de Carmen Miranda. São Paulo: Annablume, FAPESP, 2004. pp.116-119; e “*Banana is my bussiness*”, documentário de Helena Soldberg (1995)

⁶² GARCIA, Tânia da Costa. Op. cit. p. 145.

culturais, pondo-nos todos a usar sombreros mexicanos, a fazer a zsiesta e a dançar algo semelhante à rumba.”⁶³

Essa homogeneização da visualidade, hábitos e culturas latino-americanas, proposta pelos Estados Unidos não agradava Alceu Penna e já havia sido criticada por ele em “E o samba?”, texto publicado na revista em 02 de novembro de 1940, logo após o lançamento em Nova York de “Down Way to Argentina” (Serenata Tropical, 1940), primeiro filme hollywoodiano estrelado por Carmen Miranda:

“ (...) de minha parte estou decepcionado. Não compreendo mesmo porque usando uma grande estrela brasileira a Fox arranjou um argumento passado na Argentina? Para agradar também nosso vizinhos do Prata? Creio que estamos em face de um legítimo “golpe de estado”, como se diz na deliciosa língua guarabarina. Não vai agradar a ninguém, nem aos brasileiros, por esta razão e por muitas outras, e aos argentinos, que prefeririam naturalmente ver em lugar de Carmen Miranda, uma cantora autêntica de tangos. No mais o nosso samba, que todos no Brasil imaginam ser conhecidíssimo agora na América do Norte é confundido lamentavelmente com música cubana. Vejam só o que diz o anúncio e que reproduzimos e que foi estampado em quase todas as revistas e jornais daqui: The irresistible ritmo of Rumbas and Congas! (...) Só resta agora esperar pelo outro filmes de Carmen (...), este passado no Rio de Janeiro. Vamos esperar, porque este não valeu.”

O que as críticas revelam é que apesar da simpatia pela cultura norte-americana e sua atuação intuitiva em pró da política da boa vizinhança, Alceu Penna não via com bons olhos as generalizações elaboradas pelos americanos em relação à América Latina, e à cultura brasileira.

Conclusão

“Não há como desvincular O Cruzeiro, a revista mais importante do país nos anos 1930 aos 1950, de uma encantadora dupla de páginas exibidas ali semanalmente: a inesquecível seção “As Garotas”. (...) O Sucesso de “As Garotas” confirmava a importância que a ilustração havia adquirido nas publicações brasileiras já no século XIX. O aproveitamento do desenho tem sido desde então ilimitado, para reforçar comentários políticos, ornamentar textos literários, adicionar informações às reportagens (...), ou simplesmente divertir o leitor, como faziam “As Garotas”.

(A Revista no Brasil)

⁶³ MOURA, Gerson. Op. cit. p. 11.

A partir de meados dos anos 1940, quando *O Cruzeiro* passa a trazer um sumário com as seções e reportagens que compunham a edição, a coluna “Garotas” é classificada, ao lado de Pif-Paf (Millôr Fernandes), O amigo da onça (Péricles) e “Perguntas inocentes” (Carlos Estevão) na categoria humor. Porém, considerá-la apenas diversão é esvaziar e simplificar seu sentido. A observação de textos e ilustrações produzidas para a seção entre 1939-1945, permite afirmar que, o humor presente na coluna extrapola os limites do entretenimento e se apresenta como forma eficiente para tratar de temas inerentes ao cotidiano dos brasileiros daquele período, como, o posicionamento político do Brasil no contexto da Segunda Guerra e a aproximação os EUA através da difusão da política da boa vizinhança.

A análise das fontes evidencia também que a viagem de Alceu aos Estados Unidos, ou seja, seu afastamento do país e o contato uma cultura estrangeira é bastante relevante para o processo de criação do ilustrador. Ao longo desse período, seus desenhos vão ganhando traços e formas característicos⁶⁴, além disso, seus textos e ilustrações começam a esboçar sua percepção e seus questionamentos sobre a possibilidade da existência de uma visualidade “tipicamente brasileira” nas aparências.

É a partir da crítica à “brasilidade equivocada” propagada pelos americanos através da moda mostrada em “*South American Way*”, da observação sobre o que “não éramos” é que Alceu Penna irá tecer (através do texto) algumas de suas mais originais reflexões acerca do que seria a moda brasileira.⁶⁵

⁶⁴ Em suas primeiras criações para a seção “Garotas” e também para os figurinos de Carnaval veiculados em *O Cruzeiro*, as figuras femininas criadas por Alceu Penna eram caracterizada por linhas mais retas e traços lúdicos que lembravam ilustrações para quadrinhos. Essa situação muda no início dos anos 1940, quando suas “mulheres” passam a ter como marcar a sensualidade expressa num traço que passa a evidenciar as formas femininas dotando essas figuras de cintura fina, quadril e seios bem delineados, boca carnuda e cílios longos.

⁶⁵ Num processo semelhante àquele ocorrido no período colonial, quando segundo Fernando Novais, a identificação entre os habitantes da América portuguesa também ocorrida dessa maneira, pois os luso-brasileiros, por exemplo, identificavam-se na negativa, ou seja, sabiam não ser “reinóis” (como eram comum chamar as pessoas nascidas na metrópole), mas ainda não consideravam-se brasileiros. Cf:

A elaboração de uma visualidade brasileira na moda a partir da marcação da diferença perante o outro, talvez possa ser explicada também em razão da lógica que predominou a cultura das aparências no Brasil do século XIX até os anos 1950 e para a qual em termos de aparências, a distinção repousava sobre a possibilidade de seguir a moda internacional. Pensamento reforçado pela indústria têxtil e de confecção nacional, cujo objetivo era seguir a linha e atingir o padrão de qualidade francês.⁶⁶ Diante desse quadro, não é exagero afirmar que nos anos 1940, roupas da moda com a “cara” do Brasil, dificilmente seriam encontradas nas lojas ou revistas nacionais. Diante desse quadro, o que restaria ao consumidor que lá pelos anos 1940 buscasse alguma roupa tipicamente nacional?

Fantasia de Carnaval e trajes folclóricos ou “típicos”. Assim, é sintomático que os trajes carnavalescos e um pouco mais adiante, as roupas para festa junina tivessem espaço privilegiado na revista *O Cruzeiro*. Nas semanas que antecediam os festejos, as fantasias criadas por Alceu Penna chegavam a ocupar mais de 10 páginas da revista (a seção de moda ocupava em média 2 páginas por edição) e veiculavam uma média de 40 croquis por edição.⁶⁷

A liberdade criativa concedida ao ilustrador no período carnavalesco permite-o “pensar” o país através da criação de figurinos (frequentemente muito sensuais e coloridos) que representavam um Brasil culturalmente “mestiço”⁶⁸, ou seja, inspiradas

NOVAIS, Fernando. Condições de privacidade na colônia. In: *História da vida privada no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. p. 26.

⁶⁶ Sobre esse tópico ver mais em: BONADIO, Maria Claudia. O fio sintético é um show! Op, cit. Capítulo 1.

⁶⁷ A partir do mapeamento geral da produção de Alceu Penna realizado para a exposição “O Brasil”, notei que é a partir da década de 1950 que Alceu Penna ganhará maior espaço para a criação de moda na revista *O Cruzeiro*.

⁶⁸ Cf: SCHWARCZ, Lilia. Nem preto nem branco, muito pelo contrário: cor e raça na intimidade. In: SCHWARCZ, Lilia. *História da vida privada no Brasil*, vol. 4. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. 193-194.

nas baianas estilizadas⁶⁹, na figura do malandro, na calçada de Copacabana, nos trajes típicos de diferentes regiões do país, etc.

Se levarmos em conta que “o vestuário é um instrumento de comunicação visual que pode subverter, ou pelo menos intervir num determinado grupo ou na maneira com que esse grupo se vê em relações aos outros”⁷⁰ e ainda que essa visualidade proposta inicialmente como fantasia para carnaval será, a partir dos anos 1960, incorporada pela moda brasileira, podemos considerar o trabalho de Alceu Penna no período estudado como parte constituinte do “projeto” de invenção da identidade brasileira proposto pelo Estado Novo, ou seja, calcado na valorização do nacional-popular e em especial o samba e o Carnaval; e buscava o folclórico e o regional⁷¹ como forma de explicitar a nossa “diferença” perante o “outro”⁷².

⁶⁹ Segundo Tânia da Costa Garcia, o traje de baiana estilizado por Carmen Miranda não pode ser considerado uma “subversão” do traje típico da baiana, uma vez que desde o século XIX, a roupa das negras escravas recebia influências de outras modas e culturas. Para tanto cita como exemplo as baianas representadas nos quadros dos viajantes do século XIX, que misturavam, por exemplo, acessórios com significados transpostos das religiões afro-brasileiras, com vestidos estilo império tipicamente franceses. Cf: GARCIA, Tânia. Op. cit. pp. 108-11.

⁷⁰ CRANE, Diana. *A moda e seu papel social*. Classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Editora Senac, 2006. p.455, 456.

⁷¹ Segundo Mônica Pimenta Velloso “a discussão sobre a legitimidade do samba enquanto expressão de nacionalidade, a pesquisa do folclore e da cultura popular e o próprio incentivo oficial ao carnaval são alguns dos traços que marcam indelevelmente a política cultural do Estado Novo.” Cf: VELLOSO, Mônica Pimenta. Apresentação. In: *Do Guarani ao Guaraná*. Rio de Janeiro: Ministério da Cultura/Casa de Rui Barbosa, 2001. p. 8.

⁷² A respeito de tais questões ver: VIANNA, Hermano. *O mistério do samba*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.