

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
Laura Ferrazza de Lima

Vestida de frivolidades: a moda feminina em
suas visões estrangeira e nacional na revista *O
Cruzeiro* de 1929 a 1948.

Porto Alegre
2009

Laura Ferrazza de Lima

Vestida de frivolidades: a moda feminina em suas visões estrangeira e nacional na revista O Cruzeiro de 1929 a 1948.

Dissertação para obtenção do grau de mestre apresentada ao programa de pós-graduação em História da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, área de Cultura e representações.

Orientada por: Anderson Zalewski Vargas

Porto Alegre
2009

A memória de meus pais.

Agradecimentos

Quero agradecer a todos aqueles que acreditaram nessa pesquisa, a Universidade Federal do Rio Grande do Sul, mais propriamente representada pelo Programa de Pós Graduação em História que possibilitaram o desenvolvimento de meu trabalho. Agradeço a meu orientador, o professor Anderson Zalewski Vargas que aceitou o desafio de encarar um trabalho já em andamento, por nossas divertidas reuniões e sua grande dose de paciência. Agradeço a outros mestres, o professor Benito Shimidt pela simpatia com o tema e a troca de idéias, o professor José Rivair de Macedo que como coordenador da pós-graduação soube compreender alguns acidentes de percurso. Lembro também a amizade dos professores Enrique Padrós e Luís Dario. Pela viabilidade e acesso as fontes de pesquisa agradeço ao trabalho dos funcionários do Museu de Comunicação Social Hipólito José da Costa da cidade de Porto Alegre.

Agradeço a meus colegas de profissão e amigos: Bruna Sirtori, por nossa longa amizade; Mariana Neumman, pelo companheirismo nas aulas; Daniela Conte, pelo carinho; Bibiana pelas idéias sobre orientação. Um obrigado especial ao meu amigo Fernando Ferrari, pela descontração e a disposição para ouvir desabafos.

Na área da estética e da beleza visual agradeço as dicas e conselhos da amiga e artista plástica Valeska Khun, a toda equipe do site do qual faço parte: www.modamanifesto.com, ou seja: Ana Carolina Acon, Carolina Puccini, Janaina Braga e Renata Masseti. A fotógrafa Lúcia Safi.

Para o final deixo o agradecimento às duas pessoas que tiveram a participação mais ativa nesse trabalho. Minha bolsista voluntária e grande amiga, a estudante de design de moda Paola Zambon Azevedo que fez comigo visitas regulares ao arquivo para fotografar a fonte. O agradecimento a José Francisco Botelho, companheiro de todos os momentos e que agüentou muitos “chiliques”, além de ter feito toda revisão ortográfica da dissertação. Agradeço também a compreensão de meus familiares por minhas ausências nesse período e aos conselhos de Roberta Gomes. Finalmente agradeço meus três gatos: Titus, Chinoquinha e Gandalf, por nunca me sentir solitária enquanto escrevia.

Resumo

O presente trabalho pretende contribuir com a historiografia brasileira referente aos estudos de história da moda e suas implicações sócio-culturais. O objetivo é realizar uma análise comparativa das colunas de moda da revista *O Cruzeiro* entre 1929 e 1948. O recorte temporal escolhido deve-se ao acervo que serviu para a busca das fontes de pesquisa, o Museu de Comunicação Social Hipólito José da Costa na cidade de Porto Alegre. A metodologia utilizada originou-se da análise do conceito da moda e colheu na fonte grande número de imagens que gerou um banco de dados. Tais fotografias, após analisadas, sofreram uma triagem e as escolhidas geraram séries de relatórios. A partir disso, foi preciso ouvir o que elas queriam comunicar para então eleger as colunas de moda a serem trabalhadas de forma específica na dissertação. O que pretendi analisar é: como a revista *O Cruzeiro* apresentava a moda, levando em conta o papel desempenhado pelo estrangeiro e pelo nacional. O Brasil apenas copiava a moda estrangeira ou também iniciava um processo criativo particular – ou, ao menos, uma visão própria da moda? Ao longo da pesquisa foram estabelecidas relações entre a moda e o conhecimento, a verdade, a estética, a identidade e a própria história. A construção de uma visão nacional da moda ocorreu através de um longo processo que dependeu da análise das colunas de moda. Inicialmente elas eram escritas por uma estrangeira - Madame Thérèse Clemenceau - passaram a ter contribuições anônimas, temáticas nacionalistas, até que acabaram sob o comando do ilustrador Alceu Penna. Durante a passagem do tempo muitas silhuetas foram mostradas e através delas podemos perceber também um modelo de corpo e de mulher que cada período elegeu. A pesquisa deu conta das feminilidades sucessivas na moda apresentada pela fonte.

Palavras – Chave: História da Moda; Moda brasileira; Moda na imprensa.

Abstract

This thesis intends to contribute to Brazilian historiography concerning fashion history, and its social and historical implications. The goal is to perform a comparative analysis of editorial sections about fashion and style within the magazine *O Cruzeiro* between 1929 and 1948. During the research, those sections have been photographed, producing a wide database. A report has been organized with the selected images. By analyzing them, I tried to answer the following question: how did the magazine present fashion, taking into account the role played by foreign and national elements? Was foreign fashion simply copied in Brazil? Or was the period marked by the beginnings of a particular creative process – or, at least, the beginnings of a national vision of fashion and style? The construction of a Brazilian image of fashion took place after a long process, in which the analysis of editorial sections concerning fashion was very important. Initially, those sections were produced by a foreign writer - Madame Thérèse Clemenceau. Later, anonymous contributions were incorporated, as well as nationalistic themes. Finally, those sections came under the control of illustrator Alceu Penna. Through different periods of time, different female silhouettes have been shown within the magazine; through them, we can analyze the images of the ideal woman and the ideal body that each period has chosen. The research has taken into account, also, those successive models of femininity.

Keywords: Fashion History; Brazilian fashion; Fashion in the press.

SUMÁRIO

Introdução.....	p. 8
Capítulo I. Moda e formas de conhecimento: verdade, estética e identidade.....	p. 25
1.1 A verdade no vestido: moda como forma de conhecimento.....	p. 26
1.2 Moda e Estética.....	p. 31
1.3 Moda, Individualidade e Identidade.....	p. 36
Capítulo II. A seção “Dona” – Uma estrangeira fala de moda para o Brasil: Madame Thérèse Clemenceau. (1929 – 1931).....	p. 47
2.1 A moda vista de fora: conceitos e visões estrangeiros.....	p. 49
2.2 Alterações na silhueta da moda.....	p. 66
2.3 A moda e o passado.....	p. 73
2.4 Formas de feminilidade e sociabilidade.....	p. 77
Capítulo III. Período de transição: entre madame Clemenceau e Alceu Penna.....	p. 84
3.1 A imagem da mulher, a silhueta com que se veste e seus espaços de sociabilidade.....	p. 85
3.2 Os desenhos de Rachel.....	p. 94
3.3 - Diversidades de pólos de influência e a passagem para uma visão brasileira de moda.....	p. 102
Capítulo IV. Uma visão brasileira da moda: Alceu Penna e as colunas de moda.....	p.110
4.1 Alceu Penna inicia em <i>O Cruzeiro</i>	p. 112
4.1.1 – As garotas cariocas.....	p. 114
4.1.2 – As garotas viajam com Alceu.....	p. 117
4.1.3 – As garotas patrióticas.....	p. 121
4.2 – Visões da mulher nas colunas de Alceu: público alvo, comportamentos sociais e espaços de sociabilidade.....	p. 123
4.3 – A moda vista de dentro: visões de um brasileiro sobre a moda estrangeira..	p. 139
4.4 – Alterações na silhueta: o <i>New Look</i>	p. 165
Conclusão.....	p. 190
Bibliografia.....	p. 196

Introdução

A partir da idéia lançada pela Escola dos Annales ¹, de que a história merecia novos objetos e novas abordagens, e dentro de uma visão da história que aborda os fenômenos culturais², um novo objeto se levanta para encarar os historiadores de frente: a moda. Ela nos desafia diariamente, nas bancas de revistas, nos jornais, nas ruas, na internet, na televisão, no cinema, em nosso ambiente de trabalho, na sala de aula, em nossos armários e defronte ao espelho. Tornamo-nos animais vestidos. Tal constatação poderia ser aplicada a qualquer momento da história. Desde que existam cultura e sociedade, a indumentária se faz presente.³ A partir do Renascimento, contudo, esse hábito cultural passou a acompanhar os indivíduos na construção de identidades, na expressão estética e no convívio social. Hoje, a moda clama por uma análise profunda dos papéis que desempenha na sociedade.

Este trabalho iniciou com um objetivo específico: desvendar as relações estabelecidas entre a moda e a sociedade brasileira nos anos cinqüenta, através da revista *O Cruzeiro*, tendo como ponto de partida as colunas de moda ilustradas por Alceu Penna⁴. Contudo, logo se tornou necessário buscar um histórico da moda na revista. Para isso, era preciso responder à pergunta: quem eram os responsáveis pelas colunas de moda antes de Alceu, antes dos anos 50? A partir desse questionamento, desdobrou-se um longo caminho a ser traçado, e a década escolhida ficou, temporariamente, de lado. Em outras palavras, era preciso recuar mais no tempo, até a época de fundação do periódico. O trabalho transformou-se, portanto, na análise comparativa das colunas de moda de *O Cruzeiro* entre 1929 e 1948. As datas foram escolhidas considerando o ano de fundação da revista, 1928⁵, e mudanças marcantes na história da moda, como a criação do *New Look* ⁶ por Christian Dior em 1947 e sua repercussão no magazine. O marco inicial deve-se também ao acervo consultado no Museu de

¹ BURKE, Peter. **A Escola dos Annales (1929-1989): a Revolução Francesa da historiografia**. São Paulo: UNESP, 1997.

² BURKE, Peter. **O que é história cultural?** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

³ GOMBRICH, E. H. **História da arte**. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

⁴ JUNIOR, Gonçalo. **Alceu Penna e as garotas do Brasil**. Moda e imprensa 1933 – 1980. São Paulo: CLUQ, 2004.

⁵ NETTO, Accioly. **O império de papel**. Os bastidores de O Cruzeiro. Porto Alegre: Sulina, 1998.

⁶ Importante alteração na silhueta da mulher, que marca o pós Segunda Guerra.

Comunicação Social Hipólito José da Costa na cidade de Porto Alegre. Este possui exemplares da revista somente a partir de 1929.

Optei por utilizar a revista *O Cruzeiro*, por ser um periódico de grande circulação nacional do período. Era uma revista de variedades, que abrangia temas políticos, econômicos, sociais e culturais. A categoria de revista de variedades foi analisada por Tânia Regina de Luca, que se refere a elas como carros chefes do entretenimento antes da televisão.⁷

*

A história da moda é um campo muito pouco explorado dentro das possibilidades da pesquisa historiográfica. A maioria dos acadêmicos acredita que o estudo deste fenômeno é recente, remontando apenas à década de 80 – no entanto, já existe uma discussão sobre o tema desde o século XIX⁸. Situar um estudo dentro desse universo do saber demanda uma definição clara de certos termos. Pode-se falar, por exemplo, em “história da moda” enquanto compreensão linear das alterações no vestuário ao longo dos tempos, especialmente em seus detalhes e técnicas. Contudo, a partir da contestação do paradigma estruturalista, surgiu a idéia de que temporalidades paralelas convivem em um mesmo momento histórico. Enquanto pesquisadora, preferi observar meu objeto a partir de uma perspectiva não-linear: em vez de utilizar o conceito de “história da moda”, decidi partir de um questionamento sobre “a moda na história”. Eu pretendia entender como a moda entrava na história – ou seja, por que as pessoas vestem o que vestem? De que forma o meio sócio-cultural circunscrito a uma época contribui para a criação de um estilo em detrimento de outro? Enfim, como a individualidade de quem cria moda e de quem a veste está relacionada com o momento histórico no qual se vive? Este tipo de questionamento aparece em trabalhos históricos sobre o tema traduzidos recentemente no Brasil.⁹

Ao longo da pesquisa, encontrei trabalhos que realizam uma análise histórica muito rica, utilizando a moda como um observatório privilegiado do passado, por meio do qual

⁷ LUCA, Tânia Regina. História dos, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org.). **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2006. p.111 – 153.

⁸ Refiro-me aos estudos do filósofo e sociólogo alemão, Georg Simmel (1858 – 1918), particularmente interessado no estudo de temas associados à mulher. Entre seus escritos encontra-se: SIMMEL, Georg. Moda y sociedad. In: CROCI, Paula; VITALE, Alejandra. (compiladoras) **Los cuerpitos dóciles**. Hacia un tratado sobre la moda. Ed.: La Marca, Buenos Aires, 2000. p. 18-20. Um exemplo nacional é a obra de FREYRE, Gilberto. **Modos de homem & modas de mulher**. 4. ed. Rio de Janeiro: Record, 2002. Ou ainda as referências feitas à moda em BAUDELAIRE, Charles. **Sobre a modernidade: o pintor da vida moderna**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

⁹ Como nos de: CRAINE, Daiane. **A moda e seu papel social**. Classe, Gênero e Identidade das roupas. São Paulo: Senac, 2006. Ou o trabalho de ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências**. Uma história da indumentária (séculos XVII – XVIII). São Paulo: Senac, 2007.

vemos desfilarem relações econômicas, sociais e principalmente culturais.¹⁰ A melhor visualização de tais relações se dá por um recorte temporal preciso e pela eleição de um problema único de pesquisa. Assim, os motivos que levaram à eleição da fonte devem-se à importância desta para o período escolhido. Tratava-se de um dos maiores periódicos do país. Fazia parte do conglomerado *Diários Associados*, pertencente ao grande empresário das comunicações nacionais da época, Assis Chateaubriand.¹¹ A revista havia sido criada para retratar um país moderno, conforme o texto de seu lançamento afirmava: “a revista dos arranha-céus”. Lançada em fins da década de 1920, passou por importantes fatos históricos que foram, de alguma maneira, sentidos pela moda, como veremos ao longo desse trabalho.

Entre os principais acontecimentos que cercam o período analisado, podem citar-se a crise de 1920, a Revolução de 1930, a Segunda Guerra Mundial entre 1939 e 1945 e o período imediatamente posterior a ela, o final da década de 1940. É importante ressaltar que esses fatos não serão observados em detalhe, mas apenas na medida em que se relacionam com as seções analisadas, seja pela inspiração de cunho nacionalista que exerceram sobre a roupa, seja pela menção dos “tempos difíceis” nos textos estudados. Ou seja, tais fatos serão observados na medida em que se refletem no vestuário, e mesmo quando parecem ignorados pelo universo escapista da moda.

O período analisado corresponde, culturalmente, à época de desenvolvimento da arte contemporânea no exterior. O Brasil estava ainda sob o impacto da Semana de Arte Moderna de 1922. É também a época de ouro do rádio, com destaque para o samba e figuras icônicas como Carmem Miranda. Além disso, havia a influência do cinema norte-americano sobre os estereótipos de beleza¹² e o campo da moda.¹³

Após decidir o recorte espaço-temporal, precisei ir às fontes para formular um problema de pesquisa. Foi necessário, também, fazer uma seleção dentro da própria fonte. Esse processo ocorreu através da coleta dos dados da revista, feita por meio da análise de fotografias. Fotografou-se um vasto material produzido entre os anos de 1929 e 1948: capas, seções de moda e matérias sobre vestuário, cinema e temas afins, gerando um arquivo de mais de mil imagens. Posteriormente esse material passou por uma segunda seleção. Parte do

¹⁰ VEILLON, Dominique. **Moda e Guerra**: um retrato da França ocupada. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

¹¹ MORAIS, Fernando. **Chatô**: o rei do Brasil, a vida de Assis Chateaubriand. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

¹² SERPA, Leoní. **A máscara da modernidade**. A mulher na revista O Cruzeiro (1928 – 1945). Passo Fundo: UPF, 2003.

¹³ MENDES, Valerie e HAYE, Amy de La. **A moda do século XX**. São Paulo: Martins Fontes, 2002; LANDIS, Deborah Nadoolman. **Dressed**. A century of Hollywood costume design. Nova York: Collins, 2007.

material deu origem a relatórios, organizados por década, de forma linear, para que finalmente se elegesse quais seções seriam analisadas especificamente.

Através da visualização do quadro dos acontecimentos mundiais do período escolhido, nas páginas da revista, podemos compreender os fatores que levaram à diversificação de influências para a produção e criação de moda. O que pretendi analisar é: como a revista *O Cruzeiro* apresentava a moda, levando em conta o papel desempenhado pelo estrangeiro e pelo nacional. O Brasil apenas copiava a moda estrangeira ou também iniciava um processo criativo particular – ou, ao menos, uma visão própria da moda?¹⁴ A fim de responder essas questões, utilizei preferencialmente as seções de moda assinadas por Thérèse Clemenceau, por autores anônimos ou desconhecidos e pelo desenhista Alceu Penna.

O problema de pesquisa ganhou desdobramentos, na medida em que avaliei a moda feminina que a revista *O Cruzeiro* continha, e a visão de moda que construía para o período. Pretendi estabelecer uma relação entre o momento histórico e a moda que nele se produziu, através das alterações na silhueta da mulher, considerando a própria visão expressa na revista acerca das personagens que vestiam as roupas indicadas. O que as vestimentas representam no período em que são usadas? Que códigos e signos elas carregam entre seus botões? Não afirmo que existisse, no período, um único estilo de moda – mas pretendo me ater àquele que era privilegiado por minha fonte.

A relevância de meu tema de pesquisa reside, entre outras coisas, na falta de estudos específicos sobre a história da moda em determinados períodos no Brasil. Existem obras que fazem um apanhado geral de diversas épocas, como o estudo de Silvana Gontijo. A própria fonte que utilizo foi pouco explorada pelos historiadores, conforme reflete Astor Diehl na apresentação do livro de Leoní Serpa: “Apesar da grandiosidade e do fascínio que a revista possa ter em relação ao processo produtor de imagens e representações no Brasil, ainda são poucos os trabalhos mais sistemáticos sobre o seu papel na formação de uma cultura historiográfica brasileira.”¹⁵ O trabalho de Serpa é um dos poucos estudos que utilizam *O Cruzeiro* enquanto fonte. A autora elegeu para sua análise o período que vai de 1928 a 1945, tendo por objeto as representações da mulher na revista. Serpa faz uma análise aprofundada da fonte enquanto veículo de um estilo moderno de vida que tem reflexos na construção do feminino. As representações acerca da mulher são apresentadas através da publicidade, dos

¹⁴ É possível usar para refletir sobre o tema o livro de GONTIJO, Silvana. **80 anos de moda no Brasil**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987. E a autobiografia de SPOHR, Rui. **Memórias alinhavadas**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1997.

¹⁵ SERPA, *op. cit.*, p. 13.

símbolos de beleza e de temas políticos como o voto feminino. A moda não é seu objetivo central, aparecendo timidamente quando a autora analisa os padrões de beleza eleitos pela revista. O “diferencial” de meu trabalho em relação ao de Serpa é, precisamente, o foco no fenômeno da moda e o recorte temporal, um pouco maior. Quando faz observações acerca das alterações na representação da mulher na revista, a autora mapeia os vínculos políticos e mesmo simbólicos com os quais a fonte estava afinada.

Outro estudo importante que une a fonte com o tema da moda é a dissertação de mestrado de Gabriela Penna, sobre a seção *As Garotas* de Alceu.¹⁶ Tratava-se de uma seção de humor que teve grande impacto sobre a moda feminina e a imagem da mulher durante seus longos anos de existência. Dedico um pequeno trecho de meu trabalho para fazer um comentário sobre a coluna, principalmente quando essa reforça os temas analisados na seção de moda do mesmo autor, no item 4.1.

*

O auge da revista, conforme escreveu seu famoso diretor, Accioly Netto, em seu livro *O Império de papel: os bastidores de O Cruzeiro*: “Na Rua Livramento, *O Cruzeiro* viveria a melhor de suas fases, tornando-se ao longo da década de 40 a maior revista de toda a América Latina, até viver seu apogeu absoluto no início dos anos 50.”¹⁷ A publicação surgiu em 1928, mas atingiu suas cifras mais impressionantes nos anos cinquenta: “com tiragem de cerca de 850 mil exemplares circulando em território nacional; calculava-se que *O Cruzeiro* passaria pelas mãos de quatro milhões de leitores por semana. Sendo que, nessa época, a população do Brasil mal passava dos 50 milhões.”¹⁸ Segundo Serpa e Accioly, a revista chegou a circular na Europa e em vários países da América Latina, como a Argentina.¹⁹ Nessa fase de maior sucesso, como não podia deixar de ser, o periódico se propunha eclético, voltado tanto para homens quanto para mulheres – e declarava ser “a revista da família brasileira”. O primeiro bloco da revista contava com textos literários, fatos da semana e grandes reportagens. Além disso, 50 por cento de seu espaço era destinado ao humor. Dentre os ilustradores, destacavam-se nomes como Péricles Maranhão, Millôr Fernandes e Alceu Penna. Esse último era responsável por uma das seções mais conhecidas, que levou sua assinatura por vinte e oito anos: a coluna *As Garotas*, surgida em 1938. Netto, em sua obra, destaca a produção

¹⁶ PENNA, Gabriela Ordones. **Vamos Garotas!** Alceu Penna: moda, corpo e emancipação feminina (1938-1957). 2007. Dissertação (Mestrado em Moda) Faculdade de Design de Moda, Centro Universitário Senac, Santo Amaro, S. P.

¹⁷ NETTO, *op. cit.*, p. 123.

¹⁸ *Ibidem*, p. 123.

¹⁹ SERPA, *op. cit.*, p.21.

humorística de Penna, mas trata superficialmente de seus editoriais de moda, que compunham um segundo bloco da revista, voltado para assuntos femininos.

A imagem da mulher era utilizada pela revista para chamar a atenção dos leitores. Esse uso ocorria já na capa, passando pela ilustração de contos, pelos anúncios publicitários e pelas seções de humor. Sem dúvida, as seções de moda ajudavam a consolidar uma visão acerca das mulheres em cada um dos diferentes períodos analisados.

A revista se coloca ao mesmo tempo como divulgadora dos hábitos modernos e também das novidades nos mais variados campos, entre eles o da moda. A relação entre a moda e a modernidade, assim como entre a moda e o feminino são temas latentes dentro da pesquisa. O primeiro ponto sugere a análise de conceitos como o “novo” e o “moderno”. Já a associação entre o fenômeno da moda e o universo feminino ocorre a partir do século XIX, dentro da sociedade burguesa. A pesquisa sobre essa relação pode levar aos estudos de gênero. Um exemplo de trabalho que estabelece um diálogo entre os dois temas é a tese de doutorado da Mara Rúbia Sant’anna, que relaciona a modernização da cidade de Florianópolis e a construção de um ideal de beleza feminino condizente.²⁰ A autora utiliza como fonte jornais locais e revistas nacionais, como a própria *O Cruzeiro*. Dentro desse material de análise, ela destaca não apenas os editoriais de moda, como também os concursos das mais elegantes e os espaços de sociabilidade. Analisa também o papel da França como principal pólo de influência no setor da moda. Assim, seu trabalho auxilia muitos debates a que me proponho, embora se diferencie quanto à diversidade de fontes e sua utilização. O objetivo de seu trabalho é atrelar a moda ao conceito de modernização urbana, abrangendo um período que vai dos anos 50 até os 70. Minha pesquisa, por outro lado, tem como recorte espacial todo o Brasil – mas se aproxima da obra de Sant’anna ao tratar a moda como um signo de modernidade. Porém, não pretendo relacionar o fenômeno à urbanização, mas a outras alterações culturais e sociais: perceber que para cada momento há uma visão de modernidade, acompanhada de uma silhueta e de uma mulher com características particulares, e que todos esses fatores juntos formam a moda da época. Procuro abordar também fatos que contribuem para as alterações da moda no período, como a diversificação dos pólos de influência e a construção de uma possível moda nacional.

²⁰ SANT’ANNA, Mara Rúbia. **Poder e aparência**: novas sociabilidades urbanas em Florianópolis entre 1950 – 1970. 2005. 673 f. Tese (Doutorado em História) – Programa de Pós Graduação em História – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

Tanto o trabalho de Serpa como o de Sant'anna relacionam a moda com o moderno. As autoras parecem basear-se na idéia de Gilles Lipovetsky²¹, segundo a qual a moda seria um fenômeno exclusivo do Ocidente e um dos signos da modernidade. Assim sendo, o fenômeno merece análise por parte dos historiadores. Isto validaria os questionamentos historiográficos que podemos levantar acerca do tema, que se afigura enigmático por sua complexidade e sua relação com as construções simbólicas da sociedade.

*

Os estudos da moda são por si só interdisciplinares, devendo ser debatidos por diferentes ramos do conhecimento das ditas humanidades. Os exemplos não cessam de se multiplicar. Encontramos, na antropologia, estudos como o de Sérgio Teixeira sobre o uso da “camisola do dia” – peça utilizada pelas moças donzelas na noite de núpcias.²² O antropólogo escolheu essa peça de roupa, emblemática durante um período, e analisou a carga de significados que carrega. A metodologia utilizada foram entrevistas com mulheres que passaram pela experiência de usá-las, e com alguns homens que passaram pela experiência de retirá-las, digamos assim. A importância da virgindade na época é ilustrada pela existência de uma peça de roupa especialmente designada para a ocasião em que aquela, supostamente, seria perdida. A indumentária específica, no caso, ajudaria a compor um momento ritualizado da vida do casal. A análise da construção simbólica envolvida numa única peça do vestuário tem grande importância. A fonte que utilizo reforça bastante a importância social do casamento para os períodos estudados, sendo que este, representado no vestido de noiva, é tema recorrente em todas as colunas analisadas. Este momento era considerado essencial na vida de uma jovem – um objetivo a ser almejado.

Tomei conhecimento do trabalho de Teixeira ao realizar um ensaio sobre a simbologia do vestido de noiva.²³ O problema que tinha me colocado era: como essa peça do vestuário poderia constituir um lugar de memória²⁴ feminino? A idéia era atrelar conceitos da

²¹ LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das letras, 2003.

²² TEIXEIRA, Sérgio Alves. A camisola do dia e seu divino conteúdo. **Horizontes Antropológicos**, v. 10, n. 22, 2004. p. 299-300.

²³ LIMA, Laura Ferrazza de. **Sonho ou ritual de passagem**: o vestido de noiva como um lugar de memória feminino. Trabalho apresentado no XXIII Simpósio Nacional de História da ANPUH na seção Gênero, Corpo e Sexualidade. Orientação do professor Benito B. Shimidt.

²⁴ Sobre lugar de memória ver: NORA, Pierre. **Les lieux de mémoire**. [Paris]: Gallimard, 1997

memória²⁵ com a questão da moda, que já me interessava. O método utilizado foi o da história oral. Realizei entrevistas com duas mulheres contemporâneas, questionando-as sobre seus vestidos e suas idéias acerca do casamento – ou seja, a simbologia e as memórias suscitadas a partir de uma peça específica do vestuário.

Contudo, recorro a ambos os trabalhos acima – o meu e o de Teixeira – para marcar algumas diferenças com a pesquisa que apresento agora. O método que utilizo neste trabalho não é o da fonte oral. Esta é construída através de entrevistas, que, por sua vez também se diferenciam daquelas feitas pelo antropólogo, quanto à coleta e análise dos dados.²⁶ Na presente pesquisa, utilizei a fonte impressa, que conjuga textos e imagens. Em ambos os casos se faz necessário um cuidado específico com a fonte. Faço um recorte temporal sobre o passado, procurando respeitar os códigos de uma dada época, mergulhando não apenas numa alteridade do outro no espaço, mas também no tempo.

As fontes impressas já se tornaram amplamente utilizadas na produção historiográfica, sendo seus limites discutidos pelos historiadores que as elegem.²⁷ Os questionamentos colocados para ela não diferem demasiado dos colocados para fontes tradicionais. As perguntas básicas são: quem as produziu? Quando foram escritas? A que público destinam-se? O auxílio para responder a tais questões, no que se refere à fonte escolhida, está em duas obras: a de Leoní Serpa, que em sua dissertação também utilizou a revista *O Cruzeiro* como fonte, e a de Accioly Neto, que dirigiu o magazine por muitos anos e escreveu sobre a trajetória do mesmo.²⁸

Entre alguns dos estudos sociológicos sobre o tema da moda, merece destaque o trabalho de Gilda de Mello e Souza.²⁹ Tal pesquisa destaca-se, primeiramente por seu pioneirismo. Trata-se de uma mulher que seguiu a carreira acadêmica e escreveu uma tese sobre moda na década de 1950. Diríamos que essas duas características são no mínimo inovadoras. Será que foi uma simples coincidência que, nessa época, o tema da moda pudesse causar tamanho interesse? A moda havia invadido o cotidiano das pessoas, pois fazia parte

²⁵ Sobre memória ver HALBAWCS, Maurice. “Memória coletiva e memória individual” e “Memória coletiva e memória histórica.” **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice. BERGSON, Henri. **Matéria e memória**. Ensaios sobre a relação do corpo com o espírito. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

²⁶ Sobre a construção de fontes orais: THOMPSON, Paul. **A voz do passado: História Oral**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

²⁷ ELMIR, Cláudio Pereira. As armadilhas do jornal: algumas considerações metodológicas para a pesquisa histórica. **Cadernos de Estudos**, n.13, dez. 1995, p.19à 29. Porto Alegre: PGH – UFRGS; LUCA, *op. cit.* p. 116.

²⁸ NETTO, *passim*. SERPA, *passim*.

²⁹ SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas: a moda no século dezenove**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

das preocupações dos novos habitantes do meio urbano – um reflexo da modernidade³⁰ e da democratização do fenômeno.³¹ Porém, o período analisado por ela é o século XIX. Ela utiliza como fonte principalmente fotografias e algumas representações pictóricas. Inovadora também nisso, sua bibliografia inclui livros de ficção da época abordada, por trazerem a descrição dos trajés. Ela tem uma visão classista do fenômeno, na medida em que relaciona as modificações do vestuário com o surgimento das fábricas. A autora demonstra uma grande erudição, e seu trabalho é obrigatoriamente citado em qualquer pesquisa de história da moda.

Obras posteriores, como a de Gilles Lipovetsky, *O Império do Efêmero*,³² reconta a história da moda de uma maneira crítica. O autor é um sociólogo francês da geração de maio de 1968, o que pode explicar sua abordagem do fenômeno do ponto de vista de um novo paradigma. Ele vê a moda como um fenômeno histórico, que não está relacionado apenas ao consumo, mas às transformações sociais que caracterizam a modernidade, como a individualização dos sujeitos através da aparência. Para ele a moda atingiu uma espécie de “democratização do vestir”. Os estilos eleitos podem ser agora reproduzidos industrialmente em grande escala, o que leva a uma maior sofisticação da produção em pequena escala, uma consolidação da alta costura, que agora passa a influenciar no gosto geral. Uma visão bastante diferente aparece no texto de Pierre Bourdieu que vê significados através do desejo de consumo gerado pela moda, sendo que esta não escaparia de uma imposição de cima para baixo.³³ Porém, se a considerarmos como um símbolo da busca por uma individualização do gosto e da aparência, colocá-la numa dicotomia classista seria reduzir o fenômeno.³⁴ Ela está para além da classe e na ordem do dia da contemporaneidade. Constitui o “clima de uma época”, pois é produto e produtora de seu tempo.³⁵ Afinal, serve como forma de acessar o passado. A moda, mais do que um bordado sobre o pano da história, é uma das fibras que compõe o tecido social.

Alguns dos estudos históricos mais importantes sobre o tema vêm a moda pelo viés cultural. Entre eles podemos destacar o trabalho de Daniel Roche sobre o século XVII e XVIII na França. Ele se preocupa em mostrar não só a moda da elite, mas também a do povo,

³⁰ Sobre a questão da moda ligada à modernidade na revista *O Cruzeiro* ver: SERPA, *op. cit.*, p. 31

³¹ LIPOVETSKY, *op. cit.* p. 107.

³² *Ibidem, passim.*

³³ BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença**: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. Porto Alegre: Zouk, 2006.

³⁴ LIPOVETSKY, *op. cit.* p. 9-19.

³⁵ Sobre a relação entre o objeto e o tempo que o produz: CERTEAU, Michel de. **A escrita da história**. Rio de Janeiro, Forense, 1987.

e suas trocas.³⁶ Já Dominique Veillon³⁷, em sua obra *Moda e Guerra: um retrato da França ocupada*, recupera o período mais trágico da história da indústria da moda francesa: o da ocupação nazista. A obra traça um panorama das estratégias de sobrevivência da moda numa situação limite. Finaliza com um balanço das conseqüências da Segunda Guerra para a alteração nos rumos da criação, como a variabilidade de materiais, mas, principalmente a perda da hegemonia francesa, o que levou a uma profunda alteração no sistema da moda.

*

A moda é também um fator que auxilia na construção de identidades. Ela tanto pode ser representativa de uma época, de um lugar, como de um grupo social específico e de uma nação. Ultrapassa a idéia da simples distinção da aparência para penetrar numa esfera simbólica que confere unidade aos sujeitos. Assim, através de minha pesquisa, busquei na moda os indícios de uma identidade de gênero, de grupos sociais, ou quiçá uma identidade nacional – a qual se constitui, provavelmente, como uma mescla de todas as outras. Afinal, se aparentemente copiaram-se modelos estrangeiros, “a imitação não se daria de forma tão simples, através de uma adoção em massa de um estilo de vestuário, mas através de uma seleção, tradução e adaptação, uma adoção cuidadosa e filtrada por gostos, identidades, valores próprios aos diferentes grupos...”³⁸ São esses fatores de filtragem e identificação através da moda que tratei de mapear. Sobre a relação do fenômeno da moda com a identidade, elaborei um item específico no capítulo I. Conforme se desenvolve a análise da fonte, vai-se desenhando a identidade do público leitor para o qual se dirigiam as matérias. Simultaneamente, surge uma identificação entre o que há de estrangeiro e o que há de nacional na moda.

*

A moda difunde-se em diferentes grupos sociais e constitui uma marca de historicidade, o rastro de um tempo vivido que merece análise³⁹. A noção de rastro, tratada por Paul Ricoeur, ultrapassa a de documento. “Rastros” seriam as marcas deixadas pelos que já passaram: uma presença viva dos mortos. Tudo pode ser rastro para o historiador, desde que ele formule bons questionamentos sobre esses vestígios – os quais, segundo o autor, são também produtos da atividade humana, das coisas manejáveis que deixaram uma marca.

³⁶ ROCHE, *op. cit.* p. 20.

³⁷ VEILLON, *passim*.

³⁸ MACCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003; GARAVELLO, Maria Elisa de Paula Eduardo. **A Costura Social do Vestuário**. 1991. Tese (Doutorado em Antropologia) Universidade de São Paulo, São Paulo.

³⁹ Sobre marcas de historicidade: RICOEUR, Paul. *Entre o tempo vivido e o tempo universal: o tempo histórico. Estudos Avançados*. Campinas: Papirus, 1997.

Então, a roupa é uma marca do tempo que passou? Ela própria seria um rastro, e também o material que se produziu sobre ela – como por exemplo, o jornalismo de moda, presente nos editoriais de *O Cruzeiro*. Além de marcas atreladas ao vestuário, tal material também deve ser encarado enquanto série de documentos produzidos pela imprensa de outro tempo. Tais documentos merecem ser analisados segundo uma lógica de valorização daquilo que foi produzido pelo homem do passado, e que permaneceu.

A fonte que escolhi não apresenta apenas textos jornalísticos, mas principalmente fotos ou desenhos de modelos de roupa. Pesquisar moda sem se remeter às imagens seria um tanto falho. O objeto se expressa através de formas, cores e texturas, reproduzidas pela fotografia ou pela ilustração. O uso de imagem como fonte merece atenção especial. A sua importância para a realização desse tipo de estudo é referido por Burke: “Imagens constituem um guia para mudanças de idéias sobre doença e saúde e são mais importantes como evidência de padrões de beleza em mutação, ou da história da preocupação com aparência tanto de homens quanto de mulheres.”⁴⁰ Ora, e essas características não compõe a moda? As mudanças ocorridas com o gosto e com o parecer são mais bem apreendidas através das imagens que têm a dupla função de produzi-las e reproduzi-las.

A obra de Burke, publicada no idioma original em 1995, já profetizava: “Nos próximos anos, será interessante observar como os historiadores de uma geração exposta a computadores, à TV, praticamente desde o nascimento, e que sempre viveu num mundo saturado de imagens, vai focar a evidência visual em relação ao passado.”⁴¹ Acredito inserir-me nessa geração, e entre as imagens que me bombardeiam desde cedo, as da moda chamaram minha atenção, assim como o status que essas imagens atingiram em nossa época.

Ler imagens é uma tarefa difícil, mas imprescindível para responder ao problema proposto nessa dissertação. O uso de imagens por historiadores não pode e não deve ser limitado à “evidência” no sentido estrito do termo. Deve-se também deixar espaço para o “impacto da imagem na imaginação histórica”.⁴² Esse espaço permite a nós, historiadores, compartilhar posteriormente as experiências não verbais e o conhecimento das culturas do passado. Um exemplo pode ser a sensação que as imagens de moda presentes em minha fonte causaram na época em que foram produzidas: quando foram publicadas, a intenção não era atingir a posteridade, mas encher os olhos e conquistar a mente dos leitores da revista no momento de sua realização.

⁴⁰ BURKE, Peter. **Testemunha ocular: história e imagem**. São Paulo: EDUSC, 2004. p. 11.

⁴¹ *Ibidem*, p. 16.

⁴² *Ibidem*, p. 16.

As imagens podem ser utilizadas em diferentes períodos, como objetos de devoção ou meios de persuasão; como meios de transmitir informação, ou de oferecer prazer. Permitem testemunhar antigas formas de deleite, ou de gosto. Tais características aplicam-se às imagens contidas em minha fonte, na medida em que servem como meio de persuasão das leitoras, ditando o que seria a moda num dado momento: o que deveria ser usado, quais formas e modelos eram mais apropriados para cada ocasião. Além disso, essas imagens transmitem informação porque mostram os lançamentos de moda pelo mundo.

O autor destaca ainda a idéia da imagem como “testemunha ocular”, ou seja, um registro capaz de garantir que aquele que a produziu foi o único capaz de retratá-la de um ponto específico e num dado momento. Esse pode ser o caso das fotografias e ilustrações dos diversos autores apresentados neste trabalho. Eles estariam numa posição privilegiada em relação a nós para observar as alterações da moda no período em que trabalham, produzindo suas imagens. Ao mesmo tempo, tais imagens possibilitam uma avaliação *a posteriori* dos significados de seus desenhos, enquanto ilustração de moda, forma de comportamento e visão da mulher. A repetição das imagens de moda através de um veículo de imprensa que atingia todo território nacional ajudaria a fixar um ideal do bem vestir, de ponta a ponta do país.

Segundo Michel Vovelle, as imagens valorizam o tempo curto, os momentos de ruptura, em que se ressaltam as mudanças na sensibilidade, ainda que sob o peso de uma herança de longa duração.⁴³ No caso de minha pesquisa o tempo curto é representado pelo tempo da moda, das alterações no gosto, na aparência, no vestir de uma época. O tempo longo é a eterna necessidade de mudança da moda.

As imagens nos interessam como expressão de um olhar coletivo oblíquo e, por isso mesmo, revelador do que se vê e do que não se vê. Os silêncios na iconografia nos interessam porque são cheios de significados. A fonte privilegia um tipo de moda em detrimento de outros. Quando os autores de suas ilustrações transmitem por seus olhos as novidades da moda mundial, seu olhar está permeado e “contaminado” pela visão da coletividade que o cerca.

Quando tudo oscila, como no tempo da moda, o testemunho gráfico se investe de múltiplos significados. Este testemunho reflete o tempo próprio do acontecimento, da mudança no vestir. A própria imagem constrói um modelo ideal da mulher do final dos anos 20 ao final da década de 1940, ressaltando o que estava ou não na moda. A pressão coercitiva dos esquemas do gosto, entre eles a própria moda e suas alterações expressas pelas roupas e

⁴³ VOVELLE, Michel. **Imagens e imaginário na história**. São Paulo: Ática, 1997.

pelas imagens, desafia qualquer evocação simplificadora da relação dialética entre a mentalidade de uma época e as formas de expressão que esta produz.

Nas palavras de Vovelle: “A imagem, no sentido mais amplo do termo transmite um testemunho privilegiado, tanto direto como oblíquo, massificado ou único. Muito mais que uma ilustração acompanhando e comentando, a imagem se tornou parte integrante da elaboração de um discurso, que não pode prescindir dela.”⁴⁴ A imagem cria o discurso da moda que também é criado com base nas imagens.

Contudo, a moda apresentada pela revista *O Cruzeiro* não corresponde à realidade mesma do período estudado, mas trata-se de uma representação de um ideal do vestir feminino dos anos analisados. A forma de abordagem e da análise de fontes imagéticas aparecerá conforme se apresenta na fonte, ora através da fotografia de moda⁴⁵, ora através da ilustração.

*

Podemos afirmar que a moda varia numa velocidade incrível. Como escreveu Montaigne: “Nossa mudança é tão súbita e tão rápida nisso que a invenção de todos os alfaiates do mundo não poderia fornecer novidades o suficiente”⁴⁶. Isso implica em considerar esse culto pelo novo enquanto uma oposição à tradição de que nos fala Eric Hobsbawm em sua obra *A invenção das Tradições*. Segundo ele, “o objetivo e a característica das tradições, inclusive das inventadas, é a invariabilidade. O passado real ou forjado a que elas se referem impõe práticas fixas (normalmente formalizadas), tais como a repetição”⁴⁷. Se a tradição se caracteriza pela inflexibilidade, continuidade e mudanças marcadas por uma invenção muito estruturada, a moda, ao contrário, é fruição – uma fruição não completamente livre, mas ainda assim menos rígida que a tradição. Segundo Lipovetsky, “para que sobrevivesse o sistema de moda, foi preciso que fosse aceito e desejado o ‘moderno’, que o presente fosse considerado mais prestigioso que o passado, que houvesse uma excepcional dignificação das novidades.”⁴⁸ A fonte ajuda a demonstrar a importância de divulgar uma moda sempre “atual”, moderna.

*

⁴⁴ *Ibidem*, p. 31.

⁴⁵ MARRA, Claudio. **Nas sombras de um sonho**: história e linguagens da fotografia de moda. São Paulo: Senac, 2008.

⁴⁶ MONTAIGNE *apud* LIPOVETSKY, *op. cit.*, p. 31

⁴⁷ HOBSBAWN, Eric; RANGER, Terence. **A Invenção das Tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997. p.10

⁴⁸ LIPOVETSKY, *op. cit.*, p. 61.

Um tema pungente no trabalho é, sem dúvida, a relação entre a moda e a mulher. Relegar a moda ao universo da mulher é uma construção do século XIX, da era burguesa, conforme Lipovetsky. Antes, na era aristocrática, o homem era mais ornamentado que a mulher. Com a Revolução Francesa e a queda da aristocracia que se acentuaria nos séculos posteriores, a mulher centraria esse fenômeno da “futilidade”, e teria como função ostentar toda riqueza de seu esposo burguês, conforme escreve Michele Perrot, em seu artigo sobre a memória feminina.⁴⁹ A autora afirma que essa é uma memória do trajado, ou seja, a mulher acessa suas lembranças através das roupas que usou. Alguns pensadores do século XIX acentuam essa relação entre a moda e o feminino – entre eles, Charles Baudelaire que, em sua obra *O pintor da vida moderna*⁵⁰, associa o fenômeno com a modernidade; e o brasileiro Gilberto Freyre, em sua obra *Modos de Homem, modas de mulher*⁵¹, cujo título já deixa entrever-se uma dicotomia sexual do fenômeno. Assim sendo, decidi privilegiar em meu trabalho a moda feminina, porque ela é a privilegiada pela fonte, dando a entender que a associação entre a moda e o feminino é ainda predominante no período estudado.

Parte significativa de minha fonte dedicava-se ao público feminino. *O Cruzeiro* pretendia-se uma publicação para toda a família. Acabou construindo várias imagens de mulher através de suas “dicas” de beleza, de comportamento e de elegância. Por meio das colunas de moda, é possível visualizar as silhuetas, os conceitos de uma época sobre a mulher e seu papel social. As seções eram construídas a partir de ilustrações ou fotos das criações, com textos a comentar as imagens, dando dicas, descrevendo os figurinos e apontando tendências. Em cada momento, as seções tiveram suas particularidades, dependendo da época e de seu autor. Os próprios recursos tecnológicos, como a inclusão de cores e de um maior número de imagens, tiveram um impacto importante sobre essas seções.

Entre as peculiaridades que procurei observar na fonte, está a possível tentativa de uma adaptação da moda estrangeira para o Brasil. Esta adaptação poderia ser tanto climática, considerando as estações opostas nos hemisférios norte e sul, quanto estrutural, devido à composição física diversa da brasileira em relação às européias e americanas. Essas tentativas são menos visíveis em colunas escritas por uma autora estrangeira, Madame Clemenceau, que parecia não ter essa preocupação. Contudo, tornam-se mais evidentes a partir de reportagens que influenciam o uso do verde e amarelo em períodos nacionalistas. Os esforços de

⁴⁹ PERROT, Michelle. Práticas da memória feminina. **Revista Brasileira de História**. São Paulo: ANPUH, v.9, n. 18, p. 09-18, ago/set. 1989.

⁵⁰ BAUDELAIRE, Charles. *op. cit. passim*; CARVALHO, Liliane F. Discursos sobre o feminino: Moda e mulheres do século XIX sob os olhares de Baudelaire e Feydeau. **ModaPalavra**, UDESC, vol. 3, n.3. Florianópolis, 2004.

⁵¹ FREYRE, Gilberto. *op. cit., passim*

adaptação também são percebidos quando os textos e as imagens passam de uma ambientação estrangeira para uma ambientação brasileira como cenário para uso das roupas. Isso ocorre já nas colunas de “Rachel” e principalmente nas seções de Alceu Penna, tanto em “As Garotas” como nas de moda. Os dados biográficos dos colunistas são relevantes por serem mais um fator que limita a fonte: eles escrevem dentro de uma revista que segue uma determinada proposta, mas também produzem a partir de seu ponto de vista sobre a moda, elegendo um determinado estilo a ser seguido.

Nem sempre foi possível encontrar muitas informações sobre todos os autores. Alguns são apenas nomes – sobre eles, devemos refletir unicamente a partir de sua contribuição. Nem todos possuem vastos comentários sobre sua vida e seu trabalho, como Alceu, mas eles têm igual importância na construção de uma trajetória da moda dentro de *O Cruzeiro*.

Existiam, também, reportagens paralelas que tratavam da moda, algumas traduzidas de agências internacionais de notícias e assinadas por jornalistas estrangeiros. Outras não tratam diretamente sobre o tema, mas ainda assim se relacionam com a questão do vestuário. Os exemplos disso seriam as colunas sociais, especialmente as que trazem fotos do Jokey Club, as reportagens sobre os bailes, os concursos de Miss, as matérias sobre atores de cinema, cantoras de rádio, etc. Mesmo os anúncios publicitários utilizavam a moda, através de imagens femininas vinculadas aos produtos destinados à mulher e também a muitos outros⁵². Todos ilustram o comportamento de moda sugerido pela revista. Contudo, foi necessário selecionar parte desse material para a análise, privilegiando-se aquelas produções que pudessem estabelecer uma comparação com as seções exclusivamente de moda, as quais foram o objeto principal de meu trabalho.

As colunas específicas de moda podiam influenciar várias camadas sociais, porque permitiam que as simples – porém habilidosas – costureiras se inspirassem nos modelos sugeridos pela revista e os reproduzissem para suas clientes. Nesse período o *prêt-à-porter* no Brasil ainda não tinha ganhado tanto fôlego. Enquanto em Paris recorriam-se aos modelos exclusivos para se diferenciar dos populares, que já consumiam a roupa pronta, aqui eram as costureiras que se esmeravam em reproduzir a moda estrangeira, mesmo de forma caseira. Muitas mulheres possuíam máquinas de costura para fazer suas próprias roupas e de sua família.⁵³

⁵² LANZIOTTI, Maria José Barreras. **Pedagogia da sedução**: os publicitários e os anúncios de automóvel no Brasil dos anos 1953 - 1976. 2002, 301 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social), PUC-RS, Porto Alegre.

⁵³ LEITÃO, Débora Krischke. **Brasil à moda da casa**: imagens da nação na moda brasileira contemporânea. 2007, 271 f.. Tese (Doutorado em Antropologia Social), UFRGS, Porto Alegre.

*

Quando percebi que estava lidando com um campo de análise ainda em construção e com um objeto muito controverso, achei necessário dedicar o primeiro capítulo de minha dissertação para construir um debate teórico na tentativa de mapear esse novo território. Com isso, pretendi lançar os alicerces de minha pesquisa, sem perder de vista outros trabalhos que tratam da relação entre a moda e a história. Além disso, agreguei ao debate conceitos de outras categorias do saber, como a filosofia, a estética e as relações de identidade.

Os capítulos foram então distribuídos da maneira que melhor pudessem esclarecer os objetivos, tornando visíveis as diferentes etapas da pesquisa e as importantes mudanças na própria fonte. No capítulo I, dediquei um espaço para a reflexão teórica acerca do fenômeno da moda, que tão timidamente vem recebendo a atenção dos historiadores. O desafio de filosofar sobre a moda pode se tornar ainda mais excitante quando envolve um debate de sua relação com o conceito de verdade – que é a própria base do conhecimento. Além deste exercício de abstração, também procurei investigar a afinidade entre o objeto e a formação da individualidade humana e de múltiplas identidades. Complementando o debate, o capítulo aborda ainda a relação da moda com algumas teorias estéticas.

O segundo capítulo se debruça diretamente sobre a fonte, elucidando as possibilidades de análise da moda através de textos e imagens, sendo este último um documento essencial de sua composição. A proposta é analisar as primeiras colunas de moda da revista, a seção *Dona*, que aparece entre o início da publicação em 1929 e até os primeiros anos da década de 1930, conforme os dados levantados no arquivo. A responsável por essa seção era uma correspondente francesa, Madame Thérèse Clemenceau. A idéia é perceber como uma estrangeira introduzia o tema da moda para as leitoras brasileiras.

O terceiro capítulo trata da década de 1930, quando não encontramos um colunista regular responsável pelas seções de moda. É um íterim de tempo entre Clemenceau e Alceu Penna. Porém, essas colunas nos apontam um processo de mudança na abordagem da moda. Nota-se um caminho lento e gradual para uma visão nacional do fenômeno.

O quarto capítulo trata finalmente das contribuições de Alceu Penna para a revista *O Cruzeiro* no tocante à moda na década de 1940. Procura observar a mudança na abordagem do fenômeno feita por um brasileiro, seu diálogo com as leitoras, suas idéias acerca do tema, além de analisar o impacto do *New Look* na revista.

*

A eleição da revista *O Cruzeiro*, sem compará-la com outras publicações do período em questão, explica-se da seguinte forma: acredito que, por tratar-se de um semanário, a revista contém um importante volume de informações; além disso, procurei construir relações entre a mesma e o ambiente histórico que a cerca. Preferi aprofundar as possibilidades dessa fonte e construir diálogos com o contexto que dela emana, aproximando-me, portanto, de uma perspectiva micro-analítica na forma de trabalhar os indícios do passado.⁵⁴

Portanto, acredito que a articulação entre os conceitos teóricos, a metodologia a ser aplicada e a fonte escolhida pode responder os problemas propostos. A moda de 1929 a 1948 não se constrói como um fenômeno descolado do contexto social, político e cultural no qual se insere. As respostas para as questões foram buscadas dentro da fonte, considerando os fatores externos que permeiam sua construção. A revista *O Cruzeiro* possibilita apenas uma leitura sobre a moda do período: ainda que tenha tido uma grande circulação na época, ela é somente uma das facetas de uma moda mais idealizada do que real. Este trabalho não busca mais do que aproximar-se da moda dos anos 30 e 40 no Brasil. É um estudo que se debruça sobre o universo das aparências, mas vai fundo nas idéias sobre o corpo, a forma de vestir e os quereres de uma época.

⁵⁴GINZBURG, Carlo. **Mitos, emblemas e sinais: morfologia e história**. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

Capítulo I

Moda e formas de conhecimento: verdade, estética e identidade.

A moda é um fenômeno das aparências. Essa simples afirmação implica muitos questionamentos. Filósofos antigos como Sexto Empírico e outros mais contemporâneos como Hannah Arendt consideram que a verdade está no nível do aparente. Contudo, a maior parte das teorias que conhecemos nega a possibilidade de alcançar a verdade através das aparências. Os historiadores que não almejem alcançar a verdade podem estabelecer relações entre o aparente e a moda. A aparência implica também uma idéia estética: de belo ou de socialmente aceito. Seria a moda um fenômeno estético? Existem, porém, diversos conceitos de estética – e, dependendo de qual for considerado, a moda terá seu lugar garantido. É inegável que o vestir acompanha as transformações de uma época. Essas podem ser culturais, como novos movimentos artísticos, um estilo musical, um gosto literário. A sociedade molda o traje conforme seus anseios, seus desejos, suas necessidades. A moda formaria a idéia do “parecer para ser”. Através dela as pessoas constroem uma imagem para si e para os outros. O estilo de vestir une grupos e contrapõem outros, mas, acima de tudo, marca a individualidade dos sujeitos.

1.1 - A verdade no vestido: moda como forma de conhecimento.

Início esse capítulo por um subitem que explora as possibilidades teóricas de minha pesquisa e estabelece as bases sobre as quais construo meu pensamento acerca de meu objeto de pesquisa. Lanço então uma pergunta: é possível construir conhecimento através da análise do fenômeno da moda? E esmiuçando mais a questão: que tipo de conhecimento seria esse? A historiadora Dominique Veillon, nos aponta um caminho: “Manifestação da vida sob todas as suas formas, maneira de ser e de se comportar, a moda constitui de fato um observatório privilegiado do ambiente político, econômico e cultural de uma época.”⁵⁵ Então, isso significa que a moda pode constituir uma forma de acessar o passado, de construir conhecimento histórico? De que forma? Acontece que o conhecimento de uma forma geral e também o do tipo histórico envolve reflexões filosóficas profundas, como as questões acerca da verdade. Pretendo discutir essa e outras polêmicas suscitadas pelo conhecimento para incluir melhor a moda dentro desse intrincado universo.

E se a verdade estiver na superfície dos objetos, apenas naquilo que estamos vendo? E se não houver algo subentendido, uma verdade outra, mais profunda, na qual a maioria dos historiadores almeja chegar? Talvez a verdade das coisas esteja apenas no nível do aparente, naquilo que cada um de nós julga estar vendo.⁵⁶ Uma pergunta torna-se então necessária: “o que é verdade?”. Essa é uma questão filosófica polêmica, encontrada mesmo em livros introdutórios sobre teoria do conhecimento. Um exemplo é *A teoria do conhecimento: uma introdução temática* escrito por três professores de filosofia.⁵⁷ Segundo os autores, a questão sobre o que seja a verdade exige reflexões laboriosas, mas jamais conclusivas: “Muitos teóricos se sentem incapazes de encontrar uma resposta significativa acerca da verdade.”⁵⁸ Seria uma incapacidade ou a confirmação de que talvez não exista essa resposta? Os autores

⁵⁵ VEILLON, Dominique. **Moda e Guerra**: um retrato da França ocupada. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

⁵⁶ ARENDT, Hanna. **A vida do espírito**. O pensar. O querer. O julgar. V. 1- O pensar. Rio de Janeiro: UFRJ; Relume Dumará, 1992 (1971,1978). 1. A aparência; 2. As atividades espirituais em um mundo de aparências.

⁵⁷ MOSER, Paul; MULDER, Dwayne e TROUT, J.D. **A teoria do conhecimento**: uma introdução temática. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

⁵⁸ *Ibidem*, p. 68

atribuem essa incapacidade de alcançar a verdade aos teóricos filiados a um tipo de pensamento cético. A crítica a esses filósofos aparece abertamente quando os autores do livro dizem que, para os cétricos, “a verdade deve ser temida e venerada, mas não analisada.”⁵⁹ Entretanto, ao contrário do que esses autores querem nos fazer crer, o ceticismo não foi, na antiguidade, e não é, no mundo contemporâneo, um pensamento paralisante. A confusão ocorre porque esses filósofos cétricos antigos praticam a chamada “suspensão do juízo” (*epoche*). Porém, essa suspensão não levaria ao fim da reflexão, pelo contrário: depois dela, atinge-se um estado de tranquilidade intelectual, a partir do qual o questionamento sobre algo não finda, e tal situação não é considerada assustadora.

Sobre o ceticismo, esclarece-nos Renato Lessa: “Os cétricos antigos, avessos a qualquer proposição dogmática a respeito da real natureza das coisas, tinham particular aversão a argumentos causais que procuravam explicar o que é aparente por meio de remissões a domínios não evidentes.”⁶⁰ Preferiam o universo fenomênico, que acreditavam ser suficientemente complexo. Isso significa que, para eles, havia conhecimento no aparente, e talvez somente nele.

Os filósofos cétricos não acreditavam que possamos julgar nossos sentidos e pensamentos como falsos ou verdadeiros, pois “o único ponto em comum é a certeza de que cada um possui respostas verdadeiras para os enigmas do mundo.”⁶¹ De que forma, então, devemos proceder? “Diante da rivalidade entre sistemas que julgam revelar a intimidade do mundo, os cétricos declaram sua incapacidade para qualquer decisão.”⁶² Isso levaria à “suspensão do juízo”. A *epoche*, contudo, não leva à imobilidade e sim à inquietação, porque nenhuma conclusão é definitiva. A solução cética é permanecer sem julgar, ou seja, suspender os juízos de valor. Os cétricos levam em conta o fato de que interpretamos os objetos a partir de nossa visão, que difere de homem para homem – os significados, portanto, também divergem. Disso, tiram a seguinte conclusão: “se somos capazes de estabelecer o que cada um dos objetos parece ser, relativamente a cada diferença (entre nós), somos incapazes de explicar o que são os objetos na realidade.”⁶³ Conforme Sexto Empírico, o desacordo de opiniões nos impede de afirmar a real natureza dos objetos, o que não quer dizer que devemos deixar de analisá-los

⁵⁹ *Ibid.*, p.68

⁶⁰ LESSA, Renato. **Veneno Pirrônico**: ensaios sobre o ceticismo. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1997. p. 169.

⁶¹ *Ibidem*, pg. 171

⁶² *Ibid.* pg. 171

⁶³ Sexto Empírico, *apud* LESSA.

A relativização da verdade não é apresentada pelos céticos de forma negativa: “aquele que não se pronuncia sobre o que é naturalmente mau não foge de nada e não se consome em vãs perseguições. Também conhece ele a quietude.”⁶⁴ Os filósofos céticos buscavam essa quietude quando julgavam a contradição entre o que nos aparece e as concepções do espírito e se não a alcançassem suspendiam o juízo.

Então, talvez a verdade das coisas esteja só no nível do aparente, naquilo que cada um de nós julga estar vendo. A moda seria um fenômeno das aparências, como nos diz Lipovetsky, e através dela podemos nos aproximar do passado. A questão da verdade está relacionada com a do conhecimento, como já disse anteriormente. Alguns filósofos afirmam que existem verdades confiáveis e não confiáveis, as primeiras são as que devem ser consideradas para a obtenção do conhecimento.⁶⁵ Durante muito tempo o conhecimento esteve associado à razão, afirmando-se ser possível conhecer somente através dela. Essa é uma postura filosófica baseada na lógica, mas olhando em retrospecto os escritos de pensadores desde a Antigüidade percebemos que muitos deles creditaram o conhecimento a outros meios que não os exclusivamente racionais, incluindo como forma de conhecimento aquilo que podemos apreender pelos sentidos. Entre eles podemos citar Epicuro e Lucrecio, para os quais – “grosso modo” – as imagens absorvidas pelos sentidos eram a própria verdade.

Ainda segundo Lipovetsky, “a crítica provocada pela moda está relacionada ao processo de pensamento que inaugura a própria reflexão filosófica. O mito da caverna de Platão, no qual as sombras da realidade projetadas na parede ludibriam o homem, expressa uma severa crítica ao mundo das imagens e do efêmero. Contudo, na opinião de alguns filósofos como David Hume, a razão e a verdade advêm na e pelas aparências, do devir, do encanto das imagens. Todavia é o paradigma platônico que ordena ainda hoje os ataques contra o reino da moda.”⁶⁶ Apesar disso, no que se refere ao conceito de verdade, Protágoras teria delineado, segundo Platão comenta num fragmento do livro *Teeteto*, uma noção bastante peculiar da mesma: “eu afirmo que a Verdade é tal como a escrevi: cada um de nós é a medida das coisas que são e das que não são, de mil modos, entretanto um do outro diferindo...”⁶⁷. Argumento suficiente para dizer que não existe uma verdade única sobre algo. O próprio Paul Moser, que parece afinado com a idéia de uma única verdade, surpreende-nos em certo ponto de sua argumentação. Isso ocorre quando ele diz que o conhecimento implica uma espécie de crença.

⁶⁴ Sexto Empírico, *Hipotiposes*, I, 27-30 *apud* HADOT, Pierre. **O que é filosofia antiga?** São Paulo: edições Loyola, 1999.

⁶⁵ MOSER, *op. cit.*, p. 68.

⁶⁶ LIPOVETSKY, *op. cit.*, p. 15.

⁶⁷ PLATÃO. *Diálogos*: Teeteto, Crátilo. 2. ed. rev. Belém: Universidade Federal do Pará, 2001. 226 p.

Sim, uma crença de que algo é ou não verdadeiro, e por isso pode ou não ser incluído no universo do conhecimento. Essa crença possui um significado dado por uma proposição.⁶⁸

No momento em que se aceita a variação da verdade e a verdade do aparente, os estudos teóricos sobre a moda parecem fazer mais sentido. Devido a certos preconceitos, a inclusão de tal fenômeno no universo acadêmico acontece, praticamente, para ser alvo de críticas, antes mesmo que se busque compreendê-lo. Comumente associado à futilidade e a superficialidade, esse universo parece não merecer a atenção de quem constrói conhecimento. Chega mesmo a ser considerado um objeto facilmente manipulável, o que não permite designá-lo como uma verdade confiável. Entretanto, exatamente por ser contraditório, deveria estimular discussões teóricas mais profundas.

Afinal, a moda é razão? Conforme a análise de Gilles Lipovetsky, ela não é antítese do “racional”. A “sedução” que está implicada no fenômeno é, segundo ele, uma lógica racional. A moda consumada se transforma em razão produtiva. Ela não institui nem o reino da “espoliação subjetiva” nem o da razão clara e firme. Ao mesmo tempo em que é favorável ao uso crítico da razão, ela faz eclodir o exílio e a confusão do pensamento.⁶⁹ Enfim, a moda parece estar no meio do caminho entre razão e sentimento.

Porém, se acreditamos na verdade das aparências, serão exatamente as características mais execradas da moda que a tornarão relevante. Lipovetsky acusa o fato de que a moda “é relegada à antecâmara das preocupações reais; está por toda parte, na rua, na indústria e na mídia”, mas apesar disso, “quase não aparece no questionamento teórico das cabeças pensantes.”. Ele demonstra que os intelectuais até hoje parecem ter colocado a verdade última do fenômeno da moda na luta de classes. Assim, esta serviria apenas como uma estratégia de distinção social. No entanto, sabemos que ela carrega muitas cargas simbólicas, constrói identidades, define personalidades e distingue também os supostos iguais. Por isso também o motivo de suas inconstâncias e de suas grandes mudanças organizacionais e estéticas. Exatamente por ser um fenômeno das aparências, deveria suscitar uma maior inquietação teórica. Existe acerca do objeto “um repisamento tranquilo, uma razão preguiçosa”, ou seja, um comodismo que leva a explorarem sempre “a mesma receita” para resolver os problemas suscitados por ele.⁷⁰

Então, se aceitamos que a verdade é aparente e que a razão não precisa negar as sensações estamos reconhecendo a moda como forma de conhecimento. Porque ela é aparência e

⁶⁸ MOSER, Paul. *op. cit.*, p.48.

⁶⁹ LIPOVETSKY, *op. cit.* p. 18

⁷⁰ *Ibidem* p. 16

expressão sensorial. Portanto, é uma forma de conhecer o mundo e o passado, a história de homens e mulheres que a criaram, a vestiram e foram por ela moldados. A moda pode ser finalmente categorizada como um fenômeno histórico.

Acerca dessa categoria incidem inúmeras discussões teóricas. Entre elas considero interessante a apresentada por Hans Gumbrecht, em que a relação entre fenômenos históricos consiste em simultaneidade histórica. Esse é um dos principais conceitos de seu livro **Em 1926: vivendo no limite do tempo**.⁷¹ Nele, o autor pretende fornecer ao leitor a possibilidade de uma imediação com o passado, que segundo ele é um desejo humano que estaria relacionado às características sensuais das superfícies. Ele pretendeu reconstruir um momento histórico através dos elementos palpáveis, que apelassem aos sentidos, como a música, a culinária, os filmes e, por que não, a moda. Estes, que ele chamou de “fenômenos de superfície”, supririam melhor a necessidade atual do conhecimento histórico. Porém, seu objetivo final era demonstrar que reviver o passado plenamente não era possível – trata-se de um desejo que não pode ser satisfeito realmente. A literatura e o cinema ofereceriam uma experiência ilusória, mas não um verdadeiro contato com o passado.

Nesse mesmo livro, o historiador apresenta algumas idéias importantes acerca de seu ofício. Uma delas é pregar o fim da pretensão de aprender com a história e abandonar nossa tentativa de “compreender” o passado. “Libertamo-nos da obrigação de começar textos historiográficos legitimando a relevância específica dos momentos do passado sobre o quais escolhemos escrever.”⁷² Ele afirma ainda que a história não é mais uma base sólida para decisões acerca das ações cotidianas – mas será que um dia o foi? Entre essas ações cotidianas em que a história não desempenha mais um papel relevante, ele destaca as preferências na moda. Contudo, assistimos a uma constante valorização idealizada do passado nesse meio. O passado é relido na moda, com o propósito de produzir novidades. Apesar do paradoxo, podemos facilmente entender tal colocação: as apropriações feitas de modelos de uma época em outra sempre irão gerar algo inteiramente novo.

A fim de construir a sensação de imediação com o passado, o autor diz ter mergulhado no universo de seu recorte espaço-temporal. “Ao escrever este livro, eu consultava continuamente jornais velhos e livros poeirentos, que ninguém lia há décadas. Eu nunca dirigia meu carro sem ouvir discos de jazz gravados em 1926, e assistia repetidas vezes a filmes mudos feitos nesse ano.”. Embora a pretensão de Gumbrecht possa ser um tanto

⁷¹ GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Em 1926: vivendo no limite do tempo**. Rio de Janeiro: Editora Record, 1999.

⁷² *Ibidem*, p. 474.

exagerada, o entorno cultural do objeto de análise é também importante para mim. Afinal, minha fonte é uma revista de variedades, com seções de cinema, matérias sobre arte e música. Portanto, assistir a filmes de sucesso produzidos no período pode ser importante, pois, afinal a relação entre a moda e o cinema é estreita, o mesmo servindo para a produção musical, e tudo isso compõe um estilo de vida, uma tendência fruto de uma época. Por outro lado, tecer uma análise conjunta entre esses elementos e as colunas de moda seria tema para outras tantas dissertações.

1.2 - Moda e Estética

As sensações pertencem à esfera do imaterial, como os sentimentos e mesmo o “gosto”. Porém, para estudá-las enquanto historiadores, nós precisamos de fontes que as expressem, de materialidades dessas sensibilidades.⁷³ No caso do gosto ou da moda em si, podem-se utilizar as imagens e as próprias roupas que traduzem a forma de vestir no passado.

Os antigos já discutiam a relação entre a razão e as paixões. Essas últimas eram, muitas vezes, severamente condenadas. No “século das luzes” essa discussão acirrou-se. O controle das paixões passou a ser exaltado com o surgimento da sociedade de corte no século XVI, o mesmo que assistiu o Renascimento, o nascimento do indivíduo moderno e, para alguns teóricos, o despertar da moda. Pensadores iluministas como Descartes, em sua obra *As paixões da alma*, falava sobre a necessidade de controlar as paixões. Isso seria possível através da educação dos sentidos. Seria através do adestramento das emoções que o homem organizaria categorias como o belo, o bom, o justo, o aprovado e o “socialmente aceito”.⁷⁴ A mim interessam particularmente as categorias do belo, que determina o gosto e do socialmente aceito, que tem por função fazer com que os homens se vejam como iguais no âmbito das aparências. A beleza e o gosto são fundamentais na criação e legitimação da moda. A mesma serve como um mecanismo de aceitação social e pertencimento a um grupo.

O fenômeno das aparências carrega consigo os códigos do que é aceito pela sociedade e do que não o é. O gosto caracteriza-se pelo prazer de estar vendo ou provando algo perpassado pelos sentidos.⁷⁵ Ele legitima o que é o belo de uma época, como um padrão idealizado que pode ser expresso pela arte, mas talvez principalmente pela moda, como uma prática social

⁷³ SENNET, Richard. **Autoridade**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

⁷⁴ DESCARTES, René. **As paixões da alma**. São Paulo: Escala, 2005. 141 p.

⁷⁵ JIMENEZ, Marc. **O que é estética?** São Leopoldo: Unisinos, 1999.

que expõe um padrão ideal. Através do chamado processo civilizador⁷⁶, a sociedade demonstra os comportamentos que eram exigidos de seus membros e os que eram proibidos, principalmente quanto às aparências. Um dos maiores temores dos membros da corte era cair no ridículo: ter um comportamento inadequado para a situação ou não possuir a aparência esperada, desejada.

É Rousseau quem, em sua época, fez a crítica desse tipo de sociedade, descrevendo-a como um ambiente que privilegiava a aparência em detrimento da essência. A primeira funcionaria como uma máscara de um mundo teatralizado.⁷⁷ A sociedade de corte preocupava-se com o que os cortesãos vestiam e o valor material e imaterial do que se vestia. Tudo deveria estar encaixado dentro de padrões rigidamente estabelecidos.⁷⁸ A partir desse momento evidenciava-se na moda um paradoxo. As roupas, ao mesmo tempo em que exibiam diferenças entre uma pessoa e outra, no interior da corte – uma vez que o desejo de ser singular e inovador era corrente nesse meio –, estabeleciam também padrões a serem seguidos por seus membros, anulando diferenças e criando uma uniformidade de estilo que garantia aceitação social. As diferenças eram buscadas e atingidas através dos detalhes.

Voltaire, por sua vez, fazia elogios a essa mesma sociedade, onde parecer era mais importante que ser. Ele não teve receio em afirmar que as paixões é que movimentam os homens. Era através da sociedade de corte, das aparências que os homens haviam alcançado a civilização, quer dizer, a valorização e prática de uma vida mundana de aparências levaram a sociedade a um processo civilizador, seguindo esse raciocínio chegamos as idéias de Norbert Elias.⁷⁹ Em sua obra **O Processo Civilizador**, ele não trata da moda propriamente dita, mas trabalha com a idéia dos modos “civilizados” do homem, passando por questões da aparência. A pergunta que lança é inquietante: “como os homens se tornaram educados e passaram a tratar-se com boas maneiras?”⁸⁰ A resposta é que os modos de conduta passaram por um adestramento sócio-cultural e mesmo psíquico. Portanto, o processo que leva à civilização dos costumes seria uma prova de que não existe atitude natural no homem. Arrisco-me a transportar o conceito para analisar o hábito de cobrir o corpo. Assim, podemos afirmar que vestir-se não é uma atitude “natural” humana, mas um ato simbólico. Diversos manuais sobre

⁷⁶ ELIAS, Norbert. **O processo civilizador**. Uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

⁷⁷ ROUSSEAU, Jean-Jacques. **A origem da desigualdade entre os homens**. São Paulo: Escala, 2005. 77 p.

⁷⁸ WEBER, Caroline. **Rainha da moda: como Maria Antonieta se vestiu para a Revolução**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. BURKE. **A fabricação do rei: a construção da imagem de Luís XIV**. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

⁷⁹ ELIAS, *passim*.

⁸⁰ *Ibidem*, p.9

a história da indumentária ⁸¹ são unânimes em afirmar que desde os primórdios dos tempos o homem não cobre o corpo só por razões práticas. Além da proteção contra as intempéries do clima há razões outras, que passam pela simbologia religiosa, a demonstração de força e poder, para citar algumas.

Todavia, Norbert Elias aponta sérias conseqüências do processo civilizador. Entre elas a idéia de que a civilização dos costumes torna os homens mais responsáveis por seus atos. A cobrança excessiva quanto a suas atitudes levaria à infelicidade e ao recalque das pulsões. Perguntei-me então se a moda teria lugar nesse processo. A resposta não é tão simples. É inegável que o traje tem um papel importante na contenção do corpo, do gestual, enfim do comportamento. Entretanto, ela não parece familiarizada com a infelicidade ou a contenção: é nesse universo que vemos emergir o exagero, a passionalidade, a paixão. Isso, a própria história da moda atesta em figuras ditas frívolas, mas que expressavam sua personalidade através da roupa: reis, rainhas, concubinas, etc. Surge assim uma questão: seria a moda incivilizada? Creio que não – ela pode, contudo, servir como um escapismo nesse universo de civilidade, onde uma pulsão reprimida pode aflorar num detalhe extravagante. O melhor exemplo desse caso pode ter sido a rainha francesa Maria Antonieta, que expressava seu descontentamento com a repressão velada aos sentidos na corte através de um trajar exuberante.⁸² Contudo, a moda também é normatizada. Não se veste qualquer roupa em qualquer tempo e lugar.

O “gosto” tornou-se desde o século XVII a metáfora predileta de nossa cultura para designar o juízo estético.⁸³ Mas por quê? Segundo Elias o surgimento dessa noção se deve à adstração dos sentidos, que ocorreu dentro das sociedades de corte do período. Nesse universo social, teria surgido a dicotomia entre o bom e o mau gosto, ambos determinados pela nobreza, atingindo nosso senso estético de plebeus até hoje, de certa forma. Criaram-se normas rígidas de comportamento e surgiu uma verdadeira ciência do gosto, que vai desde a forma como se segura o talher até a escolha de cores e a adequação da indumentária. A regulamentação das condutas e a tentativa de segui-las o mais fielmente possível seria resultado dos “medos sociogênicos”⁸⁴, o receio de estar fora dos padrões do gosto e, por isso, não ser aceito socialmente. Essa preocupação está também presente no universo da moda. Os

⁸¹ LAVER, James. **A roupa e a moda uma história concisa**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989; COCCIOLO, Laura; SALA, David. **Storia illustrata della moda e del costume**. Verona: Demetra, 2001.

⁸² WEBER, *op. cit.* p. 12.

⁸³ GUMBRECHT, Hans Ulrich. Da boa comida, um elogio necessário. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 02 mar. 2005. Caderno Mais!

⁸⁴ ELIAS, *op. cit.*, p. 16

manuais de etiqueta e as publicações sobre moda talvez fossem verdadeiros tratados sobre o “gosto” e formatavam um conceito do que deveria ser aceito.

Através dos tempos e em nome da moda, criam-se diferentes estilos. Um verdadeiro sistema que determina o que vestir, baseado nas noções de beleza e gosto circunscritos a cada período e local. O sistema da moda está associado, portanto, a “noções de estética.” A moda, porém, não está limitada a certos conceitos dogmáticos, como o de Theodor Adorno, que diz ser “estético” somente aquilo que angustia profundamente. Essa posição não nos interessa aqui. Segundo Gumbrecht, existe hoje um fenômeno de neo-hedonismo, uma permissão de prazeres superficiais. Ele afirma que: “quase todas as definições consagradas de ‘experiência estética’ (exceto a de Adorno) incluem sem problema os prazeres cotidianos que são caros a nós atualmente.”⁸⁵ Lipovetsky avalia a moda atual dentro dessa visão hedonista, da permissão dos prazeres.

A moda produz alguns prazeres desejáveis, como por exemplo, um vestido deslumbrante. Ela gera momentos de intensidade capazes de afastar-nos do cotidiano, levando-nos a um estado de “autonomia”, em que acreditamos ter criado um estilo. A moda pode mesmo gerar uma “autonomia das consciências”, no dizer de Lipovetsky.⁸⁶ Porém, esses novos prazeres “são dificilmente aceitos dentro da noção de ‘estéticos’, e uma das razões disso pode ser a difícil tarefa de resignificar os lugares identificados pela tradição como lugares da beleza. Talvez não tenhamos convicção suficiente para apreciar aquilo que não é credenciado pela aura dos nomes, formas e gêneros reconhecidos e prestigiados.”⁸⁷ O autor sugere que aceitamos com mais naturalidade a apreciação da arte, não cabendo a mesma atitude frente à moda, apesar delas andarem tão próximas. Existiria, portanto, uma dificuldade conceitual para abordar os novos objetos de prazer.

Contudo, autores como Charles Baudelaire, no século XIX, associaram a moda com o conceito de “belo”:

Tenho diante dos olhos uma série de gravuras de modas que começam na Revolução e terminam no Consulado. Esses trajes que provocam o riso de muitas pessoas insensatas, essas pessoas sérias sem verdadeira seriedade apresentam um fascínio de uma dupla natureza, ou seja, artístico e histórico. Eles quase sempre são belos e desenhados com elegância, mas o que me importa, pelo menos em idêntica medida, e o que me apraz encontrar em todos ou em quase todos, é a moral e a estética da época.⁸⁸

⁸⁵ GUMBRICHT, 2005, p. 2

⁸⁶ LIPOVETSKY, *op. cit.* p. 13

⁸⁷ GUMBRECHT, *op. cit.*, p. 3

⁸⁸ BAUDELAIRE, *op. cit.*, p.8

Ele faz uma crítica severa aqueles que não percebem o valor das vestimentas do passado, considerando-as apenas caricatas. Ressalta que sua representação visual através de belas ilustrações contém relevância artística e histórica. Por um lado, há dedicação ao traço, e por outro, há a possibilidade de ver através deles os conceitos morais e as noções estéticas do período em que foram vestidos.

Através da imaginação, o espectador das imagens da moda do passado pode vê-las em movimento. Baudelaire argumenta que no século XIX aquele que observasse as modas francesas desde a sua origem não encontraria nada chocante ou surpreendente. Veria transições organizadas e gradativas sem lacunas. O mesmo não se aplica ao século XX, devido às rápidas transformações tanto tecnológicas como sócio-culturais observadas de uma década para outra. O comprimento das saias, os penteados e cortes de cabelos, as cores e os tecidos variam de uma forma surpreendente, como pude visualizar em minha pesquisa que abarca cerca de vinte anos. O ápice desse fenômeno ocorre na indústria da moda atual, que a partir, principalmente, da década de 1980, traz transformações semestrais, quando não mensais, conhecidas como o “fast-fashion”. O próprio Baudelaire ficaria chocado com a velocidade contemporânea da moda.

O autor francês destaca ainda que graças às gravuras de moda ou “fashion plates”, desenvolveram-se novas técnicas de pintura no século XVIII. Criadas em fins deste século, essas imagens faziam parte de uma imprensa ilustrada de moda em fase inaugural, que iniciou seus trabalhos na Inglaterra, chegando rapidamente à França.⁸⁹ Ele coloca novamente em destaque a relação entre a arte e a moda. Compara o artista com uma criança, pois ambos seriam donos de uma curiosidade profunda e alegre, de um olhar fixo e animalmente estático diante do novo. Este olhar poderia ser estimulado pelos brilhos, cores, tecidos cintilantes, fascínios da beleza realçados pelo traje.

A famosa figura do *flâneur*, aquele que passeia incógnito pela cidade moderna e que tudo observa, serve também à moda. Entre seus objetos de observação, estão as mulheres onduladas e as belas crianças, felizes por estarem bem vestidas: “Se uma moda, um corte de vestuário foi levemente transformado, se os laços de fita e os cachos foram destronados pelas rosetas, se a mantilha se ampliou e o coque desceu um pouquinho na nuca, se a cintura foi erguida e a saia alargada, acreditem que a uma distância enorme seu olhar de águia já adivinhou.”⁹⁰ Este seria o olhar aguçado do observador moderno, que capta as transformações no vestir.

⁸⁹ LAVER, *op. cit.*, p. 144.

⁹⁰ BAUDELAIRE, *op. cit.*, p. 22.

Esse observador “busca algo, ao qual se permitirá chamar de Modernidade; pois não me ocorre melhor palavra para exprimir a idéia em questão. Trata-se, para ele, de tirar da moda o que esta pode conter de poético no histórico, de extrair o eterno do transitório.”⁹¹ Sobre a efemeridade do fenômeno da moda Baudelaire diz ainda: “Não temos o direito de desprezar ou de prescindir desse elemento transitório, fugidio, cujas metamorfoses são tão freqüentes”.⁹² Então, a moda torna-se cara à compreensão dos fenômenos ditos modernos. Apesar de seu ritmo acentuado de efemeridade, e talvez por isto mesmo, trata-se de um rico objeto de pesquisa.

Lipovetsky lança um questionamento importante a respeito da moda: “como uma instituição essencialmente estruturada pelo efêmero e pela fantasia estética pôde tomar lugar na história humana?”. A resposta de tal questão não é simples, mas considerando o papel da cultura para a formação histórica, os hábitos que a compõem devem ter seu papel garantido dentro das pesquisas na área. Justamente por estar relacionado com a subjetividade dos sujeitos históricos, esse fenômeno fugidio não poderia escapar da análise. Uma vez que consideramos a importância das manifestações estéticas e as estendemos não apenas à arte, mas também à moda, o papel desempenhado pela mesma é vestir com um conceito estético toda uma geração.

Talvez seja chegado o momento de tentar compreender as experiências estéticas localizadas em seu tempo e espaço, e analisar a relevância que apresentam dentro de determinadas culturas. Eu procuro compreendê-las através da moda. Precisamos abandonar a velha crítica gasta de que se tratam de experiências burguesas que aprofundam diferenças sociais. Elas são transclassistas, compõem identidades, memória, e história. Diante da “experiência estética”, os intelectuais se viram até hoje obrigados a tomar uma posição “crítica” – mas por que não podemos simplesmente tentar entender essa experiência? Isso não indica necessariamente uma atitude passiva diante de tal conceito, mas a busca de um refinamento de idéias que possam complexificar fenômenos como a moda.

1.3 - Moda, Individualidade e Identidade.

O que se veste acaba por expressar o desejo de ser alguém, ou de parecer alguém. Isso exerce um importante papel na formação de identidades. Contudo, segundo uma das

⁹¹ *Ibidem*, p. 25

⁹² BAUDELAIRE, *op. cit.*, p. 26.

“diretrizes sobre a crítica”, descritas por Gumbrecht: “não procure muito por construções de identidade social (ou outras) nos textos que você estiver analisando – não porque seja ruim ter uma ou outra identidade, mas os intelectuais tendem a ter demasiadas.”⁹³ Ele sugere que tenhamos cuidado, pois existe hoje uma tendência generalizada de atribuir aos objetos que analisamos o papel de formadores de identidade. Esse fenômeno ocorre largamente na moda, onde se buscam freqüentemente identidades sociais, nacionais, etc.

Afinal, será que nós somos aquilo que vestimos? As roupas e ornamentos, desde a pré-história, não tem apenas funções protetoras, mas carregam uma forte carga de significados. A indumentária e a moda caracterizam diversos grupos sociais assim e marcam as mudanças no tempo. Na moda, também exercita a alteridade dos sujeitos, na medida em que esta se multiplica em formas e estilos, dando margem a escolhas que nunca são casuais, mas que estão pautadas no desejo de ter e de parecer.

Muitos teóricos da moda discutem quando ela teria surgido, e sempre procuram atrelá-la ao momento em que o homem procura individualizar-se de uma maneira ou de outra. O pesquisador italiano Ênio Marangoni acredita que na época clássica da Grécia Antiga, quando se desenvolveram sobremaneira as artes e também os conceitos do indivíduo antigo, teria iniciado a moda, já como meio de diferenciar-se.⁹⁴ Por outro lado temos Gilles Lipovetsky que, ao lado de outros pesquisadores franceses, prefere localizar a moda na transição entre a Idade Média e o Renascimento, entre os séculos XIV e XV.⁹⁵ A explicação remete ao crescimento urbano e à crescente centralização e sofisticação das cortes européias. Além disso, no Renascimento, ocorre o resgate da cultura greco-romana. O pensamento filosófico da antiguidade foi reescrito e repensado, abandonando-se o pensamento escolástico e caminhando para o humanismo. A idéia do homem como medida de todas as coisas, na era moderna, originou um novo conceito de “indivíduo”. Por fim, uma das teorias é de que a moda só existe enquanto fenômeno histórico a partir da Revolução Industrial do século XIX, com a mecanização da produção. Contudo, acredito que nesse último caso estaríamos limitando a temporalidade de um fenômeno tão abrangente.

Devemos lembrar que existe uma diferença fundamental entre a moda e a indumentária: esta última constitui tudo o que cobre o corpo, desde o princípio dos tempos. Por outro lado, a moda é uma forma de expressão da individualidade, um recurso almejado para construir uma

⁹³ GUMBRECHT, Hans Ulrich. As novas doutrinas. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 13 out. 2002. Caderno Mais!

⁹⁴ COCCILOLO, *op. cit.*, p. 24.

⁹⁵ LIPOVETSKY, *op. cit.* p. 29.

individuação do parecer. Um fenômeno que se pauta pela aceleração constante advinda do desejo pela novidade.

As sociedades modernas são sociedades em mudança constante, rápida e permanente. Essas características também se relacionam à moda, que se apresenta como um signo dessa modernidade, por ser um fenômeno efêmero e fugidio. No dizer de Lipovetsky: “na história da moda, foram os valores e as significações culturais modernas, dignificando em particular o *novo* e a expressão da individualidade humana, que tornaram possíveis o nascimento e o estabelecimento do sistema da moda (...) foram eles que contribuíram para desenhar, de maneira insuspeitada, as grandes etapas de seu caminho histórico.”⁹⁶

A relação entre a moda e a identidade dos sujeitos coloca-se, também, no panorama atual da propagada “crise de identidade” dos indivíduos “pós-modernos”. Entretanto, a relação entre ambas já existe desde a época moderna. Nesse período as identidades traziam uma impressão de estabilidade ao mundo social, onde os sujeitos viam-se de forma unificada e estável.⁹⁷ Será mesmo que o indivíduo moderno era assim tão harmônico? Stuart Hall nos aponta diferentes tipos de sujeitos. O primeiro seria o sujeito do Iluminismo, para o qual o centro do “eu” era a identidade da pessoa, seguindo, assim, uma concepção individualista. Já o sujeito sociológico acompanha a complexidade do mundo moderno: não é autônomo, e precisa da relação com os outros para mediar seus valores, sentidos e símbolos. A identidade se forma na interação do eu com a sociedade. O sujeito apresenta um núcleo interior, formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais exteriores. Nesse espaço exterior, encontra-se a moda, como uma formadora de identidades.

À medida que a fonte analisada em meu trabalho apresenta visões acerca de um grupo de mulheres, através do modo como elas deveriam se vestir e mesmo comportar-se, estamos tratando de um elemento externo que ajuda a construir uma identidade da mulher de um determinado período. Além disso, os sujeitos individuais e suas interpretações particulares da moda estão permeados pela opinião de outros membros que avaliam a questão da aparência e do estilo.

A identidade preenche o espaço entre o “interior” e o “exterior”, entre o público e o privado. Projetamo-nos nas identidades culturais ao mesmo tempo em que internalizamos seus significados e valores, tornando-os parte de nós. Assim, o sujeito é composto de várias identidades contraditórias. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, e

⁹⁶ *Ibidem* p.10.

⁹⁷ HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

elas não se unificam em torno de um “eu” coerente. Portanto, a identidade é definida historicamente, e sua idéia de unidade é uma construção.

Para a análise das colunas de moda de *O Cruzeiro*, é muito importante levar em conta a importância das identidades culturais. Identidades que se mesclam: afinal de contas, temos um periódico brasileiro que traz por um período uma colunista estrangeira. Da mesma forma, teremos brasileiros interpretando a moda estrangeira. Logo, as identidades se confundem ou falam mais alto conforme o momento.

Mas, afinal, qual seria a relação entre o vestir para parecer e o vestir para ser? Nas palavras de Elizabeth Wilson, a moda revela a ambigüidade da nossa identidade, da relação do eu com o corpo e do eu com o mundo.⁹⁸ Conforme, Airton Embacher, em seu livro que relaciona moda e identidade⁹⁹, mesmo um tema aparentemente frívolo e superficial, como o da moda do vestuário, pode envolver questões graves e profundas como a da identidade humana. A relação entre ambas exige uma perspectiva social e histórica que torne possível analisar a importância do vestuário na formação da identidade, tomando-se cuidado para não cair em reducionismos.

Conforme Wilson, “as roupas parecem preencher um certo número de funções sociais, estéticas e psicológicas; elas juntam-nas e expressam-nas todas simultaneamente.”¹⁰⁰ Essas funções sociais dos trajes estão presentes desde o vestuário antigo até o moderno. Porém, a modernidade traz alguns paradoxos, entre eles o fato de ela permitir por um lado a expressão do individualismo e por outro, fazer surgir no indivíduo o temor de não ser capaz de sustentar a autonomia do eu. A identidade passa, então, a ser um dos pontos sensíveis dessa modernidade. O vestuário pode auxiliar o homem moderno nessa questão. Assim, podemos perceber que, através do vestir, o eu fragmentário busca unificar-se apresentando uma identidade estética. Isso pode ser notado a partir do período industrial.

A Revolução Industrial inicia pela indústria têxtil, que facilita a circulação de tecidos e roupas. Nesse período a indumentária ainda exercia um importante papel de distinção social, entre um grupo de elite que tinham acesso aos tecidos mais finos, e a população em geral que se cobria com fazendas mais rústicas. A produção em série foi importante no processo de industrialização da moda. Invenções como o tear a vapor, a máquina de costura e os corantes artificiais baratearam a fabricação de roupas. A produção em massa tornou possível a

⁹⁸ WILSON, Elizabeth. **Enfeitada de sonhos** – moda e modernidade. Rio de Janeiro, Edições 70, 1985.

⁹⁹ EMBACHER, Airton. **Moda e identidade**: a construção de um estilo próprio. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 1999.

¹⁰⁰ WILSON, 1985, p.14.

utilização da moda como meio de auto-afirmação e de auto-expressão não somente pelos ricos, mas pela maioria das pessoas.

Segundo Gilda de Mello e Souza: “a moda é um dos instrumentos mais poderosos de integração e desempenha uma função niveladora importante, ao permitir que o indivíduo se confunda com o grupo e desapareça num todo maior, que lhe dá apoio e segurança.”¹⁰¹ A moda pode ser pensada como algo capaz de unificar a identidade do sujeito e unir sujeitos em um grupo também coeso.

Afinal, existiria uma via de mão dupla em que o vestuário participaria da construção das identidades, mas seria também por elas influenciado? Parece que sim. Segundo Airton Embacher, nunca o homem lutou tanto para tentar ser ele mesmo como na cultura ocidental contemporânea. Em contrapartida, as colunas analisadas nessa dissertação supunham que os indivíduos tivessem uma posição pré-ordenada, como a de gênero, por exemplo, que garantisse diferenças fundamentais entre homens e mulheres. Entretanto, essas funções tão definidas modificaram-se por conta das duas Grandes Guerras, ocorridas na primeira metade do século XX. Não era mais possível fingir que tudo estava em ordem e que cada sexo tinha seus papéis claramente definidos. Hoje, os arranjos sociais deixam os sujeitos mais livres para escolherem seu estilo de vida. Na nossa sociedade, o indivíduo está sujeito às determinações originadas no romance familiar. A fonte permite depreender os papéis imaginados para a mulher no período em questão. Entre eles, os mais fortemente construídos estão o de esposa, de dona de casa e mãe.

Aos sujeitos pressupõem-se papéis, e estes, quando não mediados pela reflexão, são aceitos como naturais, ideais, justos e fixos. A época aqui trabalhada parece cristalizar dessa forma características naturalizadas, e mesmo idealizadas, para o papel desempenhado pela mulher. Entre elas estariam: a realização com o casamento, uma posição de submissão à figura masculina (primeiro dos pais e depois dos maridos), e a manifestação do desejo de ser mãe. Se as exceções existiam, o que parece ser provável, pouco foram mencionadas pela fonte, que parece assumir uma função na construção da identidade das mulheres de seu tempo. O papel social de “rainhas do lar”, de eminência parda dos homens, parece ter se expressado em uma identidade que primava pela beleza estética, a fim de agradar ao sexo oposto, mais do que a elas mesmas. Assim, alternam-se momentos de feminilidade, masculinização e crise. A moda dos anos em questão expressou muito bem as alterações sociais.

¹⁰¹ SOUZA, Gilda de Mello e. *op. cit.*, p. 111.

O ideal feminino do período abordado em minha pesquisa é corroborado pelos meios de comunicação. Entre eles, está minha fonte, a revista semanal *O Cruzeiro*. Afinal, parece haver um interesse de que não haja transformação do ser humano, para que não haja transformação da sociedade. Assim, a conquista do espaço público pelas mulheres apresentava um risco de alteração na estrutura social. Talvez por isso os trajes indicados para a mulher girem em torno de passeios, do lazer e do lar.

Segundo Hegel, há uma oposição entre aquilo que os seres são e suas potencialidades. O homem é capaz de transcender as identidades pressupostas e de se engajar no movimento contínuo de uma identidade-metamorfose, talhada pela alteridade e norteada por seu desejo.¹⁰² A moda pode também servir para fazer esse movimento de transgressão da identidade estabelecida de forma externa ao indivíduo. Haveria um paradoxo no fato de que, por um lado, a indumentária pode servir para a pessoa criar uma identidade e unir-se a indivíduos com quem possa compartilhá-la, de certa forma massificando-se. Por outro lado, o indivíduo pode afirmar uma identidade, contrariando as expectativas sociais, através da adoção de uma determinada forma de trajar. A moda também exercita a alteridade dos sujeitos, quando ela se multiplica em formas e estilos, dando margem as escolhas que nunca são casuais. Ela está pautada no desejo de ter e de parecer.

As vestimentas fornecem uma forma de identidade visual imediata, como afirma categoricamente Alison Lurie em seu livro **A linguagem das roupas**: “quer gostemos ou não, as roupas e adereços proclamam o sexo, idade, classe social e idéias políticas, e, muitas vezes, fornecem informações importantes (ou falsas) a respeito de nossa ocupação, origem geográfica, personalidade, opiniões, gostos, desejos e estado de ânimo.”¹⁰³ Parece que o fenômeno da moda abrange mais nossa identidade do que podemos imaginar. Além disso, as próprias tendências políticas, sociais e culturais não se expressam apenas no que se diz, mas também no que se veste. Assim sendo, mesmo que não acompanhemos as notícias, podemos imaginar o que está acontecendo a nossa volta observando as roupas que por aí desfilam.¹⁰⁴

Épocas conturbadas tendem a estimular certa nostalgia, como se o passado fosse melhor que o presente, e sua apropriação preenche os vazios e cria esperanças de um futuro melhor. A simplicidade e o conforto, que parecem situar-se na tenra infância, tornam-se prioridade no lugar da diversidade e da excitação. Um exemplo disso, segundo Lurie, é a

¹⁰² CIAMPA, A. Costa. **A estória de Severino e a história de Severina**. São Paulo, Brasiliense, 1987.

¹⁰³ LURIE, Alison. **A linguagem das roupas**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

¹⁰⁴ O escritor argentino Jorge Luís Borges teria dito numa entrevista, quando indagado sobre o que pediria para ler após passar um tempo isolado do mundo para saber o que estava acontecendo? Ele teria respondido: “Pediria revistas de moda?”

popularidade que os estilos das décadas de 40 e 50 atingiram num período posterior, durante os anos 60 e 70, quando os jovens dominavam a indústria da moda.¹⁰⁵

Conforme James Laver, “as roupas são inevitáveis. São nada menos que a mobília da mente tornada visível.”¹⁰⁶ Quer dizer que através do que vestimos expressamos nossos pensamentos e desejos mais profundos, de uma forma inconsciente ou nem tanto. Lurie nos diz que o vestir tem uma linguagem e é a fim de explicá-la que orienta seu livro.¹⁰⁷ Assim, ela procura responder a pergunta: por que usamos roupas? Segundo a autora existem três razões principais: a utilidade, o status e o sexo. Colocamos roupas pelas mesmas razões pelas quais nos comunicamos através da fala. Entre as motivações por detrás das roupas, está a de tornar a vida e o trabalho mais fáceis e mais confortáveis – esse seria um princípio de utilidade. Também nos vestimos para proclamar ou simular nossa identidade – esse seria o princípio hierárquico. Por fim, temos a intenção de atrair a atenção erótica, através de nossas roupas – esse é o princípio da sedução. O princípio hierárquico é um dos que mais se destaca nesse item da dissertação: ele indica o lugar que aqueles que vestem determinadas roupas ocupam no universo social.

Conforme Rossana Tasso, os indivíduos trazem em si a marca das transformações rápidas e constantes do mundo social. Uma forma de evidenciar tais transformações, em minha opinião, é a moda que se apresenta como expressão externa do sujeito e que faz eco às mudanças rápidas e constantes. Segundo Tasso: “o modo como o sujeito interage com a rede de dizeres que a história engendra, com o objetivo de produzir sentidos, aponta os atravessamentos que se fazem presentes no processo de assunção de sua identidade”.¹⁰⁸ Isso significa que a ancoragem da identidade do sujeito está na história.

Enquanto isso, Stuart Hall nos diz que a identidade está relacionada ao conceito de representação.¹⁰⁹ Assim sendo, a identidade pode ser compreendida como um imaginário formado por um conjunto de significados que fornecem ao sujeito uma idéia do que ele é. A identidade torna-se, então, uma imagem, uma representação, que a moda pode ajudar a construir. Vale lembrar que essa imagem é incompleta, volúvel e fragmentada.

A identidade é uma produção social, e é no interior das relações sociais que ela encontra subsídios para ser reproduzida ou questionada. Ela está sujeita a processos de disputa

¹⁰⁵ LURIE, *op. cit.* p. 10.

¹⁰⁶ LAVER, James. *apud* LURIE.

¹⁰⁷ LURIE, *op. cit.*, p.19.

¹⁰⁸ TASSO, Rossana Dutra. **Mulher, uma questão de identidade**: a perspectiva discursiva. 2006. 240 f. Dissertação (Mestrado em Letras) Instituto de Letras, UFRGS, Porto Alegre.

¹⁰⁹ HALL, *op. cit.*, p.46.

de poder. A identidade é uma construção cultural e social sustentada pela linguagem.¹¹⁰ Portanto, se as roupas nos oferecem uma forma de linguagem como afirma Alison Lurie, a moda é construtora de identidade.

As mudanças na moda não são arbitrárias e extravagantes, mas o sinal externo e visível de profundas alterações sociais e culturais. As alterações nos estilos indicam trocas nos papéis sociais e nos conceitos sobre “si mesmo” dos membros da sociedade. Desse modo, o fenômeno da moda altera-se conforme o contexto no qual se desenvolve. Segundo Alison Lurie, após a queda da Bolsa em 1929 a imagem juvenil da década de 1920 parecia obsoleta: “Em épocas de ansiedade, a alegria infantil parece frívola e mesmo insensível: seriedade e maturidade estão na moda.”¹¹¹ Assim, passou a se admirar os homens viris e as mulheres de aparência feminina, mas adulta. No período da Segunda Guerra “as mulheres manifestaram sua disposição e capacidade de ajudar a suportar as cargas do mundo tornando os ombros literalmente quadrados.”¹¹² Ela aponta os anos entre 1940 e 1955 como uma época em que, apesar de várias transformações, as roupas permaneceram tendo um estilo adulto. O *New Look*, silhueta lançada por Cristian Dior em 1947, com suas saias compridas e armadas, e cintura afinada, teria acrescentado anos e dignidade às mulheres. Isso remetia ao corpo feminino de inícios do século XX, ainda preso ao espartilho.¹¹³

Ainda que algumas roupas da época em questão fossem descritas como infantis, ou juvenis, geralmente eram bem comportadas, convencionais, condizentes com uma sociedade nos mesmos moldes. Existe uma identidade entre a sociedade e o estilo de moda por ela criado, divulgado e usado.

*

Existe ainda uma identidade nacional que se expressa através da indumentária. Em determinados períodos, alguns países estão na moda, e outros não. O que torna um país elegante e capaz de exportar seu estilo, na maioria das vezes, são as alianças políticas e econômicas ou o poder político (salvo o caso francês, onde a condição de elegância perdura apesar de eventuais perdas nessas áreas). Durante a Segunda Guerra, a França, que era o centro irradiador da moda por excelência, havia sofrido a ocupação nazista. Entretanto, apesar da tentativa alemã de capitanear esse potencial criativo que se traduzia na principal indústria francesa, os grandes estilistas encontraram suas formas de sobrevivência. Alguns saíram do

¹¹⁰ TASSO, *op. cit.*, p.65

¹¹¹ LURRIE, *op. cit.* pg. 90

¹¹² *Ibidem* pg. 91, 92.

¹¹³ Sobre o espartilho: STEELE, Valerie. **Fetichismo**: moda, sexo & poder. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

país, outros tiveram de fechar suas *maisons*, e outros sobreviveram através de certo colaboracionismo com os nazistas, como demonstra brilhantemente a historiadora Dominique Veillon.¹¹⁴

O pós-guerra ilustra bem esse jogo entre o país que está em voga, ou mesmo um cenário em que mais de um deles ocupa papel de destaque. A França perde sua hegemonia estética e ocorre a ascensão da cultura norte-americana através do *American way of life*: é a “venda” de um modo de vida estadunidense. Esse vinha sendo divulgado ainda durante a Guerra, no que se chamou na historiografia brasileira de “política da boa vizinhança”. O *American way of life* foi amplamente importado para os países da América Latina. Um exemplo é a difusão em grande escala do cinema hollywoodiano, e da imagem dos atores presentes em propagandas vinculadas a um modo de vida idealizado, em anúncios que aparecem inclusive na revista *O Cruzeiro*.¹¹⁵ Assim, ocorre uma fragmentação dos pólos de influência tanto na moda como na política.

A admiração pelos adornos de outras nações de sucesso acaba levando ao processo de imitação. Apesar disso, o empréstimo de estilos de uma nação dominante ou em ascensão não é o único que acontece. Afinal, isso pode ocorrer também entre países que são politicamente antagônicos ou que até mesmo inimigos de guerra. Esses fenômenos envolvem uma questão de importação de identidades. A imitação nem sempre possui um tom negativo: observando-a, podemos detectar formas de adaptação, ou mesmo analisar o que está sendo imitado, e quem se deseja “ser” através da moda.

Contudo, quando não existe uma única nação poderosa, acontece de se adotar os estilos de duas ou mais potências. Este é o quadro que irá se instalar após a Segunda Guerra. Para a França, a indústria da moda serviria para alavancar a economia. A partir de 1945 o governo daquele país mostra-se disposto a restabelecer a indústria da alta-costura. Com o apoio de costureiros parisienses como Balenciaga, Balmain e Dior, acontece a exposição *Le théâtre de la Mode*, no Louvre, onde são expostos modelos em bonecas de madeira de tamanho inferior ao natural, vestindo as novas criações francesas.¹¹⁶ Os Estados Unidos passam a desenvolver uma moda de caráter nacional, alicerçada numa produção independente e numa indústria de moda voltada para o mercado de massas, que supre um gosto local que já começa a diferenciar-se do europeu.

*

¹¹⁴ VEILLON, Dominique. *op. cit.*, p. 30.

¹¹⁵ SERPA, *op. cit.*, p. 19

¹¹⁶ VEILLON, *op. cit.*, p. 235

A diferença sexual é um marco de constituição da identidade dos sujeitos. A identidade de gênero está permeada por questões do masculino e do feminino, forjadas por práticas sociais feminilizantes e masculinizantes. Isso justifica a presença de regras comportamentais destinadas a cada sexo, e em especial às meninas, cuja fiscalização parece ser mais incisiva. Particularmente no período de minha pesquisa, as moças jovens deviam tomar muito cuidado com sua reputação. A mesma estava relacionada a comportamentos expressos no trato com os rapazes e na forma escolhida para vestir-se.¹¹⁷

O papel da mulher ao longo do período analisado sofre profundas transformações comportamentais. A mulher durante as guerras assumiu lugar no mercado de trabalho e ampliou sua participação no espaço público. A mulher vê sua vida de dona de casa facilitada por invenções “modernas” como os eletrodomésticos, mas no Brasil eles possuem um custo ainda elevado e estão destinados apenas aos mais ricos. Os meios de comunicação mais importantes eram a imprensa e o rádio. Eles aumentaram o acesso e a circulação de informações, e alteraram as opções de lazer e entretenimento, influenciando mudanças nos padrões de comportamento.¹¹⁸ A propaganda é outro lugar de destaque para observar tal fenômeno: as atrizes e os atores estrangeiros, assim como cantores e cantoras de rádio, eram os personagens principais dos anúncios. As capas da revista *O Cruzeiro* apresentam na maioria das vezes uma atriz hollywoodiana.¹¹⁹

Podemos notar enfim, que a identidade atual é multifacetada. A moda dissolve-se em nosso caldo de cultura e torna-se capaz de impregnar as personalidades e os corpos. Ela pode perfeitamente conformar as diversas faces de um mesmo indivíduo e auxiliar na composição de sua identidade. Além disso, a moda está ligada de forma inseparável com o nascimento da idéia de indivíduo.

Entender os aspectos teóricos do objeto “moda” acabou absorvendo-me por um capítulo inteiro. Trilhar o caminho do novo exigiu tal pesquisa. O que pretendi neste capítulo foi confrontar o fenômeno da moda com conceitos pungentes do campo de conhecimento da história. A verdade impregna os debates sobre “conhecer” desde a Antigüidade. Duas posições antagônicas são apresentadas para que se possa avaliar o papel da moda como forma de conhecimento do mundo. Outros conceitos são suscitados pelo objeto de forma clara, a estética, porque a moda implica em idéias como: a beleza e o gosto. A identidade, em voga

¹¹⁷ ESTEVES, Martha de Abreu. **Meninas perdidas**: os populares e o cotidiano do amor no Rio de Janeiro da Belle Époque. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989; BASSANEZI, Carla. Mulheres dos anos dourados. In: DEL PRIORE, Mary. (org.) **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

¹¹⁸ MORAIS, Fernando. *passim*.

¹¹⁹ SERPA, *op. cit.*, p. 126.

nas atuais pesquisas de história, parece pulsar no vestuário. Uma vez que sua própria origem está associada a questões identitárias.

Explorar essas combinações teóricas entre a moda e alguns conceitos-chave serviu para que eu mesma pudesse construir um conceito da mesma. Após essa análise e de posse dessas idéias, que foram bebidas nas mais diversas fontes filosóficas e históricas, disseco meu problema de pesquisa. A moda possui características que perpassam épocas específicas da história, mas em cada uma delas o fenômeno está intrinsecamente ligado à temporalidade que o produz. O problema é resolvido quando percebemos que a formação da moda acontece baseada numa noção estética idealizada no momento. Além disso, serve para identificar grupos e pessoas específicos dentro de um determinado período de tempo.

O primeiro capítulo lançou luz sobre o novo objeto. A partir de conceitos-chave podemos tentar compreender a formação de uma visão nacional da moda na revista *O Cruzeiro*. Sabemos que a fonte expressa as idéias estéticas e identitárias e uma noção de verdade próprias de quem a produziu e de seu tempo. Contudo, apesar e para além de seus limites, é um retrato possível da moda de um tempo que já passou.

O vestir cotidiano está e sempre esteve carregado de simbologias, como veremos nas colunas analisadas a partir do segundo capítulo. Afinal, segundo Veillon¹²⁰, a moda é forma de “ser e estar no mundo”, ou seja: ela designa um espaço do sujeito, sua posição temporal, de classe, de gênero, e sua identidade.

¹²⁰ VEILLON, *op. cit.*, p. 8

Capítulo II

A seção “Dona” – Uma estrangeira fala de moda para o Brasil: Madame Thérèse Clemenceau. (1929 – 1931)

“Madame Thérèse Clemenceau, correspondente de O Cruzeiro em Paris, atenderá sempre com prazer todas as consultas que lhe dirijam as senhoras brasileiras:

33 Rue ou Colisée – Paris

Tel.: Elysées 01-79”¹²¹

A revista *O Cruzeiro*, em seu ano de lançamento (1928) apresentava colunas fixas e contava com colaboradores importantes, tais como: “*Vida Fútil* assinada por Peregrino Júnior, Gilberto Trompowski, Martine Poincaré; a coluna *Modas*, com correspondência enviada de Paris, mostrando com exclusividade os principais desfiles dos melhores costureiros franceses (...)”¹²². A coluna *Dona*, não é mencionada, porém esta foi referência de moda a partir de 1929 e tinha como correspondente exclusiva, Madame Thérèse Clemenceau¹²³.

Decidi dividir este capítulo segundo os assuntos mais recorrentes da coluna analisada. Entre esses temas podemos encontrar conceitos sobre a moda, trazidos por Madame Thérèse, visões acerca da moda estrangeira e até brasileira, sempre vista sob o olhar externo (tema abordado no item 2.1). Além de podermos apreender através de suas colunas a transformação na silhueta da moda e nas formas do corpo feminino (item 2.2), a relação possível entre a moda e o passado (item 2.3) e por fim as formas de feminilidade e sociabilidade através da moda (item 2.4).

Contudo, faz-se premente responder a questão: mas, afinal, quem é essa mulher? A própria fonte nos dá pistas sobre Madame Thérèse Clemenceau. Na edição de 30 de novembro

¹²¹ Nota presente em todas as edições consultadas da seção *Dona*.

¹²² NETTO, Accioly, op. cit., p. 37

¹²³ Sobre a data de término da mesma encontram-se divergências. Nos registros por mim pesquisados ela aparece até 1931, sendo que o arquivo consultado possui um lapso temporal de 1931 a 1935. Contudo, segundo Leoní Serpa ela teria existido até 1945. In_ SERPA, Leoní, op. cit., p. 62.

de 1929, o editorial de primeira página é dedicado ao falecimento do ex- primeiro ministro francês George Clemenceau, identificado como o pai da colunista. Ele governou a França durante a Primeira Guerra Mundial, tendo sido responsável pela vitória do país que juntamente com a Inglaterra foram os grandes beneficiados ao final da Grande Guerra.

George Clemenceau participou da negociação dos tratados de paz, sendo o mais importante o de Versalhes que retomou para a França a importante zona carvoeira da Alsácia-Lorena e que seria mais tarde um dos motivos alegados pelos alemães para o revanchismo que culminaria na Segunda Guerra. Juntamente com seu colega britânico David Lloyd George definiram o destino do Oriente Médio, transformando a região num caldeirão de conflitos, condição que perdura até hoje.¹²⁴

A revista coloca-se em posição especial de prestar tal homenagem devido ao parentesco entre o vulto histórico e sua correspondente. Ela era inclusive viúva de um advogado morto na batalha de Verdum, durante a mesma guerra. O tom para com Clemenceau pai é tremendamente elogioso: “Grande homem, jornalista, pensador, político...” Destacam o fato de ter sido sempre favorável a Guerra e de ter estado do lado certo, na opinião da revista.

Esse editorial, assim como outros não possui assinatura, mas acredito terem sido escrito pelo megaempresário das comunicações na época, Assis Chateaubriand. Também, pode ter sido escrito pelo diretor da revista na época que era Carlos Malheiro Dias¹²⁵.

Sabemos então que a origem de Madame Thèrèse não é obscura e que a mesma pertencia à alta sociedade francesa. Uma mulher rica dedicada a assuntos pomposos como a moda e a arte. Existem outras matérias dela em *O Cruzeiro* que se referiam à vida social e cultural da capital francesa. Como a 14 de dezembro de 1929, sobre o teatro Pigalle de Paris e em 29 de março de 1930, quando faz a cobertura do concurso de “Miss Europa”.

O que podemos constatar a princípio é a presença na revista de uma correspondente estrangeira, francesa, que envia direto da “capital da moda” as atualizações da elegância para as leitoras da revista. É incontestável o lugar preponderante que a França ocupava nessa época como centro de excelência de moda, “No pós-guerra, Paris continuou a dominar a moda internacional, e casas de alta-costura revitalizadas viram uma explosão de vendas.”¹²⁶. Ter uma correspondente francesa de moda na revista é um símbolo desse contexto.

¹²⁴ HOBBSAWN, Eric. *A era dos extremos: o breve século XIX: 1914 – 1991*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

¹²⁵ Descrito por Accioly Netto como “escritor português, exilado político, autor do romance *A mulata...*”. *op. cit.* p.36.

¹²⁶ MENDES, Valerie & HAYE, Amy de la, *op. cit.*, p. 49.

Um dos objetivos desse capítulo é analisar até que ponto a correspondente francesa estabelece um diálogo com as leitoras brasileiras. Veremos que no corpo de seus textos essa comunicação não aparece diretamente e frequentemente quem media a relação é a própria revista. Como indício aparece a orientação da revista para que as mulheres brasileiras lhe enviem cartas, como indica a citação que abre este capítulo. Apesar da possibilidade das leitoras trocarem correspondências com Madame Thèrèse - que estaria disposta a esclarecer dúvidas - não sabemos se essas trocas existiram, pois não eram publicadas na seção *Dona*.

2.1 A moda vista de fora: conceitos e visões estrangeiros.

Neste item pretendo analisar a maneira pela qual Thérèse Clemenceau aborda o fenômeno da moda, sua maneira de visualizar este conceito. Qual o grau de importância que ela confere para a moda, de que maneira ela transmite isso as suas leitoras? Também analisarei se há alguma referência à moda no Brasil e de que maneira ela é feita.

A primeira edição a ser abordada é a de 19 de outubro de 1929, na qual a seção *Dona* apresenta um texto com poucas fotos. Essa característica era comum nas seções de moda dos anos 20, como menciona Maria Cláudia Bonadio, quando descreve as colunas de moda da *Revista Feminina*:

A moda teve, por mais de dez anos, um espaço fixo na revista denominado “A moda”, assinado pela cronista Marinette.(...) a seção cresceu bastante desde a primeira aparição em 1915 e meados de 1920 quando passou a ocupar, em média, 4 páginas(...). As ilustrações – constituídas, na maior parte, de desenhos monocromáticos não assinados e talvez retirados de publicações estrangeiras (a fotografia aparece de forma muito esporádica) – perfaziam, em geral, 20% da seção contra 80% de texto – (...). Assim, é possível afirmar que a seção se destaca pela peculiar escrita de Marinette, de caráter mais opinativo que descritivo(...).¹²⁷

Acredito ser interessante comparar essa descrição que a autora faz da coluna com a qual trabalhou com a seção de Thérèse Clemenceau. A correspondente de *O Cruzeiro* ainda prioriza o texto em detrimento das imagens, mas o acesso à publicação de fotografias em fins dos anos 20 é maior. Segundo Valerie Mendes, “em 1925, a fotografia em preto e branco substituíra as ilustrações como principal registro e comunicação da expressão da moda. A iluminação clara e o foco nítido permitiam que o corte, a construção e as texturas dos tecidos fossem mostrados com clareza (...)”¹²⁸. Ainda assim, revistas ilustradas como *O Cruzeiro*

¹²⁷ BONADIO, Maria Cláudia, *op. cit.*, p. 165.

¹²⁸ MENDES, Valerie & HAYE, Amy de la, *op. cit.*, p. 59.

valem-se muito da ilustração de moda. “Entre 1925 e 1929 (...) pelos Estados Unidos e pela Europa, a imprensa de moda proliferava em todos os níveis.”¹²⁹. Essa imprensa contava já com o nome de fotógrafos de peso como Baron de Meyer, Edward Steichen e Man Ray, que “além de suas atividades artísticas, aceitou projetos comerciais, especialmente nas áreas do retrato e da fotografia de moda.”¹³⁰.

Portanto em todas as edições a seção de moda contém ao menos uma fotografia e também croquis de moda, ou, como escreveu Bonadio, “desenhos monocromáticos”. A revista *O Cruzeiro* também não apresenta os créditos das fotografias nessa época e tampouco dos desenhos que, assim como no caso da coluna analisada por Maria Claudia, devem ser estrangeiros, comprados de agências de notícias ou mesmo enviados pela própria correspondente. Como Accioly Netto confessou em suas memórias, na época em que assumiu o cargo de secretário de redação da revista em 1931: “As seções de moda também eram feitas com recortes de revistas e jornais de Paris e Nova York. Tal sistema era pitorescamente chamado de ‘cola e tesoura’, no qual eu me tornei sem dúvida alguma um perito.”¹³¹.

Devido ao número reduzido de imagens, a escrita tinha um peso importante nessas seções. Os textos de Madame Thérèse apresentam muitas vezes um tom de relato pessoal, oscilando entre o caráter opinativo e o descritivo. Como podemos perceber na coluna de 19 de outubro de 1929, intitulada: “Muito agradecido, Sr. Director!”. O texto narra um convite que ela recebeu para uma festa no “Hotel du Claridge”, segundo ela, “a primeira reunião em que se verão as elegâncias hibernaes”. Como podemos notar, trata-se de um evento que conta com um grupo seletivo de senhoras da sociedade parisiense, do qual a correspondente faz parte.

Madame Thérèse gosta de contar uma história a suas leitoras, dirigindo-se freqüentemente a elas. Este tipo de discurso cria uma proximidade com o público. Como, por exemplo, no trecho: “Minha crônica de hoje documentará sobre essas tendências, tão curiosas que ides ficar encantadas. Estais ouvindo? Atenção!”. Podemos notar que ela se sente a porta voz das novidades e considera-se uma cronista de moda que deve chamar a atenção para o novo. O uso de vocativos tem como objetivo despertar a atenção do leitor. É essa estratégia que a jornalista utiliza antes de descrever o que considera serem as mudanças relevantes na moda.

Na seqüência aparecem longos trechos descritivos, porque nem sempre havia fotos relacionadas ao tema da coluna naquele dia. Era preciso, portanto, narrar nos mínimos

¹²⁹ *Ibidem*, p. 67.

¹³⁰ MUSEU LUDWIG DE COLÔNIA. **Fotografia do século XX**. Colônia, Alemanha: Taschen, 2005.

¹³¹ NETTO, Accioly, *op. cit.*, p. 51.

detalhes as formas, cores, tecidos, pormenores dos trajés e acessórios. Além disso, a fotografia em preto e branco exigia a descrição das cores. Ela comenta nessa edição o retorno das luvas coloridas de renda, que acompanham as cores dos vestidos. Essas cobrirão, segundo ela, “peles acetinadas”, indicação de que se dirigem às mulheres que não trabalham, para manter assim sua *cútis*. O público ao qual se destinam seus comentários pode ser apreendido através dessas descrições.

A autora explica a variação nas luvas como “uma tentativa de fazer as mulheres saírem de seus caminhos batidos, em que elas se sentem sufocar”. Coloca, portanto, a necessidade de renovar a moda como uma questão essencial na vida das mulheres, como um desejo feminino. A obrigatoriedade da variação dos elementos do vestuário preencheria o tempo e as preocupações femininas de estar em compasso com a moda. Aqui o bem vestir aparece como um dever social feminino¹³².

Outro elemento que chama atenção nas colunas de Thérèse Clemenceau são as inúmeras expressões estrangeiras que ficam sem tradução. Obviamente a Madame é francesa, mas na edição de 02 de novembro de 1929, sob o título “A moda passa”, ela convida as leitoras para um “cocktail party”, destacando as roupas ideais para a ocasião. Nesse caso o que ficou sem tradução foi a expressão em inglês que designa uma festa no jardim.

Aparecem ainda inúmeros termos “técnicos” do universo da moda sem tradução do francês, tais como “manteaux trois-quarte”. A palavra “manteaux” em francês é o plural de “manteau” que em português tornou-se “mantô”: vestimenta semelhante ao manto, que as mulheres usavam por cima de outro vestuário. O termo “trois- quarte” significa três - quartos e refere-se ao comprimento do casaco.

Usou-se também o termo “allongement” das saias, que seria simplesmente alongamento. Assim como “fourrure”, quando relativo a vestimentas em francês significa “casaco de pele” – esta palavra aparece diversas vezes neste texto de Madame Clemenceau. O clima brasileiro não é o mais adequado a tal peça do vestuário, mas mesmo assim as “elegantes” não o dispensavam como agasalho no inverno, para ocasiões especiais, seguindo instruções de Paris, tais como as de Thérèse. “A despeito do clima e das diferenças de estação, a brasileira quer seguir Paris a qualquer preço, mesmo que isto implique estar metida num casaco longo de *renard* ou *vison* em pleno mês de abril, no Rio de Janeiro.”¹³³ No trecho, faz-se referência aos dois tipos mais comuns de peles.

¹³² CRANE, Diana, *op. cit.*, p. 52.

¹³³ Citação referente à década de 1920, em: GONTIJO, Silvana, *op. cit.*, p. 30.

Os estrangeirismos vão permanecer nas seções de moda, mesmo depois de Madame Clemenceau. Mais adiante começam a incorporar mais termos em inglês, quase em pé de igualdade com os franceses. No entanto, em nenhum outro momento haverá tantos termos estrangeiros. É de se perguntar se todas as leitoras da coluna *Dona* tinham um francês tão fluente. Talvez isso ajude a denotar qual é o público leitor da mesma – afinal, a fluência na língua francesa tornou-se status entre as elites do mundo todo desde que a França tomou a dianteira na área da cultura, posição essa advinda de alguma forma desde a corte de Luís XIV, no século XVII.¹³⁴ Essa preponderância cultural foi confirmada após a Revolução Francesa, e Paris elevada ao posto de capital das artes a partir da metade do século XIX.¹³⁵

Em 16 de novembro a seção *Dona* com o título: “Salada da estação”, refere-se ao inverno. Podemos aferir isto pela descrição do uso de “pull-over”, “manteaux” e peles de “renard” (raposa). A autora diz claramente “este inverno usarás...” isto ou aquilo. Notamos, pois um descompasso climático entre a coluna de Thérèse e as estações brasileiras. A questão é que no Brasil em novembro seria primavera, indicando que a revista centrava-se nas novidades internacionais do hemisfério norte, principalmente de Paris. A autora não dava importância à diferença climática, sequer mencionada. Contudo, isto pode ter diferentes significados: pode levar à idéia de que determinadas ocasiões, como espetáculos no Teatro Municipal, pediam este tipo de traje¹³⁶, ou mesmo que a revista possa estar auxiliando as senhoras que viajavam ao exterior.

Aparentemente, as peles estariam então restritas a detalhes de agasalhos noturnos, e não desfilavam a pleno sol de Copacabana. Situação diferente ocorria no período da chamada Belle Époque brasileira, na virada do século XIX para o XX, na qual as mulheres de grandes centros urbanos como o Rio de Janeiro¹³⁷ e Manaus¹³⁸ (na época enriquecida pela borracha) não dispensavam o uso de peles nem no verão.

Os termos em língua estrangeira apontam para o campo de disputa na moda. Podemos notar que no início da década de 1930 ainda há uma franca vantagem da moda francesa, mesmo que, timidamente, o estilo americano da roupa esportiva estivesse encontrando adeptos. A seção *Dona* de 29 de setembro, sob o título: “Uma americana em Paris” dá pistas sobre a relação entre França e Estados Unidos no campo da moda naquela época.

¹³⁴ ELIAS, Norbert. **A sociedade de corte**: investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

¹³⁵ GOMBRICH, E. H., *op. cit.*, p. 504.

¹³⁶ GONTIJO, Silvana. *op. cit.*, p. 30

¹³⁷ NEDELL, Jeffrey. **Belle époque tropical**. Sociedade e cultura de elite no Rio de Janeiro na virada do século. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

¹³⁸ DAOU, Ana Maria. **A belle époque amazônica**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

Nela, Madame Clemenceau narra a visita de uma americana rica que ela terá de ciceronear em Paris. Pelo tom de seu relato notamos sua surpresa com o fato da visitante aparentar bom gosto ao vestir-se: “(...) fico-me a observar seu *habillement* perfeito.” Suas colocações reforçam a visão que os franceses tinham dos americanos como pessoas deselegantes que só iam à Paris fazer compras. Estariam interessados apenas nas últimas novidades da moda e não em fazer uma imersão em seu universo cultural.

Sua hóspede é descrita como uma mulher jovem, longa, esbelta e charmosa interessada em ver as belezas da cidade e não só costureiros. Usava roupas perfeitas. “De tudo concluo que a minha americana não quisera me ver antes de ter ao menos sobre o corpo uma toilette parisiense...” Afirma que pela elegância das roupas usadas pela turista, estas só podiam ter sido compradas em Paris. Quer dizer que ela até poderia ter tato na escolha do traje, mas a origem deste deveria ser obrigatoriamente a França. Ressalta que a moça também era capaz de escolher o traje certo para cada ocasião, característica valorizada por Thérèse.

Tratando sobre as preferências da visitante a autora diz: “As tardes eram empregadas em conhecer deveras a cidade; nenhum **passeio frívolo**, nenhuma compra ‘a tort et a travers’...”(grifo meu) . Esta passagem indica que houve compras, porém estas não assumiram um caráter desregrado, o que as aproximaria da “frivolidade”. Elogia a americana por querer conhecer os pontos turísticos, museus, e não apenas as lojas de roupas, o que seria entregar-se a um prazer frívolo.

Complementa a matéria com um comentário que demonstra a visão geral dos franceses sobre os americanos: “seus compatriotas em geral não se nos revelam assim.” Este “assim” alerta que os americanos não costumam apresentarem-se bem vestidos, discretos, elegantes – características que visitante apresentava, além de seu interesse pela cultura francesa.

Madame Thérèse é dada a refletir sobre a moda. Na seção de 20 de setembro de 1930, chamada “Amanhã”, ela apresenta um texto bastante poético que inicia assim: “Amanhã! Palavra cheia de ardente interesse quer se trate do domínio da humanidade, do destino de um país ou da ordem frívola, aparentemente frívola da moda!” Uma simples frase como essa suscita uma análise profunda e demonstra no mínimo a visão que a jornalista tem do fenômeno da moda.

O “amanhã”, ou seja, o futuro, desperta o interesse das pessoas seja para temas mais dignos como “o domínio da humanidade e o destino de um país”, ou o da “ordem frívola, aparentemente frívola da moda”. Acredito que com uma reflexão desse gênero no início de sua coluna, a autora queria trazer para suas leitoras uma discussão importante para o universo da moda e também do conhecimento, além de uma provocação. Talvez nem todas as leitoras

tenham atentado para isso, mas notamos que Clemenceau coloca a moda em pé de igualdade com as supostas preocupações mais sérias. E mais: responde a crítica de que a moda seja frívola dizendo que ela apenas assim o parece.

Essa característica com tom de acusação também é analisada por Daniel Roche:

Enquanto as últimas décadas do século XX viam o aparecimento de museus da moda, que morre sempre jovem, os historiadores se perguntavam se não deveriam escrever sobre outra coisa que não a respeito desses fantasmas suntuosos e fugazes. Na história das aparências humanas eles sempre ocupam o primeiro lugar, pois, sem o saberem, servem para exibir poder; a demonstração exibicionista da frivolidade, vista como a expressão natural de uma arte de viver, inacessível à grande maioria, torna-se marca de suprema distinção.¹³⁹

O historiador aponta as características corriqueiras da moda como “frívola e volátil”, fenômeno que “estimulou o comércio e encarnou a mudança” – para reavaliar sua história que não é inteiramente efêmera, uma vez que através dela podemos compreender o passar do tempo. Em outra matéria, Clemenceau faz um comentário sobre um livro de história do vestuário (analisado no item 2.3). Dele podemos apreender que ela compartilha da visão de Roche, atribuindo a moda um valor histórico. Ela resgata na coluna de setembro de 1930 a crítica recorrente feita à moda, sua redução a um fenômeno frívolo. Ao buscar definições semânticas para a palavra frivolidade no dicionário Houaiss, deparamo-nos com sinônimos como: “1. sem importância, sem valor, vão: idéias frívolas. 2. fútil, leviano, volúvel: mulher *frívola*. Frivolité: palavra do francês que significa: espécie de renda de crochê.” Notamos que por definição o termo está cercado de características negativas. Uma idéia dita “frívola” seria, portanto, uma idéia “vazia”. Logo, quando acusada de frívola, a moda é dita sem importância ao universo do conhecimento. Quando o adjetivo “frívolo” refere-se a uma pessoa, torna-se sinônimo de fútil, leviana e volúvel, como alguém de personalidade que muda subitamente. A fim de exemplificar esse sujeito, o dicionário usa a figura da mulher, mas por que não a do homem? As relações entre a moda e a mulher, a moda e a frivolidade e a mulher frívola, encerram um círculo de preconceitos intelectuais que por muito tempo e ainda hoje rondam a história do vestuário. Assim, Clemenceau coloca dentre as preocupações futuras a moda em pé de igualdade com as supostas preocupações mais sérias.

Complementando o texto dessa edição, a autora compara a exibição das novas coleções com uma demonstração de arte que atrai jornalistas e compradores dos dois mundos – do novo e do velho –, restritas a um público privilegiado que pode ter acesso às “tendências de

¹³⁹ ROCHE, Daniel, *op. cit.*, p. 19.

amanhã”. Trabalha assim com um questionamento importante: a moda pode ser comparada com a arte?¹⁴⁰ Parece fazer uma comparação entre o desfile e a exposição de arte, como um momento de exhibir a produção dos artistas e dos costureiros.

Assim como as obras de arte - que possuem como característica a originalidade – as criações da moda também buscam esse objetivo. Porém, a criação de um campo de influências e, no caso da moda, o exercício da cópia nem sempre foram ações condenáveis. A este respeito encontrei alguns indícios na edição de 04 de outubro de 1930. Chama a atenção uma ilustração de um vestido que aparece de frente e também de costas, em tamanho menor. Isto indica uma sugestão para facilitar a cópia a ser feita pelas leitoras, além da referência aos tecidos utilizados. Essa prática era comum no Brasil até por volta dos anos 50, devido à dificuldade do acesso a roupa pronta e seu custo elevado. Alguns anúncios pesquisados por Maria Cláudia Bonadio para sua dissertação de mestrado tratam desse assunto: “as novidades são os acessórios de Paris, originais ou cópias exatas das criações de algumas das principais casas de alta costura do período”.¹⁴¹



Figura 1

Na coluna *Dona* a legenda da imagem descreve a peça: “Dame de pique, vestido em crepe de china e rendas, modelo de Redfern.” O modelo apresentado é atribuído à casa de costura parisiense criada pelo inglês Charles Poynter Redfern. Segundo François Baudot: “Na Belle Époque, os alfaiates londrinos são considerados os melhores do mundo. A velha rivalidade entre França e Inglaterra não impede que os ingleses se instalem em Paris.” O autor considera Redfern o mais brilhante por ter conseguido aliar a “distinção do corte inglês com a concepção do verdadeiro chique parisiense”.¹⁴²

A revista toma uma importante posição sobre a roupa feita em casa ou por costureiras na seção *Dona* de 14 de novembro de 1931. Este foi também o ano da reforma gráfica empreendida por Accioly Netto. Após o término do texto de Thérèse a revista publicou um comunicado às leitoras sobre a distribuição de moldes. Tal iniciativa demonstrava uma

¹⁴⁰ PRECIOSA, Rosane. **Produção Estética**. Notas sobre roupas, sujeitos e modos de vida. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007.

¹⁴¹ BONADIO, Maria Cláudia, *op. cit.*, p. 102.

¹⁴² BAUDOT, François. **Moda do século**. São Paulo: Cosac Naify, 2002. p. 50

diversificação no enfoque da moda. Não é somente a Alta Costura que era mostrada e descrita, mas era apresentado um molde palpável, para que uma grande parcela das mulheres pudesse estar em sintonia com o que a revista considerava a “última moda”. Tratava-se do início da popularização da revista, que ampliaria seu público leitor, e conseqüentemente o da seção de moda. Esta última deixaria de estar restrita às mulheres da elite, que no Brasil costumavam adquirir roupas prontas ou mesmo os modelos originais de Paris.

A novidade foi apresentada da seguinte maneira:

Um brinde de O Cruzeiro para suas leitoras. Distribuição semanal de moldes para corte e confecção do vestuário feminino. A fim de atender ao grande número de sugestões e pedidos das leitoras. Assim, ampliará a seção Dona, fazendo dela um verdadeiro suplemento de modas, bordados e costura, sob orientação prática.

Através dessa iniciativa, notamos que foi dada ênfase a uma questão prática da produção do vestuário, e não apenas a sua apreciação, como ocorria em geral na coluna de Clemenceau. Ela comentava a últimas modas internacionais, mas a revista convenceu-se de que as leitoras necessitavam de uma abordagem prática e direta do assunto, transformando as dicas em moldes passíveis de produção. As peças eram provavelmente executadas em casa ou por costureiras. Oferecer tal possibilidade assegurava um caráter útil para a seção de moda, estendendo-a para parte do público que anteriormente podia apenas sonhar com as belas roupas ali apresentadas.

A mesma matéria anuncia que a partir de 12 de dezembro daquele ano ocorreria a primeira parte do plano de reforma da seção *Dona*, que incluiria moldes em tamanho natural para vestidos, blusas, saias, casacos, pijamas, cavas, etc. Estes eram fornecidos pelos “reputados professores Lue-Ximenez.”, que ofereciam, “vantagens sobre outros processos de moldes em uso nas escolas e revistas de modas.”. Os desenhos eram exclusivos para *O Cruzeiro* e tinham por objetivo facilitar o corte do traje, uma vez que vinham acompanhados por uma clara explicação. Mesmo assim, segundo a revista: “os professores responderão cartas com dúvidas dos alunos.”. A idéia era fornecer uma espécie de curso de costura. Existiam, obviamente, outras revistas que se dedicavam a assuntos femininos e incluíam, entre eles, seções de moda e moldes. Contudo, o periódico afirma que seus métodos de ensino de corte e costura eram os mais avançados e práticos. Tal afirmativa anuncia uma tentativa de combater a concorrência no momento em que se lançavam nessa nova empreitada. Sobre os referidos professores não localizei informações além da própria fonte.

A partir desse momento a seção de moda passa por uma reformulação em sua aparência geral que estaria afinada com uma abordagem mais prática do universo da moda.

As alterações estariam, também, relacionadas à ampliação da tiragem e das vendas. Estes novos objetivos necessitavam de uma coluna que fosse mais chamativa visualmente. Houve um aumento evidente do número de imagens, especificamente de fotografias. Isto atesta uma melhora tecnológica na produção da revista. Segundo Accioly Netto, *O Cruzeiro* como um todo passou por uma reforma gráfica nesse período, na qual o jornalista atribuiu-se um papel destacado. Cada vez mais a revista pautou-se pela imagem em detrimento do texto e acabará por lançar a fotorreportagem no país¹⁴³. A partir do momento em que o periódico possibilitou uma leitura mais visual do que escrita acabou atingindo um público mais amplo.



Figura 2

Na edição seguinte, de 21 de novembro, a seção aparece muito diferente. O título é sugestivo: “Mudança à vista.” O texto trata sobre a mudança rápida da moda, mas não podemos deixar de associá-lo igualmente com o aumento no número de imagens da coluna, que anuncia uma mudança no layout gráfico da coluna.

Visualizamos uma página repleta de imagens, com o título: “As últimas criações da moda.” Aparecem fotos de vestidos e chapéus e um pequeno texto dizendo que as mesmas foram enviadas por Madame Clemenceau, como podemos visualizar abaixo.



Figura 3

A partir de 21 de novembro, os moldes oferecidos pela revista aparecem separados da seção *Dona*. O primeiro deles: “Um brinde de O Cruzeiro às suas leitoras.”, possui um texto semelhante ao da edição anterior que anunciava a novidade. Desta vez com um acréscimo descritivo da peça: “Na presente página publicamos o modelo de pijama¹⁴⁴ cujos moldes serão distribuídos no próximo número com O Cruzeiro sem aumento de preço”. Destaca-se a idéia de um presente, pois o texto se refere ao molde como um “brinde”

¹⁴³ NETTO, Accioly, *op. cit.* p. 48.

¹⁴⁴ O traje pijama nesta época refere-se a um conjunto de calça e blusa soltas, para uso em ocasiões informais, não deve ser confundido com roupa para dormir.

que não acarretará aumento no valor da revista. É sem dúvida uma maneira de atrair a atenção das leitoras. Podemos dizer que é uma jogada de marketing antiga, afinal, por um único preço podia-se ter dois produtos: a revista e o molde.

A página trazia uma ilustração de moda ou croqui que mostrava o traje em tamanho grande de frente e menor de costas. O desenho ilustrava a roupa pronta que servia como uma referência à leitora. Isso era feito provavelmente para estimular a aquisição do exemplar (composto pelo molde mais a revista).



Figura 4

É no número seguinte que a novidade da distribuição dos moldes toma proporções importantes e ainda maiores. Em 19 de novembro o desenho do próximo traje a ser distribuído e seu texto explicativo ganhavam maior destaque, ocupando a capa daquela edição. Isso pode ser encarado como um indicativo da relevância com a qual a revista passava a tratar a questão da moda feminina.



Figura 5

Dentro do processo de alterações gráficas do magazine, podemos notar reflexos na seção *Dona*. Em 01 de novembro de 1930, aparecem fotos grandes e em maior número em relação às edições anteriores. Há também uma alteração gráfica nas cores utilizadas, que passaram do preto e branco para o tom sépia. As fotografias chamam a atenção por seus cenários e suas temáticas. Uma delas mostra uma estilista em sua *Maison*, numa situação de trabalho. Trata-se de uma mulher de negócios que está sentada atrás da mesa do escritório assinando papéis. Ela encara a câmera de frente (fig. 5). Segundo Ana Maria

Mauad, em suas análises sobre a fotografia, quando o fotografado olha para a câmera é um sinal de que se sente seguro ou sugere uma posição de ameaça¹⁴⁵.

A mulher tinha realmente encarnado importantes mudanças na década de 1920 ao cortar os cabelos e encurtar as saias. Ela garantiu seu espaço também no campo da moda, pois as décadas de 1920 e 1930 foram um momento de domínio das estilistas mulheres em contraposição a períodos anteriores e posteriores nos quais predominaram os costureiros homens¹⁴⁶.



Figura 6

A postura das modelos fotográficas é igualmente nova. Notamos nas fotografias de moda alterações significativas. Em uma delas a modelo aparece ao ar livre, está na rua de uma grande cidade e apronta-se para entrar num automóvel, ocupando o lugar do motorista (fig.6). Há, neste caso, uma clara associação entre a moda e a vida urbana moderna simbolizada neste caso pelo automóvel. A bibliografia sobre a moda relaciona-a recorrentemente com a modernidade, conforme mencionei na introdução e no primeiro capítulo deste trabalho.

Uma vez que a moda é modernizante e modernizada, o mesmo deve ocorrer com as imagens que a representam, neste caso a fotografia de moda. Num artigo escrito por Rebecca Arnold para a revista *Fashion Theory*, ela analisa a produção de uma fotógrafa americana que trabalhou nos anos 30 e 40. Ao falar sobre a posição da modelo dentro do quadro ela coloca: “Sua postura é séria e concentrada: ela sabe que é uma modelo, feita para se exibir e ser vista. Na moderníssima sacada do Museu de Arte Moderna de Nova Iorque (...). Seu corpo parece estar cercado pelos arranha-céus que se perdem na névoa ao fundo.”¹⁴⁷ A postura da modelo e a locação transmitem o ar de modernidade, assim como no caso da figura 6. Quando a modelo coloca suas luvas antes de entrar no automóvel, ela transmite uma atmosfera moderna, pois está na rua, no espaço público.

¹⁴⁵ MAUAD, Ana Maria. História e imagem: os exemplos da fotografia e do cinema. In: CARDOSO, C. F.; VAINFAS, R. (org.) **Domínios da história: ensaios de teoria e metodologia**. Rio de Janeiro: Campus, 1997. p. 401-417.

¹⁴⁶ BAUDOT, François, *op. cit.* pg. 62.

¹⁴⁷ ARNOLD, Rebecca. Visual americano: as fotografias de moda de Louise Dahl-Wolfe dos anos 1930 e 1940. *Fashion Theory*, São Paulo, v.1, n. 3, p. 45-60, set. 2002.

Em seu artigo, Rebecca Arnold revela mais sobre esta mulher de hábitos modernos, ao descrever a modelo como uma cidadã metropolitana. “Chique e cheia de autocontrole (...) Sua postura é confiante, mas ela parece isolada. Habita a cidade, mas torna-se pequena diante dela.”¹⁴⁸. Apesar de sua aparente independência a mulher seria mais um adereço dentro da cidade moderna. Contudo, na imagem analisada por mim (fig. 6), a personagem parece mais independente, ao se colocar como aquela que guiará seu próprio automóvel. Mostra-se assim, mais participativa na vida da cidade.



Figura 7

As fotos em ambientes internos ganharam cenários mais elaborados. Os trajes sugeridos eram fotografados nos locais e ocasiões indicados para seu uso. Nas páginas subseqüentes um vestido de renda foi apresentado por uma modelo sentada à beira da lareira, no interior de uma residência. A última foto apresenta uma legenda sugestiva: “Mlle. Marie Bell da *comédie française* com uma das toilettes creadas pela casa Drecoll para as apresentações de *L’ami de femmes* de Dumas filho.” A presença de atrizes como divulgadoras de moda é uma prática recorrente desde os tempos dos estilistas Doucet e Poiret, no início do século XX. Nesta época as convenções do vestuário deixavam pouca margem para a iniciativa do costureiro. Eram as atrizes quem usufruíam das criações mais audaciosas tanto para o dia-a-dia quanto para o palco. Vestir essas mulheres famosas funcionava como um teste e uma vitrine para mostrar as novidades que seriam posteriormente incorporadas às coleções. “O papel do teatro, portanto, era comparável ao dos atuais desfiles de alta-costura...”¹⁴⁹. Seguindo tal tendência as edições de 17 e 24 de janeiro de 1931 apresentam fotos não apenas de modelos anônimas, uma vez que celebridades da época, como rainhas, damas da alta sociedade e atrizes de cinema serviam como referência do bem vestir.

Numa das seções *Donna*, sob o título “*Allure* (encanto) geral dos chapéus”, Thérèse Clemenceau expressa aquilo que acredita ser seu papel diante das leitoras. “*Mudado*, é uma palavra imensa, que não se pode empregar muitas vezes em matéria de moda, sobretudo quando, sendo-se jornalista, se tem o cuidado de não errar, de não ser jamais apanhado em

¹⁴⁸ *Ibidem*, p. 56.

¹⁴⁹ BAUDOT, François, *op. cit.*, p. 38.

flagrante delicto de falso juízo pelas leitoras.” Thérèse apresentou-se como uma jornalista e definiu sua profissão assumindo um compromisso para com suas leitoras de não errar e nem dar “falso juízo” acerca de algo. Mas, o que era para esta coluna um “falso juízo”? Talvez fosse a apresentação de uma mudança não “verdadeira” acerca da moda. Afinal, como o fenômeno é fugidivo e efêmero, tornar-se-ia difícil apreender dele uma “verdadeira” mudança.

Considero importante acrescentar neste item do meu trabalho um texto publicado na revista *O Cruzeiro* em 26 de abril de 1930. Ele não é de autoria de Thérèse Clemenceau, mas, assim como sua coluna, apresenta uma visão da moda através dos olhos de um estrangeiro. Desta vez o conteúdo mostra-se diretamente endereçado aos leitores brasileiros. Com o título de “Poderemos nacionalizar a moda?”, a matéria, em forma de carta, é assinada por alguém chamado Kovach. Ele é descrito como um “artista criador de vestuário feminino”. Perguntar ao leitor brasileiro em 1930 se era possível nacionalizar algo tocava diretamente no ponto crucial da Revolução que se prenunciava e teria termo no mês de outubro daquele ano.

150

O autor da carta dizia ter sido convidado pela revista para revelar às suas leitoras por quais motivos achava possível e conveniente a adaptação da moda de Paris ao contrário de sua cópia servil. A discussão sobre a cópia estrangeira como algo aceitável nessa época aparece em livros sobre a história do vestuário, como o de Valerie Mendes: “Durante a década de 1920, os estilos disseminaram-se rapidamente dos salões dourados da alta-costura para as avenidas da Europa e da América. Um labirinto de casas de cópias circundava o distrito de moda em Paris.”¹⁵¹. Nesse período o Brasil explorava mais a cópia caseira, e posteriormente essa prática estendeu-se às pequenas confecções, no período da industrialização.¹⁵²

A cópia algumas vezes era permitida e mesmo incentivada, mas sofria certo controle, segundo atesta Lipovetsky:

Os profissionais estrangeiros compram modelos de sua escolha com o direito de reproduzi-los (...) em grande série em seus países. (...) os fabricantes, à exceção dos franceses que não tinham acesso imediatamente às novidades da estação por razões evidentes de exclusividade, podiam reproduzir as criações parisienses simplificando-as (...)¹⁵³.

¹⁵⁰ SERPA, Leoní, *op. cit.*, p. 194.

¹⁵¹ MENDES, Valerie & HAYE, Amy de la, *op. cit.*, p. 66.

¹⁵² LEITÃO, Débora Kriskche. **Brasil à moda da casa**: imagens da nação na moda brasileira contemporânea. 2007. 371 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Programa de Pós- Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

¹⁵³ LIPOVETSKY, Gilles, *op. cit.*, p. 73.

A citação permite aferir que fora da França a chance de uma cópia literal era ainda maior, uma vez que um modelo original podia ser comprado lá e reproduzido mesmo em série de forma autorizada por seu criador. Devemos lembrar que o texto aqui analisado não convidava os brasileiros a serem originais, mas sim a abandonar o que o autor chamava por “cópia servil”.

Kovach coloca-se como um conselheiro profissional na área do vestir. “Nessa entrevista enumerei as modificações que julgo necessário introduzir a fim de nacionalizar a moda, adaptando-as às exigências estéticas da senhora brasileira.” Para ele, nacionalizar não era o mesmo que criar uma moda ou estilos próprios, mas sim adaptar as influências francesas. O autor destaca a necessidade de observar a composição física diversa da mulher brasileira no momento da adaptação do traje. Porque a simples transposição do estilo não se mostraria elegante, quando o corte é pensado para um modelo de corpo diferente¹⁵⁴.

É importante salientar que se tratava de um estrangeiro que, tomando certa distância, falou sobre suas impressões acerca da moda que encontrou no Brasil. Parte de seu relato dá conta dessa análise: “Desde que cheguei ao Rio estou observando os rumos que toma a moda no Brasil, apesar da carioca não poupar cuidados e despesas para vestir bem, há alguma coisa que destoa, que desafina, no domínio da moda carioca.” Ele complementa: “Esperava que as brasileiras, que tinham a justa fama na Europa de serem as mais belas da América, já tivessem conquistado a independência no vestuário como aconteceu com as européias.” Os traços dessa dependência eram antigos e estavam presentes na década anterior no Brasil, como demonstrou o estudo de Maria Claudia Bonadio, sobre a cidade de São Paulo.¹⁵⁵

O autor da carta afirma quais eram suas expectativas frente à moda brasileira. Esperava encontrar um estilo mais leve devido ao nosso clima muito mais ameno. Para ele, a natureza exuberante de nosso país e o modo de ser brasileiro deveriam deixar uma marca identitária na maneira como nos vestimos.

As mulheres que Kovach vê são descritas da seguinte maneira: “vestidas com elegância, com esforço, embaraço e confusão, escolhem suas toaletes. Falta-lhes o espírito de independência, a boa escola e a uniformidade que dão a correta e estética nota harmônica ao conjunto da moda.”. As brasileiras, segundo ele, são graciosas e charmosas, predestinadas a representar um papel saliente na esfera da moda. Contudo, encontrou muita falta de orientação e um verdadeiro caos da elegância feminina do qual pretendia descobrir a origem. Ele

¹⁵⁴ Sobre a idéia de um modelo brasileiro de corpo ver: GONTIJO, Fabiano. Carioquice ou carioquidade? Ensaio etnográfico das imagens identitárias cariocas. GOLDEMBERG, Mirian (org.) **Nu e Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Rio de Janeiro: Record, 2002. p. 41-77.

¹⁵⁵ BONADIO, Maria Cláudia, *op. cit.*, p. 40.

observou que tal “desastre” não deveria ter ocorrido, pois a informação estava ao alcance das brasileiras através de reportagens e correspondências ininterruptas de Paris. Uma das fontes dessa informação de moda seria a própria revista *O Cruzeiro* e principalmente sua coluna especializada sobre o tema, a seção *Dona*.

Uma das possíveis causas apontadas para explicar a desorientação na moda brasileira foi a desorganização das vitrines do comércio carioca. As casas de moda da cidade localizavam-se principalmente nas ruas Gonçalves Dias e a Rua do Ouvidor¹⁵⁶. Para Kovach, as vitrines assumiram um papel relevante no mundo da moda: ele as considerava uma verdadeira escola do bom gosto. A vitrine serviria para educar a clientela. Contudo, no Rio de Janeiro reinaria uma espécie de anarquia na moda. O autor do texto intitulava-se um criador de modas e decorador de vitrines. Portanto, viu-se inclinado a dar dicas ao comércio local, sugerindo aos comerciantes que adquirissem em Paris apenas modelos correspondentes aos requisitos especiais do caráter e da estética da brasileira, respeitando o tipo físico nacional.

Outra sugestão dada pelo vitrinista era que as vitrines não fossem muito poluídas visualmente, quer dizer, que apresentassem apenas um modelo diferente por dia, porque do contrário criaria muita confusão e desorientação nas clientes. Para ilustrar o perigo da desorientação causada pelo comércio local, o autor narra uma suposta conversa que ouviu entre duas senhoras da sociedade. Uma delas relata para outra que ao procurar um vestido de festa, todas as lojas lhe mostravam o que diziam ser “o último modelo de Paris”; porém, eles eram muito diferentes entre si, fato que a deixou desorientada. A divergência de opinião entre os vendedores, inclusive sobre o modelo adequado para a hora do dia, levou a compradora a ignorar o que seria “verdadeiramente moderno” em relação ao vestuário. O uso de tal expressão pelo autor atesta que ele acreditava numa “verdade” acerca do que era “moderno”. Assim sendo, a apreensão de tal “verdade” garantiria a elegância e o compasso com as mudanças recentes da moda.

Kovach caracteriza as vitrines como conselheiras e guias da moda. Ao contrário do que podemos imaginar, elas não deveriam ser apenas um chamariz ou uma propaganda para atrair compradoras. “A cliente não é sábia em questão de moda, é preciso esclarece - lá e ajudá-la.” Isto quer dizer que o autor possui uma visão da moda como um campo de saber específico, que exigiria uma formação própria; não bastaria ter dinheiro ou ser bem nascida para saber comprar; existem profissionais que devem auxiliar a clientela e entre eles estariam o vitrinista e o vendedor. O procedimento correto seria mostrar poucos vestidos, indicando a

¹⁵⁶ MACEDO, Joaquim Manuel de. **Memórias da rua do ouvidor**. Rio de Janeiro: H. Garnier, 1878.

ocasião para a qual servem. É mais fácil escolher entre poucos do que entre muitos. Ressaltava que a decisão final cabia à cliente, que seria a verdadeira propagandista da moda e não a modista. Essa linha de pensamento contraria a idéia corrente do senso comum, segundo a qual existem ditadores da moda, e coloca a tônica da escolha nos sujeitos que dela vão servir-se, sejam por questões de gosto ou identitárias.

Como um eco tardio da carta de Kovack, em 11 de abril de 1931, *O Cruzeiro* apresentou o anúncio de um “Concurso de Vitrines” organizado pela própria revista. O slogan dizia o seguinte: “Ninguém repara numa mulher mal vestida, embora formosa.”. Essa valorização do bem vestir e da elegância feminina é uma das visões de mulher que reaparecerá nos anos 1940 em colunas como as de Elza Marzullo, algumas delas serão analisadas no capítulo 4. O regulamento do concurso dizia que ele era extensivo a todo tipo de comércio, com inscrição gratuita e seria escolhida uma vitrine por mês.

Os critérios de avaliação eram: o estilo ou caráter artístico, a originalidade ou humorismo. A premiação abrangia os três primeiros lugares que teriam como prêmio anúncios gratuitos na revista. O concurso demonstra o crescimento do comércio e a importância dada à propaganda nesse período¹⁵⁷.

Um ano antes a carta reportagem de Kovack dirigira severas críticas às vitrines do comércio carioca, acusando-as de serem responsáveis pela confusão entre suas clientes. Agora todas as vitrines seriam julgadas, tanto as de moda quanto outras. O fato do prêmio ser um anúncio publicitário revela a importância que *O Cruzeiro* deu a este meio de comunicação desde sua fundação. Tal constatação aparece reforçada pelo editorial que comemorava o primeiro aniversário da revista:

Com o presente número 52º, O CRUZEIRO perfaz seu primeiro ano de existência, e ainda nos parecem próximas aquelas alvoroçadas vésperas do lançamento desta revista, no qual nos propusemos aplicar os mais modernos recursos da propaganda, numa demonstração decisiva do valor e da eficiência do *reclame*.

Essa declaração é clara quanto à importância dada pela revista aos anúncios comerciais que afinal ajudam a manter os meios de comunicação. Denota, por fim, uma união entre o comércio, os veículos de informação e a propaganda.

O júri do concurso pode indicar a visão acerca da vitrine, por quem ela deve ser vista e a qual público deve agradar? Nele marcam presença senhoras da alta sociedade, artistas e jornalistas, os nomes e suas funções sociais aparecem assim descritos:

¹⁵⁷ BONADIO, Maria Cláudia, *op. cit.*, p. 56.

composto pelas ilustres senhoras Sra. Stella Guerra Duval. A quem o Rio deve a instituição modelar que é o Hospital Pro-Matre. D. Maria Luisa Xanthaky, esposa do vice-cônsul dos Estados Unidos, figuras do maior relevo da sociedade carioca, e dos Srs. Oswaldo Teixeira, o insigne pintor, medalha de ouro da Escola de Belas Artes, e Victor de Carvalho, o cronista do Diário da Noite que todo Rio conhece e admira, e que lançou a idéia do concurso de vitrines na sua crônica *Bazar*, naquele jornal.

O *Diário da Noite* era um jornal que pertencia ao grupo dos Diários Associados, assim como *O Cruzeiro*. Fica claro que o corpo de jurados não era composto por qualquer um, mas por figuras ilustres e destacadas dentro do cenário social carioca da época. Isso pode significar que na concepção da revista, a moda, ou mais precisamente as vitrines, eram um assunto para ser julgado pela elite. Composta nesse caso por senhoras da sociedade, mas também por um artista plástico que teria uma visão estética apropriada para julgar a beleza. Oswaldo Teixeira ilustrou muitos contos para a revista nessa época; seu traço era riquíssimo, e elaborava gravuras no estilo *aquatinta*¹⁵⁸. As mulheres da elite são apresentadas como figuras respeitáveis e completando o grupo estava um jornalista do grupo dos Diários Associados, dito como possuidor de fama popular.

Esse subitem procurou avaliar a visão da moda da principal colunista que aborda o tema na revista *O Cruzeiro*, em seus primeiros anos de publicação. Como vimos, o diálogo com a leitora brasileira não era direto, mas mediado. Mesmo assim, as opiniões de Thérèse Clemenceau nos dizem muito sobre a forma de comunicação com os leitores ávidos por informações de moda. Essas chegavam ao Brasil através do olhar estrangeiro, como no caso também da carta de Kovack. Finalmente a moda pode ser julgada por brasileiros, já em 1931, no concurso de vitrines. Mas, os escolhidos como jurados denotam que o assunto requer certa cultura para compreendê-lo; seria um saber específico, relacionado às senhoras da sociedade, artistas e jornalistas. As vitrines deveriam ensinar para as clientes.

O provável ponto de aproximação com um número maior de leitoras que podemos aferir nesse item é o lançamento dos moldes. Ao unir a moda com a utilidade de produzir as roupas de forma caseira, a revista estaria indo ao encontro da realidade da maioria da população.

¹⁵⁸ Técnica de produção de gravuras que permite não só traçar as linhas características da água-forte, mas também criar manchas sombreadas. Método usado pelo pintor espanhol Francisco Goya (1746 – 1828). Segundo: GOMBRICH, E.H., *op. cit.*, p. 488.

2.2 - Alterações na silhueta da moda

É imprescindível acompanhar a mudança da roupa que molda o corpo da mulher; portanto, observei estas alterações nas colunas de Thérèse Clemenceau. A silhueta ajuda a construir uma imagem feminina de um determinado período. O que pretendi foi acompanhar as avaliações que a colunista fez sobre as flutuações da moda de seu tempo. A construção de um determinado estilo na moda origina um modelo de mulher. Podemos vislumbrá-lo através dos olhos de Clemenceau e, portanto, por meio da própria fonte. Pretendo avaliar a visão de moda da jornalista através de suas opiniões sobre a variação nas formas.

Tratarei de certa maneira da transformação que a moda estava sofrendo na virada da década de 1920 para a de 1930, momento do qual “Madame” foi testemunha. Cinco dias após sua coluna de 19 de novembro, a Bolsa de Nova York sofreria o *crash*, fato que nunca foi mencionado diretamente por ela, mas que foi sentido pela indústria da moda mundial e transformou a silhueta dos anos seguintes. Segundo Mendes: “As coleções de inverno de 1929 haviam sido desenhadas e produzidas antes do colapso da Bolsa de Wall Street, em 24 de outubro de 1929...”¹⁵⁹. Apesar disso já estavam ali esboçadas as principais alterações que viriam, como se a moda tivesse captado o momento, o desejo de uma mudança estética.

As mudanças mais importantes estavam no comprimento das saias, que haviam atingido em 1925 seu menor tamanho desde a Antiguidade Clássica. Em fins da década elas sofrem um alongamento como podemos notar na imagem abaixo.



Figura 8

A legenda dessa foto é: “Sultana – Vestido para a noite, de musselina branca, guarnecido de paillêtes de prata e rubis – modelo de Bernard el Cie”. O título orientalizado da imagem nos remete ao estilo *art deco* que predomina nesse período. Este teve origem na “Exposition Internatiole des Arts Decoratifs ets Industriels Modernes”, exibida em Paris no ano de 1925. Nela foram apresentados objetos *art déco*

¹⁵⁹ MENDES, Valerie, *op. cit.*, p. 69.

profusamente decorados, alguns revivendo o século XVIII (auge do barroco) e, em contraponto, apareceram obras de arte minimalistas. “As linhas lisas, angulares e geométricas do modernismo logo dominaram a moda e o design têxtil. Branco, preto, cinza e bege neutros eram as cores mais na vanguarda e, nas raras ocasiões em que se usavam padrões, estes tendiam a ser lineares e geométricos.”¹⁶⁰. As linhas simples eram salpicadas com toques de exotismo – uma inspiração nos países do extremo oriente, que também se expressava em bordados, nos vestidos de noite, por exemplo.¹⁶¹

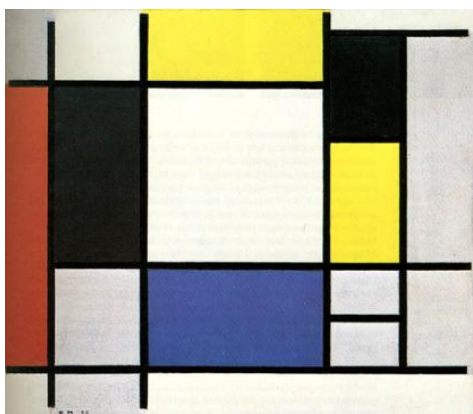


Figura 9

Piet Mondrian. *Composição em vermelho, preto, azul, amarelo e cinza*, 1920.

A fotografia desta seção confirma a tendência ao apresentar um vestido em linhas retas e na cor branca, num cenário minimalista que lembra um dos quadros de Mondrian. Esse artista construía seus quadros a partir de elementos simples como linhas retas e cores puras.¹⁶² Seu objetivo era eliminar o caráter subjetivo da arte e transformar a realidade. As linhas retas e os quadrados que vemos em suas telas estabelecem certa correspondência com o formato dos vestidos da mesma época. Sua escala de cores e o jogo de formas simples seguiram influenciando a moda. Na década de 1960, Yves-Saint-Lorain produziu vestidos explicitamente inspirados em suas telas.

O cabelo da modelo na foto está cortado num dos feitos mais populares da época, o chanel. Os cabelos curtos têm seu histórico: “As mulheres mais avançadas passaram a usar cabelo curto em 1917 e no início da década de 1920 outras acompanharam a tendência.”¹⁶³ A modelo lembra a atriz do cinema mudo Louise Brooks, que foi um ícone de beleza, considerada nessa época o modelo ideal da melindrosa, hedonista e desenfreada.¹⁶⁴ A moda estaria assim intimamente ligada à sensação de prazer, da ausência de restrições. Lembrando

¹⁶⁰ *Ibidem*. p. 59

¹⁶¹ LUSSIER, Suzanne. **Art Deco Fashion**. London: V&A publications, 2003.

¹⁶² GOMBRICH, E.H., *op. cit.*, p. 582

¹⁶³ MENDES, Valerie. *op. cit.* p. 53

¹⁶⁴ SEELING, Charlotte. **Moda: o século dos estilistas 1900 – 1999**. Colônia: Ed. Könemann, 1999.

que esta década é conhecida como “os anos loucos”, momento em que, após a Primeira Guerra, a ordem era aproveitar a vida, que se apresentara tão frágil e curta.

Em 12 de outubro de 1929, a seção *Dona* intitulava-se: “No templo dos chapéus”. O texto descreve as últimas coleções de chapéus, analisando as criações de vários chapeleiros. O chapéu era um acessório feminino muito importante nessa época, e o modelo que predominava era o famoso “cloche”, que quer dizer “sino” ou “em forma de sino”; era enterrado na cabeça com as abas para baixo, e tornou-se um símbolo da moda dos anos 20.

Entretanto, a foto dessa página apresenta roupas de banho de Sonia Delaunay, artista plástica da época, que aplicava sua arte geométrica como estampa nos tecidos, e abriu uma boutique onde comercializava suas criações:

Delaunay acreditava que as belas-artes deviam ser integradas ao cotidiano e desenvolveu projetos têxteis a partir de suas pinturas cubistas órficas, que exploravam a ilusão de movimento criada pela justaposição de cores e formas. Em contraste com a voga vigente de tons neutros, seus tecidos eram caracterizados com padrões em diamante e círculo, em cores brilhantes, usados em roupas esportivas vistosas, com acessórios combinando.¹⁶⁵

Apesar da revista *O Cruzeiro* não apresentar os créditos da imagem sabemos tratar-se do trabalho de Delaunay pelos marcantes padrões geométricos nos trajes de banho. Comparando a imagem publicada no periódico (figura 10) com uma fotografia da época¹⁶⁶ que possui referência: “Uma mulher posa com um traje de banho de Sônia Delaunay” (figura 11), podemos aferir a semelhança:

¹⁶⁵ MENDES, Valerie, *op. cit.*, p. 59

¹⁶⁶ WORSLEY, Harriet. **Um século di moda**. Veneza: Ed. Könemann, 2004.



Figura 10



Figura 11

Alguns momentos da coluna *Dona* tornavam mais visíveis as transformações da silhueta. Enquanto nos anos 20 as cinturas eram na altura dos quadris, fato que originava um visual andrógino, no fim da década a mesma volta gradualmente para sua posição original; esta característica dava ao traje um ar mais romântico. Além disso, pouco a pouco as saias alongavam-se. “Todo o corpo fica aprisionado na fazenda, desde o começo do peito até a terminação dos quadris; a partir daí, assistimos a um revoó de tecido que abunda tanto em largura como em comprimento, pois o chão é de quando em vez tocado pelas pontas da fazenda.”¹⁶⁷ O modelo descrito apresentava a cintura baixa e, a partir da linha dos quadris, o vestido ganhava volume, alongando-se em pontas; essas eram características da moda daquela época.

Em certos momentos, Madame Thérèse gostava de dar conselhos, tais como:

Atenção! Não mais raspeis a vossa nuca, nem corteis mais vossos cabelos, deixai-os em paz, pois tem direito a algum repouso aqueles que por tão longo tempo torturastes. Muito breve se desprezardes este conselho, estareis fora da moda, e quando, por fim, vos decidirdes em alongar vossa cabeleira, servos-á necessário esperar que ela cresça a razão de um centímetro por mês.¹⁶⁸

Nessas situações, ela apontava para tendências de transformação da moda, que na sua opinião alterava-se rapidamente, o que dificultava por seu ritmo que a mulher se mantivesse

¹⁶⁷ Revista **O Cruzeiro**, 02 de novembro de 1929, seção *Dona*.

¹⁶⁸ Revista **O Cruzeiro**, 16 de novembro de 1929, seção *Dona*.

atualizada. A aceleração das mudanças é considerada por alguns autores como condição essencial para a existência de fenômenos ligados à modernidade, como no caso da moda. A sociedade busca o novo, e a moda apreende um desejo coletivo de mudança, que em alguns casos ocorre antes mesmo que o indivíduo o perceba.¹⁶⁹

Madame Clemenceau parecia compartilhar dessa idéia de renovação constante do vestir. Expressou essa idéia ao mencionar, em uma de suas colunas, algumas modas rápidas ou instantâneas. Por exemplo: a colunista narrou um episódio em que ela e uma amiga procuraram um determinado modelo de bolsa, mas não o encontraram, porque, segundo a vendedora, havia saído de moda há 15 dias¹⁷⁰.

Na transição entre as décadas, a colunista procurou apontar as previsões sobre o que seria a moda de 1930. Madame Thérèse afirmou ter coletado os registros das cronistas de Paris e de Londres, que, segundo ela, originariam “profecias mais ou menos desconcertantes”. Na época, teriam surgido duas correntes: a primeira pregava a vitória definitiva da saia comprida, da cintura alta e da linha longa. A segunda era radicalmente oposta, mantendo a silhueta dos “anos loucos”. Porém, a autora acreditava que nenhum deles estava certo: o que iria imperar, em sua opinião, era um meio termo entre a saia longa, indicada para o uso em salões, festas, bailes, reuniões e cerimônias, e a saia curta, para o passeio, o esporte, as compras, etc.¹⁷¹.

Ela declarou: “A mulher verdadeiramente elegante tem um vestido para cada hora do dia, como tem um para cada momento social.” Notamos que ser elegante não era para qualquer uma, mas para quem tinha condições de manter um guarda-roupa vasto. A rigidez nas trocas dos trajes está mais associada ao século XIX e início do XX¹⁷², mas podemos encontrá-la nessa crônica do início dos anos 30.

No mesmo texto, a jornalista defendeu algumas conquistas modernas; por exemplo, a saia mais curta, que foi uma marca registrada da década de 1920. Após a Primeira Guerra, as saias passaram a descobrir os tornozelos, subindo gradualmente até atingirem seu comprimento mínimo em 1925; este último podia variar entre logo abaixo ou acima dos tornozelos.¹⁷³ A virada da década de 1920 para a de 1930 representou o alongamento da peça depois da grande conquista que foi poder usá-la mais curta. Sempre que tal fato ocorreu no mundo da moda, gerou fortes polêmicas. Um debate semelhante também foi importante nas

¹⁶⁹ LIPOVETSKY, Gilles, *op. cit.*, p. 29

¹⁷⁰ Revista **O Cruzeiro**, 21 de dezembro de 1929, seção *Dona*.

¹⁷¹ Revista **O Cruzeiro**, 23 de janeiro de 1930, seção *Dona*.

¹⁷² MENDES, Valerie, *op. cit.*, p. 5

¹⁷³ *Ibidem*, p. 56

colunas de Alceu Penna a partir de 1947, ou seja, após a criação do *New Look* de Christian Dior (tratarei sobre esse tema no capítulo IV). Thérèse parecia partidária da saia curta, que, segundo ela, auxiliava na vida das ruas e do ar livre, que exige comodidade, conforto, higiene e liberdade de movimentos.

O posicionamento da autora apóia-se numa maior circulação da mulher desse período, que se revela na menção a rua e do ar livre como ambientes que remetem mais ao lazer. Ela não fala da necessidade de comodidade para o trabalho. Pequenos comentários como esse ajudam a elucidar quem era essa mulher da qual Thérèse queria ser porta-voz. A omissão ao trabalho feminino ocorre justamente pouco depois da Primeira Guerra; durante o conflito, as mulheres passaram a participar mais do mercado de trabalho, e tinham de se deslocar pela rua.¹⁷⁴ Restabelecida a paz, houve sem dúvida uma queda dessa participação. As ruas passaram a ser ocupadas pela circulação das mulheres de classes altas que ampliaram seus espaços de sociabilidade através do próprio consumo, que passava principalmente pelos artigos do vestuário e beleza.¹⁷⁵

Sobre a renovação dos estilos na moda, a seção *Dona* de 11 de abril de 1931 apresentava: “A linda moda do verão para 1931”. Quando consultamos o calendário referente às estações do ano, notamos que no Brasil o mês de abril corresponde ao outono; por outro lado, na Europa, é o segundo mês da primavera, e as *maisons* se preparam para o verão, que inicia em junho. A colunista seguia o calendário do hemisfério norte – mas será que, no Rio de Janeiro, onde o outono é mais ameno, as dicas da moda de primavera/verão do hemisfério norte não seriam bem vindas? Além desta possibilidade, havia o desejo de saber antecipadamente o que as francesas estavam usando para poder copiá-las, garantindo uma posição de elegância.

A correspondente rasgou elogios para as novas coleções parisienses. Porém, o que mais chamou minha atenção foi uma “nota da redação” publicada ao final do texto, com o seguinte conteúdo:

No próximo número, Madame Thérèse Clemenceau, descreverá às suas leitoras brasileiras, que tanto a admiram, as novas modas lançadas pelas casas Heim, Agnes-Drecoll, Martial-Armand, Mirande, Madeleine, Germaine Leconte e Jeane Regny. O Cruzeiro acompanhará esse inquérito da elegância parisiense com a reprodução de fotografias e desenhos fornecidos pelas casas criadoras a nossa ilustre colaboradora.

¹⁷⁴ SEELING, Charlotte, *op. cit.*, p. 59

¹⁷⁵ BONADIO, Maria Cláudia, *op. cit.*, p. 22

Essa nota revela vários fatores. Um deles é que, aparentemente, o contato direto entre o leitor e a colunista era intermediado pela revista. *O Cruzeiro* construía o diálogo entre a jornalista estrangeira e a leitora brasileira, colocando-se como o elo entre a moda internacional e o Brasil, além de demonstrar que valorizava o tema da elegância. Fica explicitado que a atualização dos dados sobre os desfiles internacionais estava acessível ao público leitor tanto através dos textos da correspondente, como das imagens que a mesma fornecia para a revista.

O ano de 1931 marca uma importante reforma editorial da revista, conforme Accioly Netto: “decidi que a saída era dar outro rumo editorial a *O Cruzeiro*: o das grandes reportagens, ao estilo da revista norte americana *Life* ou da *VU* francesa, que evolui para a excelente *Paris Match*. Foi a partir daí que *O Cruzeiro* começou a explorar as atualidades fotográficas do *faits divers* nacional e internacional”¹⁷⁶. O processo de modernização afetou diretamente as imagens e, dessa forma, a comunicação visual passou a exercer um papel importante no periódico. As seções de moda não cessaram de crescer nas décadas de 1940 e 1950, como veremos nos capítulos III e IV.

As transformações da silhueta podem ser mais bem compreendidas através da imagem. A melhoria na disposição e a ampliação do número de imagens tornaram a moda ainda mais acessível às leitoras brasileiras. Daquele momento em diante não se dependia apenas das descrições de Madame Thérèse Clemenceau para “ver” as mudanças, mas estas podiam ser observadas diretamente através das fotos estrangeiras. Talvez isso explique o fim das longas colunas de moda como *Dona*, em que o texto ocupa um papel de destaque.

Além disso, este item tratou dos debates sempre acalorados sobre as menores mudanças na silhueta feminina e seus grandes impactos. As alterações mais importantes entre os anos de 1929 e 1930 foram: a descida das saias, o fim do visual andrógino dos anos 20, através da adoção de elementos considerados mais femininos, como a cintura no lugar, e o uso de flores como adereço, entre outros. Esses elementos ajudaram a expressar alguns ideais da mulher da década que nascia. Todos eles foram reforçados ou refutados pela colunista Thérèse Clemenceau, e suas opiniões eram bem marcadas.

¹⁷⁶ NETTO, Accioly, *op. cit.*, p. 48.

2.3 - A moda e o passado

Quando nos deparamos, nas colunas de Clemenceau, com comentários sobre “a voga das flores inspiradas nas modas de 1860 a 1880”, percebemos que ela partilha da idéia de que a moda quase sempre buscou inspiração no passado. A aproximação desses dois elementos ocorre principalmente após a Revolução Francesa. Na chamada “Era da razão”¹⁷⁷, estimularam-se os sentimentos nacionalistas e, com eles, a valorização da história. “Os revolucionários gostavam de se considerar gregos e romanos renascidos...”¹⁷⁸ Essa visão afetou igualmente a arte e a moda. Os revolucionários franceses – como anteriormente o fizeram os humanistas do Renascimento – procuraram legitimar-se resgatando a Antiguidade Clássica. O opulento estilo aristocrático de vestir, que representava o Antigo Regime, foi substituído por uma simples camisola, no caso dos trajes femininos.¹⁷⁹

Quanto à arte, o maior expoente do nacionalismo francês e do resgate dos ideais clássicos foi Jacques-Louis David, eleito o pintor oficial da Revolução e, posteriormente, da corte napoleônica. Ele transformou a arte em política. David chegou a desenhar trajes oficiais para o Império, que deviam expressar o poder de uma forma nova.

A mudança na moda na época de Napoleão não ocorreu de um dia para o outro, mas foi certamente radical. Durante a primeira fase da Revolução Francesa, os burgueses adotaram o chamado “traje revolucionário”, que incluía o inseparável barrete frígio, enquanto a aristocracia seguia as maneiras da corte. No período do Terror, vestir-se com elegância podia custar a própria vida. Posteriormente, com a derrota de Robespierre, instalou-se o período conhecido como Diretório. Nessa época, surgiram as “merveilleuses”: grupo de burguesas ricas que se dividiam em gregas e romanas¹⁸⁰. Elas acreditavam que, ao vestirem trajes brancos de linho semitransparente, até onde a moral permitia, pareceriam com as estátuas clássicas. Seu correspondente masculino era o grupo chamado “incroyable”, responsáveis por lançar o estilo de vestir do burguês, com trajes muito mais discretos que dos aristocratas.

O século XX foi ainda mais nostálgico no tocante à moda. Mesmo a década de 1920, que é normalmente identificada como um período modernista na arte e atitudes, buscou referências no passado. Um exemplo disso eram os objetos decorativos inspirados no barroco, estilo que também aparece nas jóias criadas por Coco Chanel. Já os arranjos de flores presos à

¹⁷⁷ GOMBRICH, E. H., *op. cit.*, p. 457.

¹⁷⁸ *Ibidem*, p.485

¹⁷⁹ LAVER, James. **A roupa e a moda**: uma história concisa. São Paulo: Companhia das Letras, 2006. p. 155.

¹⁸⁰ COCCIOLO, Laura & SALA, Davide, *op. cit.*, p. 145.

cintura referidos por Thérèse Clemenceau apontam uma tendência de retorno ao Romantismo, que ocorre a partir dos anos 30.

Em 02 de novembro de 1929 a jornalista escolhe como título para sua coluna: “A moda passa”. Parece uma interessante alusão à efemeridade do fenômeno da moda, assim como defendeu Gilles Lipovetsky.¹⁸¹ A moda seria passageira, pois está em eterna mutação, sujeita aos desejos humanos de modificar a aparência. Ela pode, também, variar conforme as transformações gerais no gosto e na visão estética. Além disso, não podemos esquecer sua variável econômica, que tem relação com o incentivo ao consumo, apesar de o fenômeno quase sempre ser reduzido a este ponto. O passado, em geral, é evocado na moda por ser tranqüilizador, por ter a aparência de estabilidade. Evocá-lo agrega memórias afetivas às roupas, cria um clima de nostalgia dos tempos vividos na infância, ou resgata a época dos pais e dos avôs. A colunista francesa apresentou uma visão semelhante ao escolher este título para o fim de 1929; uma virada no padrão de beleza feminino estava em processo e, nela, elementos de outras épocas estariam presentes.

A relação entre a moda e o passado é revivida na edição de 16 de novembro de 1929:

Parece certo que as flores artificiais não serão usadas nem sobre os manteaux nem sobre os vestidos de dia, ficando reservadas exclusivamente para as toaletes de noite; os lugares escolhidos oferecem o interesse da novidade, ou antes, da ancialidade, porque, folheando alguns de 1850 a 1880, encontrareis sem nenhum esforço tudo o que vos é necessário para estar originalmente vestidas.

Há nessa citação uma crítica à ausência de originalidade na criação de moda. Ainda hoje nos deparamos frequentemente com este argumento da repetição dos estilos no vestir. Parece que este sempre foi o risco de reviver ou relembrar, mesmo que em caráter de releitura, a moda do passado. Há um temor quanto à ausência de novidades. Contudo, se hoje comparamos os dois momentos citados na coluna – o final do século XIX e 1929 – não visualizamos praticamente nenhuma semelhança.

Um dos momentos mais importantes para a análise da visão que Mme. Thérèse Clemenceau tinha da história da moda está na edição de 04 de janeiro de 1930. Tratava-se de uma matéria extra intitulada: “Um livro novo sobre a velha moda”. Referia-se a um livro sobre a história do “costume” ou do traje. Ela cita Renan, que teria dito: “a toilette feminina é uma grande arte à sua maneira.”. Esse comentário aproxima-se à idéia que Charles Baudelaire tinha sobre as gravuras de moda.¹⁸²

¹⁸¹ LIPOVETSKY, Gilles, *passim*.

¹⁸² BAUDELAIRE, Charles, *op. cit.*, p.8.

É interessante notar que a história da moda já despertava interesse nessa época, e que isso não era uma novidade para os europeus. Esses estudos remetem às compilações de trajes surgidas na Renascença ¹⁸³, passando pelas obras abrangentes lançadas no século XIX, tais como as de Carl Köhler¹⁸⁴ e Auguste Racinet.¹⁸⁵ Inúmeros foram aqueles que procuraram registrar tanto a moda de seu tempo como traçar um apanhado de toda história do vestuário, desde as primeiras civilizações.

A obra comentada pela matéria intitulava-se: “Le Costume da revolução de 18 aos nossos dias”, escrita por Madame Reymond Sée. Clemenceau o apresentou como um livro de história solidamente documentado, com uma escrita tão agradável quanto um romance. Elogiou o fato de o livro ser escrito por uma mulher, o que na sua opinião tornara o texto preciso e leve. “A autora obedece a uma dupla preocupação: precisão técnica rigorosa, de que se satisfarão os mais eruditos, e ressurreição da vida do passado, com o que se deliciarão os artistas e as mulheres.”

A autora colocou a ciência ou técnica próxima dos eruditos e a “ressurreição do passado” próximo aos artistas e às mulheres, que seriam dotados, talvez, de um espírito mais sensível para importar-se em reviver o passado. Segundo o comentário, desde 1874, nenhuma obra de conjunto havia sido escrita sobre o traje. ¹⁸⁶ Este seria um lapso, uma vez que Clemenceau declara que a moda: “ocupa na estética atual um papel considerável”, lembrando que sua “atualidade” eram os anos 30. Afirma ainda: “Porque o décor da vida, a que nossa época se mostra tão atenta, ocupa lugar de primeiro plano nas preocupações contemporâneas. Vestido e mobiliário, a tela do fundo e as silhuetas que contra elas se desenhavam...”. Esse parágrafo esclarece quais seriam, em sua opinião, as “preocupações contemporâneas”; elas girariam em torno justamente dos temas que tratam das aparências, da relação estética entre o que se veste e o nosso entorno.

Notamos ainda a influência da exposição de artes decorativas ocorrida em Paris no ano de 1925. O uso da expressão “décor da vida” lembra o tipo de arte surgida naquela época, ou seja, o *art déco*. No caso do texto, esse estilo estende-se ao cotidiano, numa espécie de decoração da vida. Tal extensão encontrava-se na ligação entre a silhueta da moda e a decoração dos interiores contra os quais a primeira se fazia notar. Um exemplo disso seriam

¹⁸³ Conforme LIPOVESTKY, *op. cit.* p. 31

¹⁸⁴ KÖHLER, Carl. **História do Vestuário**. São Paulo: Martins Fontes, 2005. O autor viveu de 1825 – 1876. A obra original foi publicada em alemão em 1871.

¹⁸⁵ RACINET, Auguste. **Le Costume Historique**. Colônia: Taschen, 2006. A edição original é de 1888 e foi reeditada pela editora alemã Taschen em 2003.

¹⁸⁶ Acredito que essa última obra pudesse ser a de August Racinet, publicada em 1888, apesar das datas não fecharem. Intitulada *Le Costume Historique*, é um verdadeiro tratado que engloba desde o Egito Antigo até o início do século XIX, destaca-se principalmente pelas gravuras.

os opulentos objetos de decoração dourados em estilo barroco, dividindo a cena com uma modelo em um vestido simples, dentro da lógica do pobre chique, e ostentando jóias igualmente barrocas criadas por Chanel. Da mesma forma, cenários compostos pelas linhas retas das artes plásticas e da arquitetura aparecem como a moldura perfeita, que ecoa na silhueta dos trajes desse período.

A obra sobre história da moda foi destacada como de extrema importância para os pesquisadores do futuro. “Constitui uma série verdadeiramente encantadora das feminilidades sucessivas. Assim revive pela imagem mais de um século de modas, que dão à sucessão ininterrupta de uma crônica de costumes. (...) caprichos de um momento, nascidos por vezes de um movimento profundo de idéias, de revoluções econômicas e sociais.” Através desse comentário, a autora apresenta uma visão bastante atual da importância histórica do movimento da moda, como uma marca de transformações culturais, sociais, econômicas e políticas.¹⁸⁷ A percepção de que podemos, através da moda acompanhar, a transformação nas visões sobre a mulher aparece nesse trecho e é um dos objetivos de meu trabalho. Afinal, que mulher *O Cruzeiro* construiu ao longo das quase duas décadas analisadas? Certamente ela não foi uma única mulher; mas existiram pontos comuns e importantes diferenças, transformações superficiais e profundas que foram aferidas a partir das colunas de moda.

A expressão “feminilidades sucessivas”¹⁸⁸ indica uma mudança na visão acerca da mulher conforme o contexto histórico em que ela está inserida. A moda tornar-se-ia uma lente privilegiada para a observação da imagem desejada ou mesmo idealizada acerca das marcas do que é ser feminina em determinado período.

Segundo Thérèse, a autora do livro comentado teria despistado as filosofias políticas envolvidas na alteração do traje. Concentrou-se no “duplo signo de verdade científica e de graça sobre o qual nasceu este livro...” A verdade aparece aqui ao lado da ciência, como colocam alguns epistemólogos¹⁸⁹. Afinal, como a jornalista ressaltara anteriormente, o estudo baseava-se em documentos e era digno de ser chamado de história, considerado a partir de uma perspectiva de que a história seria ciência. Contudo, a moda parece aliar dois campos aparentemente opostos, o da ciência e o da graça. Através desse último, aproxima-se da estética, que, para algumas correntes da filosofia, pode ser chamada de “ciência do belo”¹⁹⁰; essa concepção resolveria a equação colocada por Clemenceau.

¹⁸⁷ Conforme VEILLON, Dominique, *op. cit.*, p. 7

¹⁸⁸ SERPA, Leoní, *passim*.

¹⁸⁹ MOSER, Paul K, *passim*.

¹⁹⁰ JIMENEZ, Marc, *op. cit.*, p. 113

Acerca das imagens ou gravuras de moda, o comentário de Thérèse parece ter sido extraído diretamente de Baudelaire: “O interesse dessas planchas reside no valor artístico, e em sua escolha.” Aqui, identificam-se como “planchas” os desenhos dos trajes, algo semelhante ao que o poeta francês dizia sobre as gravuras de moda.¹⁹¹ Os dois autores consideram os desenhos de moda como verdadeiros trabalhos artísticos.

Relacionar a moda ao passado pode parecer aparentemente contraditório. Contudo, mesmo acusada de efêmera, a moda não cessa de apresentar resgates. Podemos achar que essa possa ser uma crítica atual da perda de criatividade, porém, observamos que mesmo uma coluna de moda com mais de setenta anos, como a de Clemenceau, compartilha dessa visão sobre sua própria época. Afinal, as releituras não recriam os trajes do passado, mas algo novo que não pode fugir aos limites de seu próprio tempo.

2.4 – Formas de feminilidade e sociabilidade

Através desse subitem, pretendo abordar os momentos da seção *Dona* nos quais Clemenceau revelou sua maneira de ver a atuação da mulher na sociedade. Seus comentários de moda nos deixam ver também quais eram os espaços de sociabilidade, os campos de atuação e os papéis sociais destinados às mulheres. Dessa forma, a colunista indicou uma forma de ser mulher em seu tempo. Na edição de 12 de outubro de 1929, fez o seguinte comentário sobre sua visita a uma famosa chapeleira de Paris: “É preciso ser decidida (como só as jornalistas femininas o são) para entrar hoje nos salões de Martha Régnier, a mais audaciosa de todos.” Afirmações como essa nos fazem notar a valorização de características femininas mais modernas, como: a capacidade de decisão, a ousadia e a atuação no mercado de trabalho. As profissões que apareceram como propícias à mulher são as de jornalista e de chapeleira, ou seja, uma profissional da moda. A própria autora se definia como uma profissional de imprensa.

Quando comparamos as seções de figurino de Clemenceau com as de Alceu Penna – responsável pelos mais importantes comentários de moda de *O Cruzeiro* a partir dos anos 40 – percebemos uma diferença importante. A mulher descrita por Madame Thérèse era cosmopolita e possuía hábitos modernos, enquanto as mulheres descritas por Alceu voltavam-se mais para a família e cumpriam os deveres sociais de esposa. As personagens da coluna *Dona* pareciam transitar no espaço público, como podemos ver na imagem (item 2.1) em que uma moça preparava-se para dirigir um automóvel. Elas exerciam profissões como as de

¹⁹¹ BAUDELAIRE, *op. cit.* p. 8.

jornalista ou mesmo ligadas ao mundo da moda: estilistas, chapeleiras, etc. Assim, as mulheres aparecem, como no texto do início desse item, e imagem 5 do item 2.1 do mesmo item. Na época de Alceu as mulheres apareciam desempenhando funções domésticas, como cuidar da roupa dos filhos – vide a grande quantidade de sugestões para os pequenos que aparecem junto às colunas de moda feminina (analisadas no item 4.2). Além disso, as esposas apareciam servindo os convidados de seu marido, mas para isso usavam bonitos aventais. Elas deviam estar sempre bem vestidas para esperar que seus maridos voltassem do trabalho. Ao sugerir modelos de aventais nos anos 40 e 50, Alceu Penna deixava claro quais eram os deveres sociais da mulher: o da boa mãe e boa esposa. Contudo, os mesmos poderiam ser compartilhados com as mulheres dos anos 20, mas estavam sob espessa maquiagem. A década que foi alardeada como muito liberal, provavelmente esperava o mesmo de suas mulheres; mas tal expectativa estava oculta por um verniz de modernidade.

A respeito da classe social que seria o público alvo de cada um dos colunistas, pode haver uma coincidência: aparentemente, tratava-se da classe alta. Entretanto, a partir dos anos 40, começaram a aparecer matérias extras sobre a economia no vestir e, mesmo nas seções de Alceu, apareciam sugestões de tecidos mais baratos, além da continuidade do incentivo à cópia. Enquanto isso, Clemenceau sugeria apenas “toilettes” refinadas e luvas que se destinavam a cobrir “peles acetinadas”.

A idéia de que, no princípio, a moda no Brasil tinha como alvo principal a mulher da elite foi também apontada por Maria Cláudia Bonadio: “O espaço do comércio de moda no centro da cidade seria o local privilegiado das mulheres de elite (...)”¹⁹². O trabalho da autora tinha como referência a cidade de São Paulo na década de 1920. O ato de fazer compras como um importante passatempo feminino apareceu em 21 de dezembro, na seção *Dona* dedicada ao Natal. Com o título: “Allô! Natal! Allô”, a autora demonstrou seu estilo direto de escrever. Usando vocativos nos títulos, ela escrevia em tom de carta, como se estivesse numa conversa informal. Essa linguagem chama a atenção e acaba aproximando o leitor e aquele que escreve. Algumas vezes, o estilo da coluna era o de um bate-papo entre amigas. Dessa forma, a seção se diferenciava das reportagens que costumam ser pretensamente “neutras”, utilizando uma linguagem formal que contribui para isso. Esse diferencial de Thérèse acabava criando um vínculo com as leitoras; mesmo que ela não escrevesse para as brasileiras propriamente, essas sentiam conhecer a comentarista francesa através de seu jeito pessoal de se comunicar.

¹⁹² BONADIO, Maria Cláudia, *op. cit.*, p.37

Na referida edição, ela relata uma conversa que teve com sua amiga sobre a proximidade do Natal, num encontro para comprar os presentes: “E foi assim que, ao soar três horas, o auto nos depunha, a mim e a Nina, a entrada da Rua da Paz para aí fazermos o que em bom francês se chama *footing* que por equidade, deve, em inglês, chamar-se *promenade*.” Essa história revela não só os pontos de compra conhecidos de Paris, como a permanência do hábito de sair às compras pelas ruas da cidade, sendo este o principal passeio das mulheres que tinham condições financeiras para tal.

A Rua da Paz ou “rue de La Paix” é um espaço na capital francesa ainda hoje privilegiado pelo comércio de luxo. Este compreende as *maisons* ou casas de alta-costura, que comercializam produtos requintados e, portanto, caros. A respeito das expressões *footing* e *promenade*, a própria Thérèse fez uma ironia. A primeira delas é em inglês, e a segunda em francês, mas ambas possuem o mesmo significado, designando uma prática social das cidades modernas. Este passeio exigia grandes avenidas, calçadas e ruas pavimentadas. A expressão surgiu no século XIX, uma verdadeira instituição que servia como espaço para a exibição da burguesia. Tratava-se do passeio ao centro da cidade a fim de fazer compras, conversar, ver e ser visto. Essa prática foi alvo de comentários de escritores que refletiam sobre a vida e os costumes de seu tempo, tais como Charles Baudelaire¹⁹³ e Teófile Gautier¹⁹⁴.

Tal atividade permaneceu popular até a década de 1950. Ao encontrar comentários como o acima citado, podemos atestar essa continuidade. Colunas de moda de períodos posteriores ao de Clemenceau, anônimas, ou assinadas, como as de Rachel (analisadas no capítulo 3) e Alceu, também indicam trajés adequados para esta situação social, bem como a atividade de comprar presentes (item 4.2).



Figura 12

A seção *Dona* de 28 de fevereiro de 1931 tratou sobre os vestidos de noiva, lembrando que o casamento é um dos papéis sociais mais ligados ao feminino; podemos analisar de que maneira ele é apresentado pela coluna. Com o sugestivo título de “Sinfonia

¹⁹³ BAUDELAIRE, Charles, *passim*.

¹⁹⁴ GAULTIER, Teófile. **Baudelaire**. São Paulo: Boitempo, 2001.

em branco”, a colunista apontou para a influência das tendências de moda sobre os vestidos. Para ela, estes estariam se tornando menos simples, menos puros, inspirando-se por demais nos trajes de gala. Dessa maneira, ficam claras quais as características especiais que o vestido de noiva deveria ter. A autora ressaltou a importância de conservar a simplicidade e a pureza da referida peça do vestuário. Por este motivo os trajes de noiva não deveriam assemelhar-se às suntuosas e provocantes roupas de noite. A pureza era evocada aqui no sentido de um despojamento, levando à apresentação da noiva como uma mulher de respeito.

O antropólogo Sérgio Teixeira, em seu trabalho sobre a *camisola do dia* – peça específica utilizada na noite de núpcias entre as décadas de 1930 e 1950 – afirma o seguinte a respeito da cor branca nos vestidos de noiva: “... a virgindade funcionava como legitimadora para o uso do vestido de noiva...”¹⁹⁵. Provavelmente, a cronista tinha uma opinião semelhante, ou seja, uma visão respeitosa da peça, e por isso discordava de sua semelhança com roupas mais insinuantes como vestidos de gala.

O resultado de uma aproximação entre dois modelos de traje tão díspares, segundo Clemenceau, teria um resultado nocivo para os vestidos de noiva, que traduziriam uma “complicação incompatível com o papel que devem representar.” E que papel era esse? O de representar um dia único na vida; o traje que o caracteriza deveria possuir qualquer coisa de pessoal, especial e bem definido. Quer dizer, ela acreditava tratar-se de um momento único, e que o casamento não podia ser dissolvido; por isso, o vestido deveria expressar de alguma maneira a personalidade da noiva. Estava dizendo, em outras palavras, que a referida peça era quase sagrada e, por isso, não deveria seguir as “frívolas” tendências da moda. Contudo, a cronista nota que ocorre exatamente o contrário, e, na maioria das vezes, o vestido de noiva acaba seguindo as linhas gerais da silhueta em voga.

Para a autora, o vestido de noivado de 1931 tinha adquirido um aspecto banal, porque podia ser usado em outras circunstâncias, bastando retirar a cauda, tingir e alargar o decote. Não fora considerada a máxima de que para um momento único usa-se um vestido único. Clemenceau não parece refletir sobre o fato de que o mundo vivia ainda sob a sombra da crise de 1929, e provavelmente muitas noivas necessitavam mesmo reutilizar seus vestidos¹⁹⁶.

¹⁹⁵ TEIXEIRA, Sérgio Alves, *op. cit.*, p. 300.

¹⁹⁶ Em momentos de crise econômica tal prática parece comum, como revelou a exposição sobre vestidos de noiva realizada no Museu Julio de Castilhos na cidade de Porto Alegre em 1998, sob curadoria de Célia Ribeiro.



Figura 13

Sobre os tecidos utilizados para a confecção dos vestidos, ela não aconselhava os que tinham brilho, e nem os de textura muito fina, porque esses “revelam demais o corpo, o que nem sempre é decente.” Criticou ainda o ajustamento dos modelos abaixo do joelho, o que daria origem a um andar deselegante. Fez críticas ácidas como: “A originalidade não reina em relação aos vestidos nupciais.”

Nota-se novamente a ênfase numa mulher que casa e é símbolo de decência, revelada através das formas e tecidos de sua roupa. Ilustrando a seção, aparecem duas fotos de vestidos de baile e uma ilustração de um vestido de noiva, a fim de que o leitor possa visualizar a semelhança destacada pelo texto.

Para finalizar o texto, Thérèse afirmou: “sendo a noiva sempre jovem, pode mostrar o rosto à luz crua do dia com a certeza do triunfo.” Essa observação denota que apenas as moças jovens eram “casadoiras”. A coluna concluiu com uma observação que revelava descontentamento com o rumo dos trajes de noiva e na qual a autora se eximia da culpa de ter causado alguma confusão entre suas leitoras: “Eu menos aconselhei que desaconselhei. A culpa é da moda.” O fenômeno da moda acaba taxado de dominador dos desejos femininos e invadiria até mesmo uma instituição tão tradicional quanto o casamento. Seguem na página mais duas ilustrações de vestidos de noiva.



Figura 14

A coluna que vinha após a seção *Dona* chamava-se *Dona na sociedade*, como uma continuação natural dos assuntos femininos. Escrita por Peregrino Júnior¹⁹⁷, essa seção enfocava os eventos da alta sociedade carioca e algumas vezes paulistana. Na edição de 28 de fevereiro de 1931 aparece em destaque a fotografia de uma noiva, como um eco da coluna de Clemenceau, anteriormente referida. Abaixo da foto lia-se na legenda: “Sra. Yelva Portinho de Sá Freire Vieitas, enlace com o Dr. Raul Vieitas engenheiro da General Elétric, 07 de fevereiro em Copacabana.” Notamos tratar-

¹⁹⁷ Sobre a referida coluna ver: SERPA, Leoní, *op. cit.*, p. 62.

se de um casamento da alta sociedade. Chama a atenção que o homem foi referido como um “doutor”, mas era na verdade um engenheiro de uma multinacional estrangeira. A relevância dada a tal cargo demonstra a ascensão de uma nova classe, composta por empresários e funcionários da indústria, oposta à oligarquia rural, até pouco tempo predominante. Esse alargamento da elite demonstra a urbanização e industrialização do país. As moças da época passaram a ter uma variedade maior de “bons partidos”.

O casamento sempre apareceu com destaque nas seções de moda da revista, portanto merecerá análise também nos capítulos III e IV. Sua recorrência como tema nas seções de moda apenas confirma o interesse pelo assunto; afinal, tratava-se de uma instituição importante no universo feminino, que, junto ao papel de esposa, estava no horizonte de expectativas da mulher.

Fechando essa seção sobre o feminino e seus papéis sociais, analisarei um anúncio que apareceu na seção *Dona* em 14 de novembro de 1931. Optei na maioria das vezes por não trabalhar todos os informes publicitários que cercam as seções de moda. A análise dos “reclames” daria margem a praticamente uma nova dissertação, devido às relações que estabelecem entre a moda e os produtos de beleza, os anúncios dos produtos vindos de Paris, os remédios infantis, etc. Evidentemente, esse entorno também estabelecia um diálogo com a moda.



Figura 15

Contudo, não pude deixar de notar uma propaganda em especial, que revela muito sobre quem era a leitora da coluna. Trata-se do primeiro anúncio de eletrodoméstico que encontrei na fonte, e ocupava quase toda uma página. Quem aparecia “pilotando” o aparelho revolucionário – uma enceradeira – era uma empregada doméstica devidamente uniformizada. Tal simulação leva a crer que o produto destinava-se a auxiliar o trabalho da empregada, e não deveria ser utilizado pela patroa. Ao demonstrar qual a concepção da revista sobre quem deveria usar o aparelho, podemos aferir também quem

deveria ser seu público leitor. Devemos lembrar que nesse período os eletrodomésticos não possuíam preços realmente populares. Portanto, o comercial se voltava para senhoras que possuíam empregadas, pertencentes à camada social capaz de consumir o produto¹⁹⁸.

A partir dos anos cinqüenta é que o mundo, e também o Brasil, assistiram a um crescimento da indústria de bens duráveis, e um barateamento de seu comércio, acessíveis daquele momento em diante a muitas donas de casa¹⁹⁹. É interessante notar que o anúncio vinha relacionado com a página de dicas de moda; quer dizer: a mulher deveria preocupar-se tanto com sua aparência, como com o bem estar de sua casa. Estas seriam as atribuições da mulher do período.

O objetivo desse item foi observar que papéis a mulher apresentada por Clemenceau desempenhava na sociedade. Percebemos, através de suas dicas de moda, que suas leitoras eram mulheres cosmopolitas. Elas eram convidadas a grandes eventos, e faziam compras de luxo. Contudo, queriam casar-se e valorizavam a tradição do vestido de noiva – ou deveriam valorizá-la. As mulheres cuidavam de sua aparência como um cartão de visitas social, muitas vezes como um cartaz das posses do marido²⁰⁰. Controlavam suas empregadas e adquiriam eletrodomésticos, porque eles significavam a modernidade na casa. No fim das contas, elas parecem fruto de uma sociedade que vende uma estética moderna, mas tem uma alma conservadora.

¹⁹⁸ BONADIO, M. C., *op. cit.*, p. 151.

¹⁹⁹ BASANEZI, Carla, *op. cit.*, p. 608

²⁰⁰ PERROT, Michele, *op. cit.*, p.11

Capítulo III

Período de transição: entre madame Clemenceau e Alceu Penna

O presente capítulo pretende acompanhar as alterações nas colunas de moda a partir do momento em que não encontrei mais registros da seção *Dona* até Alceu Penna assumir a posição de destaque sobre o tema²⁰¹. O que veremos é um aumento crescente pelo interesse na moda e uma radical alteração em relação à época de Madame Thèrèse. A imagem toma um lugar de destaque, quase suprimindo o texto, mas oferecendo dados importantes para a visão de moda construída pela revista.

Outro fator importante é que em alguns momentos não havia uma coluna fixa e nem um responsável pelos comentários de moda que criassem uma identidade tão significativa como foi o caso de Clemenceau e, posteriormente, de Alceu. Após o lapso no arquivo, entre os anos de 1932 e 1934, retomo as seções de moda que seguem a linha da ilustração, como é o caso dos desenhos de “Rachel”, analisados no item 3.2.

Contudo, o aumento no interesse pelo tema da moda irá expressar-se em muitas outras reportagens especiais, principalmente com atrizes americanas. A relação entre Hollywood e a revista ocorria de várias maneiras; uma das principais era através da exploração da imagem das “estrelas”. A publicação de fotografias das atrizes intensificou-se conforme o aumento da influência do cinema americano sobre a maneira de vestir e se comportar dos homens e principalmente das mulheres. A análise detalhada dessas imagens renderia certamente outra dissertação. Elas serão mencionadas a fim de ressaltar a importância que a moda recebeu na revista e para observar a ampliação do espaço norte-americano como influenciador de estilos, tendo no cinema sua arma mais importante. A divulgação de uma moda estadunidense será também comentada no item 3.3, que trata da diversidade de pólos de influência e da passagem para uma visão brasileira de moda.

Procurei a primeira edição após o lapso temporal do arquivo; o objetivo era compará-la com as colunas de Thèrèse Clemenceau. Localizei, então, a edição de 07 de setembro de 1935; nela, nos defrontamos com uma drástica alteração nas seções sobre moda. Nossa querida madame Clemenceau não possuía mais sua coluna *Dona*. Apareceram seções com

²⁰¹ PENNA, Gabriela Ordones, *op. cit.*, p. 22.

muitas ilustrações, mas sem assinatura. A autoria de algumas reportagens é muitas vezes desconhecida, principalmente nos casos em que a mesma fosse montada com material de agências internacionais de notícias, ou por algum dos editores, usando pseudônimos ²⁰².



Figura 1

A nova coluna de moda foi apresentada em página dupla. Intitulava-se: “Alguns modelos para o começo de estação”. A estrutura da seção mesclava textos com ilustrações; estas últimas, em tamanho maior do que na antiga seção *Dona*, e bem detalhadas. Eram ilustrações coloridas, o que possibilitava observar melhor a padronagem dos tecidos. Não se tratavam mais de croquis com poucos traços, que necessitassem de longas descrições. Essa mudança tornou a relação entre o conteúdo escrito e as imagens praticamente equilibrada.

Os temas principais da matéria aparecem destacados em tópicos: “Silhuetas de última moda – As tendências que se esboçam – Os novos tecidos”. As ilustrações eram desenhadas com um pequeno cenário ao fundo que sugeria onde deveriam ser usados os referidos modelos – na cidade, na praia ou em numa recepção. A variação das situações sociais sugere um grupo de mulheres com uma vida agitada por diversos compromissos; entre eles, destaca-se o lazer, um privilégio de poucos. Entretanto, nesse período houve uma ampliação do público leitor e com isso surgiu uma preocupação da moda com as camadas mais baixas, em algumas reportagens. Tratarei a diversidade social do público alvo, a alteração na silhueta da segunda metade da década de 1930 e os novos espaços de sociabilidade femininos no item 3.1.

3.1 - A imagem da mulher, a silhueta com que se veste e seus espaços de sociabilidade.

A cada período da história vemos nascer um modelo de mulher. Algumas épocas exaltam o comportamento recatado, outras, a capacidade de iniciativa, e durante um longo período reforçou-se a manutenção do ideal de esposa e mãe²⁰³. Quando varia o contexto no qual a mulher está inserida, variam também os ideais de beleza, os valores que uma

²⁰² NETTO, Accioly, *op. cit.*, p. 51.

²⁰³ PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2007.

determinada sociedade pretende manter. Através da revista *O Cruzeiro*, que foi publicada durante várias décadas, pode-se acompanhar as alterações em sua visão da mulher brasileira. Desde a fase inaugural do magazine, época de Madame Thérèse, passando ao período que chamei de “época de transição” – abordado nesse capítulo – as visões sobre a mulher mudaram. Essas alterações podem ser percebidas nas imagens vinculadas ao feminino, especialmente nas de moda.

Esse item visa analisar a imagem da mulher construída entre 1935 a 1941, período em que não existia mais a coluna *Dona* e no qual Alceu Penna ainda não assumira completamente as seções de moda. Além das seções de moda analisarei algumas matérias sobre a beleza que são bastante significativas. Através das alterações na forma dos trajes podemos visualizar um tipo de mulher, assim como a diversificação do público leitor pode ser sentida em matérias que priorizavam uma moda mais acessível financeiramente.

Procurei também referências a novos e antigos espaços de sociabilidade femininos que são destacados pela fonte no período analisado. Eles aparecem na descrição dos ambientes onde os trajes devem ser utilizados, na organização da agenda social da mulher, ou mesmo na referência à necessidade de economia que tinha de fazer a “mulher trabalhadora”.



Figura 2

A edição de 07 de setembro de 1935, com o título: “Focalizando a moda”, apresentava um texto acompanhado de algumas ilustrações em preto e branco. Nele eram analisadas tendências para os trajes de noite, como formatos de golas, por exemplo. Observava, também, o uso de detalhes dos trajes de passeio. Aparecem inspirações em trajes do passado, assim como nas colunas de Clemenceau: “Em oposição à blusa branca e fresca temos para os temperamentos opostos blusas pretas, de organdi ou musselina bem transparente e, por conseguinte, de uma graça a 1912...”. O texto não especifica quais seriam os tais temperamentos opostos, mas podemos aferir que contrapunha as blusas brancas às pretas e com transparência. O branco é uma cor normalmente ligada à pureza na cultura ocidental – a cor dos vestidos de noiva. Já o preto, desde que saiu das roupas de luto e ganhou as ruas, relacionou-se mais aos trajes de noite, à sensualidade, ainda mais num tecido com transparência. Pode ser que as leitoras que preferiam o modelo de cor

clara tivessem um temperamento, digamos, mais “suave”. Em oposição, as que optavam pelo modelo escuro indicavam um comportamento sedutor. Por fim, aparecia uma referência ligando novamente o passado e a moda. A beleza das blusas apresentadas era descrita como sendo “à maneira” ou “à moda da década de 1910”, embora os textos não indiquem quais seriam as semelhanças.

A relação entre a personalidade da pessoa e a roupa que veste é um importante questionamento entre aqueles que analisam a moda, sob um ponto de vista psicológico²⁰⁴ e mesmo simbólico²⁰⁵. Afinal, as roupas comunicam sobre o indivíduo que as portam, sobre sua classe social, idade e gosto. É interessante notar que, já na década de 1930, o autor dessa coluna diferenciava os grupos de mulheres pelo estilo da blusa: as mais recatadas usavam o branco²⁰⁶, que é símbolo de pureza, enquanto as mais ousadas vestiam o preto, uma cor transgressora²⁰⁷, e que nos modelos indicados possuíam ainda certa transparência.

Agora, o que tinham em comum tais blusas com a década de 1910? A primeira década do século XX sofreu muita influência do orientalismo, como podemos notar no trabalho do estilista Paul Poiret, que foi fortemente inspirado pela apresentação dos balés russos²⁰⁸. Criou roupas no estilo odalisca que apresentavam transparência, mas obviamente era usado algo por baixo a fim de manter a decência “de então”. Esse parece ser o estilo da blusa apresentada na seção de moda de *O Cruzeiro*, contudo, a moda dessas duas épocas não apresenta muitas semelhanças.

²⁰⁴ ECO, Umberto; LIVOLSI, Marino e SIGURTA, Renato. **Psicologia do vestir**. Lisboa: Assírio e Alvim, 1989.

²⁰⁵ LURIE, Alison, *op. cit.*, p. 28.

²⁰⁶ TEIXEIRA, Sérgio Alves, *op. cit.*, p. 300.

²⁰⁷ Podemos encontrar uma referência a cor preta como símbolo de protesto no período da república romana, quando a *toga pulla*, nesta cor era usada pelos senadores como sinal de discordância política. Segundo: RACINET, August, *op. cit.*, p. 59.

²⁰⁸ BAUDOT, François, *op. cit.*, p. 42.



Figura 3 Detalhe da imagem 1 em comparação com uma criação de Poiret (BAUDOT, François. Pg. 44), a semelhança estaria nas mangas bufantes e transparentes.

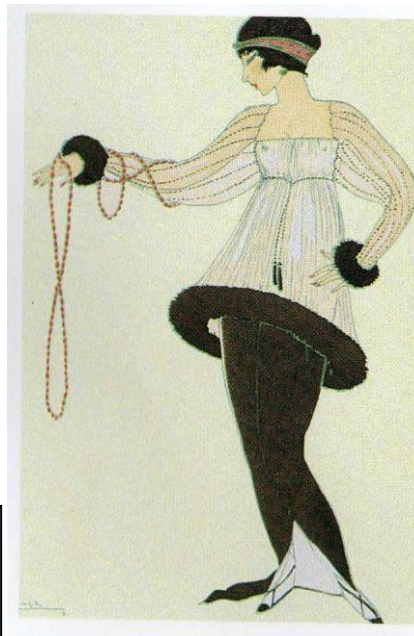


Figura 4

O texto descreve uma mulher mais preocupada com os compromissos sociais que com o dia a dia; mesmo assim, sugeria trajes para as mais diversas ocasiões. “Vosso relógio, que funciona às avessas, isto é, começa com as horas sociais mais importantes e termina com as mais práticas, nos coloca em face de uma figurinha ágil e leve que veste a indumentária desportiva de nossos tempos.” Na rotina dessa mulher estava também a prática esportiva, estimulada como um hábito saudável desde o final do século XIX; os esportes inspiraram trajes específicos e simplificaram até mesmo a moda cotidiana. A roupa indicada na coluna em questão era para a prática do tênis. Nesse período, os esportes femininos eram bastante elitistas; só as mais privilegiadas podiam dar-se ao luxo de praticá-los.

A coluna indica, também, alguns acessórios para complementar trajes de casamento ou para idas ao teatro, descrevendo-os minuciosamente e demonstrando-os através de uma figura condizente. Ressalta a voga das flores que podiam ser usadas em decotes ou na cintura, considerada uma moda romântica característica dos anos 1930. Esta página não apresentava assinatura.

Saltemos para o ano de 1937. Em 12 de junho uma página dupla apresentou: “Seis modelos para o inverno”. É interessante notar que dessa vez havia um compasso entre a estação do ano no Brasil e aquela apresentada pela seção de moda. O conteúdo foi exibido no modelo de reportagem: “Paris – Maio (Correspondência de Marise Cheny, especialmente para O Cruzeiro)...” Tudo indica que a revista contava com uma nova correspondente na França.



Porém, não encontrei outros registros da mesma, o que parece indicar que seus comentários não tiveram regularidade.

Figura 5

O texto descrevia as novidades para os trajes do dia e da noite. A autora destacou a importância dos detalhes, que apesar de elaborados davam a impressão de uma simplicidade estudada por parte dos criadores de moda. Para ela, a variedade de formas e modelos ampliava a margem de escolha da mulher: “a moda deixando a mulher escolher...” Aqui a moda não aparecia como uma ditadora, mas fornecia uma gama de opções que dava margem para as escolhas individuais. O comentário ressaltava ainda que a decisão final poderia ser norteadada pelo que ia melhor para cada tipo físico, ou seja, a mulher respeitaria primeiro seu corpo do que os ditames da moda.

Os desenhos representam justamente seis modelos, com destaque para os casacos de inverno, *tailleurs* e vestidos. Devemos recordar que na Europa já se usava a moda de verão e a matéria trazia provavelmente modelos do inverno que acabara por lá. As legendas não atribuem as criações a nenhum estilista específico. As figuras nos permitem aferir cores, texturas e mesmo estampas. A maioria delas possui um pequeno desenho mostrando a parte de trás do traje, prática que incentivava a reprodução da roupa.

Um trecho da reportagem destacou a relação entre as estampas das roupas e a vida da cidade: “Os tecidos estampados voltam com maior profusão e beleza, animados de vestidos novos e exóticos, decorados com a vida da cidade, em suas coisas e figuras – ciclistas, livros, relógios, selos, letras, palavras...”. A cidade descrita é bastante peculiar; onde estariam os automóveis, os bondes, as fábricas? Tal modelo parece o de cidade erudita, onde a leitura ocupa o lugar de destaque, e não as máquinas; uma cidade nostálgica e não moderna. Ela pode indicar a cidade do leitor imaginado pela coluna, aquele que passeia, lê, coleciona selos e relógios. Essa poderia ser a descrição de uma cidade do século XIX e não necessariamente do XX.

A contraposição ao estilo da cidade estaria na estampa floral, associada ao campo, ao bucólico e ao romântico. Lembremos que encontramos uma moda inspirada no campo e

destinada a lazeres campestres, mas não existe referência a uma moda de quem vive e trabalha na área rural. A moda afirma-se como um fenômeno da modernidade e, nesse momento, no Brasil, era moderno deixar o campo e viver nas cidades. Era nas metrópoles que tudo acontecia, principalmente os eventos sociais aos quais se devesse ir bem vestida. A relação entre a moda e a cidade como um espaço moderno é tema recorrente em trabalhos que envolvem a história do vestir.²⁰⁹

Outra indicação importante dessa matéria é a valorização da imagem jovem que a moda cada vez mais procurava reforçar. O traje de saia e casaco conhecido como “tailleur” foi colocado como uma peça que realçava a figura jovem ou oferecia aparência de juventude quando esta havia declinando. Curiosamente, hoje, esse traje ganhou releituras; mesmo assim, é considerado sóbrio e austero e mais associado à mulher madura. A peça, porém, apareceu com força na moda dos finais dos anos 1930 e início dos 1940, mesmo no período da Segunda Guerra Mundial, por ser considerado muito prático.

Até o surgimento de verdadeiras “tribos” jovens na década de 1950, parecer adulto foi até mesmo o objetivo dos jovens. Casava-se muito cedo e este estado civil deveria estar indicado também na forma de trajar. O mesmo ocorria com o ingresso precoce no mercado de trabalho, o que exigia uma aparência respeitável.

Sobre a referência a ser ou parecer jovem, percebemos que ao longo do século XX há uma crescente valorização da aparência juvenil. Contudo, quando olhamos com os olhos de hoje, não vemos muita juventude nessa moda. Esse estilo, como um nicho de mercado único, começa a delinear-se somente a partir dos anos 50 e efetivamente nos anos 60 o ideal jovem dominará o rumo da moda.²¹⁰ O declínio da visão de que os mais velhos são mais sábios, pois carregam a autoridade do tempo transcorrido, pode ter contribuído nesse processo. O questionamento das tradições levou a questionar também a autoridade e os valores adultos. O jovem passou a se expressar com muita força através da moda, e hoje assistimos a uma síndrome de “Peter Pan”, ou seja, todos querem parecer jovens; e a moda auxilia nesse desejo da eterna juventude.

O tema das “idades da mulher” foi brevemente retomado pela fonte em 09 de outubro. “A moda aos 18 anos”, aborda propriamente a moda para a “jovenzinha”. Apresenta o mesmo estilo dos desenhos anteriores, desde o traço até o uso de algumas cores limitadas. Na edição acima analisada utilizou-se o preto, o laranja e o cinza; e nesta última, o laranja foi substituído pelo verde, para fins de recurso gráfico.

²⁰⁹ SANT’ANNA, Mara Rúbia, *passim*.

²¹⁰ BAUDOT, François, *op. cit.* p. 141.



Figura 6

Ocorre uma predominância das imagens em relação ao texto, que foi reduzido a dois pequenos parágrafos que comentam a moda para essa faixa etária. As ilustrações não receberam crédito e nem descrição detalhada. Segundo o texto, a moda aos 18 anos deveria possuir elementos que lembrassem a “menina e a moça”;

seria uma moda de transição entre a infância e a idade adulta. Os modelos tinham de ser ao mesmo tempo elegantes, graciosos e juvenis. Nota-se uma preocupação em orientar a maneira de vestir de uma faixa etária específica. Nessa época, em geral, as seções de moda dedicavam-se às senhoras, que podiam até ter pouca idade, uma vez que de maneira geral casavam-se cedo e deveriam assumir uma postura senhoril e de respeito, o que incluía um trajar específico. Algumas vezes encontramos matérias que se debruçaram sobre a moda para as moças, mas, de alguma maneira, as roupas apresentadas pareciam versões informais dos trajes das mulheres mais velhas. Os vestidos eram menos rígidos, as cores mais claras, sendo que as senhoras costumavam usar mais os *tailleurs*, ou seja, o conjunto de saia e casaco.



Figura 7

As páginas ilustradas de 16 de outubro mostram aparentemente diversos trajes diferentes, mas na verdade a idéia era apresentar um modelo com várias opções de uso e combinado com diferentes acessórios. O título da seção sugere essa capacidade alternativa da roupa: “É bom variar”. O texto dirigia-se

à necessidade de mudar o visual e sua dificuldade “quando não se tem um orçamento folgado”, o que parecia ser o problema da maioria. Pela primeira vez encontrei nas revistas *O Cruzeiro* uma referência da moda voltada não para a mulher rica, mas para as que porventura enfrentavam problemas financeiros ditos comuns naqueles tempos. A falta de dinheiro não parecia fazer parte do universo das leitoras das colunas de moda até aquele momento. Durante a década de 1930, a revista teve um aumento de tiragem e vendas e possivelmente de público

leitor²¹¹. A partir disso, podemos indagar se naquele momento a moda não estava procurando aproximar-se desse novo público, provavelmente composto por mulheres de classe média.

Frente à obrigatoriedade de variar o traje conforme sugeriam os especialistas de moda, o texto coloca: “Mas variar não é fácil, pois há sempre, para complicar as coisas, o fantasma dinheiro, que se mostra cada vez mais aterrador nos tempos que correm...”. Bem, e quais seriam esses tempos? O ano de 1937 foi marcado no Brasil pela instauração do regime do Estado Novo, que conferiu a Getúlio Vargas o papel de um ditador. E qual eram as condições financeiras do país? A crise de 1929 havia desestabilizado a economia de toda a década que a sucedeu. A Primeira Guerra, entre outros fatores, favorecera o surgimento de regimes totalitários na Europa e de cunho ultranacionalista, modelos que de certa maneira foram seguidos por Vargas.

O autor compara as mulheres que possuíam “um bom livro de cheques” e cuja tarefa era apenas escolher as melhores roupas, com as mulheres de “orçamentos caseiros fracos”. Essas últimas enfrentavam a dificuldade de apresentar sempre um vestido novo sem gastar muito. As dicas de moda concentravam-se desta vez nas mulheres que se encontravam no grupo mais carente. O texto sugeria alternativas tais como o acréscimo de diferentes acessórios para dar novos ares ao mesmo vestido. Esses artifícios enganariam os “menos observadores – os homens, que em sua maioria, não ‘entendem’ muito de modas femininas”. Reforça-se a idéia de que “modas” eram assunto de mulher e, assim, o homem facilmente se enganaria sobre a elegância de um traje feminino, desde que este estivesse bem apresentável.

212

O artigo da revista conclui com a seguinte frase: “Ora, como é para serem admiradas pelos homens, que as mulheres procuram ser elegantes?...” Essa frase final parece ter um sentido dúbio, reforçado pelo ponto de interrogação e as reticências que acabam dando ao comentário um tom lacônico. Há muito na história do vestuário propagou-se a idéia de que as mulheres se vestem a fim de competir umas com as outras pelos trajes mais vistosos. Uma vez que o próprio texto afirma que os homens são facilmente impressionáveis com uma “toilette” bem “disfarçada”, essa pergunta ao final parece uma alfinetada. A frase serviria como um lembrete de que as mais humildes podiam enganar os homens, mas não as outras mulheres que saberiam observar os mais ínfimos detalhes para avaliar a veste da outra. No pé da página aparece a assinatura de *Marion*; seria essa uma nova colunista? Não posso afirmar com certeza, pois não encontrei outras referências a seu nome e pode tratar-se de um pseudônimo.

²¹¹ NETTO, Accioly, *op. cit.*, p. 39.

²¹² FREYRE, Gilberto, *passim*.

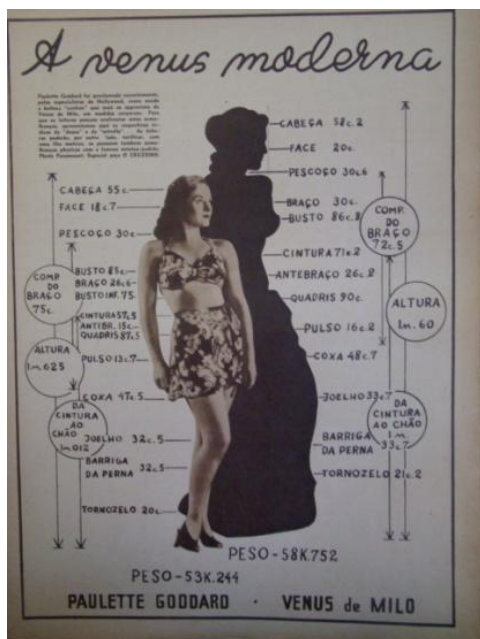


Figura 8

A visão da mulher no período abordado por este capítulo pode ser observada não apenas em matérias de moda, mas numa matéria extra em especial que se referia à questão da estética feminina. Na edição de 26 de outubro de 1940 numa página intitulada “Vênus Moderna”, a revista *O Cruzeiro*, procurou estabelecer as medidas ideais da mulher dos anos 40. Tomando como base a famosa estátua grega, a revista fez uma proporção das medidas para o corpo de uma mulher real. O paralelo foi estabelecido com as medidas de uma atriz hollywoodiana da época,

Paulette Goddard. O objetivo era comprovar que o ideal de beleza propagado pelo cinema igualava-se ao da beleza clássica. Essa página também foi analisada por Leoni Serpa em seu livro²¹³; ela enfatizou o tratamento dado ao corpo feminino, isto é: que visão de beleza a revista apresentava para a mulher dos anos 40? Para ela a mulher moderna daquela época estava expressa nessa comparação entre a beleza clássica e as atrizes de cinema americano, que seriam as novas Vênus. Sem dúvida Hollywood tinha uma grande importância no período na construção de uma imagem da mulher. Contudo, o ideal de beleza não era inovador, uma vez que estava baseado no mesmo que norteou os gregos antigos; no fim das contas eles valorizam uma beleza “clássica” e não nova ou inovadora, como deveria ocorrer dentro de uma lógica dita “moderna”.

Segundo a reportagem, a referida atriz “foi proclamada recentemente pelos especialistas de Hollywood, como sendo a beleza *yankee* que mais se aproxima da Vênus de Milo, em medidas corporais. Para que os leitores possam confrontar estas semelhanças, apresentamos aqui os respectivos índices da *deusa* e da *estrela* (...). As leitoras poderão, por outro lado, verificar, com uma fita métrica, se possuem também semelhanças físicas com a famosa estatura-padrão.”

O texto incentivava as leitoras a atingirem esse padrão de beleza e colocava lado a lado deusas gregas e estrelas de cinema. Os estúdios hollywoodianos ajudaram a moldar o ideal do corpo feminino desse período, e a moda deveria acompanhar tal modelo. O crescimento de um ideal americano de beleza estava relacionado à diminuição da influência

²¹³ SERPA, Leoni, *op. cit.*, p. 106-107.

francesa, causada pela guerra. A mulher francesa continuaria vista como um modelo de elegância, mas o corpo atlético e bem moldado viria por influência estadunidense.

As colunas analisadas nesse item ajudaram a delinear através das sugestões de roupas – sejam elas por faixa etária, por temperamento ou por condição financeira – uma imagem da mulher que a revista transmitiu durante a segunda metade da década de 1930. Desta vez, não temos um único comentador de modas, mas colunas soltas, com assinaturas diversas, que através de sua fragmentação construíram uma imagem de mulher, e revelaram suas expectativas sobre ela.

Notamos mudanças nas atividades femininas; as leitoras passaram a jogar tênis, a refletir sobre o traje adequado a sua idade, etc. Espelharam-se nas atrizes do cinema americano e, agora, algumas delas deviam pensar em como vestir-se bem com pouco dinheiro. Permaneceu a preocupação com a elegância e a manutenção de uma informação sobre o que era “atual”, ou seja, não deixavam escapar as novidades da moda, mesmo que nem sempre elas fossem tão novas.

3.2 Os desenhos de Rachel

A partir da década de 1940 houve uma mudança importante nas seções ilustradas de moda. Podemos acompanhar o aparecimento de uma nova colunista fixa, identificada apenas como “Rachel”; sua assinatura encontrava-se ao final de cada seção. A nova coluna era composta principalmente por ilustrações que eram identificadas por um título para dar conta do tema da coluna a cada edição e pequenas notas explicativas ou comentários. Em 28 de setembro daquele ano, apareceu uma página dupla com tais características, intitulada: “Na intimidade”. Numa das páginas, apareciam mulheres em *robe de chambre*, aguardando o marido que entrava discretamente pela porta. A imagem da esposa como uma dona de casa que devia estar aseada, esperando a chegada do marido, era um tema recorrente na revista (como comentarei no capítulo IV). Essa visão era uma construção social comum na primeira metade do século. A mulher tinha o dever de cuidar da aparência em todos os momentos do dia, e principalmente para esperar o marido voltar do trabalho; acreditava-se que disso dependia, em muitos casos a harmonia do casamento²¹⁴. A presença desse tema na coluna indicava a necessidade de modelos adequados para esta situação social.

²¹⁴ BASSANESI, Carla, *op. cit.*, p. 607.



Figura 9

Os trajes parecem elegantes e confortáveis. Eram longos chabres, macacões de calças amplas, indicados para serem usados no recesso do lar. A página da esquerda apresenta como ambiente o jardim ou a beira da piscina. As ilustrações são vivamente coloridas, mostrando a padronagem dos tecidos e seu caimento suave.

Uma pequena nota no canto da página situava o tema da seção, e os desenhos levam a assinatura de “Rachel”. Usar o traje adequado a cada situação social parecia um ideal a ser alcançado, e esta norma do vestir estendia-se até mesmo ao âmbito privado. O bem vestir não podia ser esquecido nem mesmo nos momentos de intimidade; essa era uma tarefa que exigia tempo e recursos.



Figura 10

A seção de Rachel retoma algumas temáticas exploradas anteriormente por Madame Clemenceau. O exemplo mais contundente encontra-se na edição de 05 de outubro. Ao sugerir trajes para o “Footing em Ipanema” a colunista sinalizou para a continuidade dessa prática e trouxe a

referência explícita a um espaço para sua realização. Pela primeira vez encontrei nas seções ilustradas de moda uma referência direta ao Brasil, especificamente ao Rio de Janeiro e a praia de Ipanema.

O “footing” era uma prática social das camadas altas e nesse período atingiu também a classe média. As donas de casa que não possuíam empregadas deviam sair à rua para abastecer seus lares. Essa atividade passou a fazer parte também do lazer das jovens, que deveriam sair acompanhadas pelas mulheres mais velhas. Tratava-se de um passeio pela cidade, mais especificamente pela região central, uma maneira de ver e ser vista. Essa prática surgiu no final do século XIX, e foi descrita por literatos franceses como Baudelaire, que a

chamou de *promenade*. A atividade tornou-se comum no Brasil a partir do período conhecido como *Belle Époque* brasileira²¹⁵. A capital, o Rio de Janeiro, era rica em espaços para tais passeios, mas mesmo centros urbanos mais afastados como Porto Alegre apresentam registros do “footing”, conforme atestam as fotografias presentes na exposição “Com que roupa eu vou? Indumentária de 1900 a 1950.”²¹⁶.



Figura 11 – Foto do acervo do Museu Júlio de Castilhos. Senhoras na Rua da Praia, década de 1940.

A presença de tal prática como tema da coluna pode indicar sua popularidade, e, além disso, temos a definição do seu local: a praia de Ipanema no Rio de Janeiro. A capital do país e sede da revista *O Cruzeiro* era nesse período referência de moda. Ficava localizada no litoral e acabou propagando o hábito de freqüentar a praia a partir da década de 1920, mesmo período em que essa prática expandia-se também na Europa²¹⁷. Nessa época começou a propagar-se os benefícios do banho de sol e de mar, e o crescimento dessas práticas foi alavancado pelas leis trabalhistas que garantiam férias remuneradas e ampliavam assim o público no veraneio.

Na coluna em análise, foram sugeridos sete modelos de vestidos, leves e joviais, com o comprimento característico da década de 1940, isto é, até os joelhos, tendo a cintura levemente marcada e saia evasê. Os sapatos eram baixos, tipo sapatilha. Uma das moças passeava com seu cãozinho. As ilustrações são em cores, e notamos uma variedade muito maior em relação às cores que apareceram até então nas seções de moda. Além de um sinal da melhora gráfica da revistas, as cores e estampas desses modelos revelam um ar alegre e primaveril, de acordo com a situação e o local para os quais são indicados, e os desenhos levam novamente a assinatura de “Rachel”.

Na última página da revista, a seção “Footing em Ipanema” reapareceu, dessa vez com os desenhos das roupas também de costas e uma explicação detalhada para a sua montagem. Tal apresentação lembra o período da distribuição de moldes pela revista no início dos anos

²¹⁵ NEEDELL, Jeffrey D., *passim*.

²¹⁶ Exposição “Com que roupa eu vou? – Da década de 1900 à década de 1950. A indumentária como expressão das mudanças da sociedade.” Museu Júlio de Castilhos, Porto Alegre, de 17 de dezembro de 2007 a 08 de março de 2008. Pela qual fui responsável pela pesquisa histórica e elaboração de textos.

²¹⁷ GRASSE, Marie Christine. *Coups de soleil e bikinis*. Milão: Museu Internacional da Perfumaria, 1997.

30. Isto sugere novamente que o público alvo não era composto apenas por mulheres ricas, mas também pelas modistas (mulheres que costuram para terceiros em pequenos ateliês) e aquelas que, por ventura, costuravam em casa suas próprias roupas – que, no Brasil desse período, não eram poucas.



Figura 12

A diversidade do público leitor pode ser apreendida não apenas pela intenção da cópia dos modelos, mas também pela sugestão dos modelos para situações inusitadas. Em 26 de outubro, novamente apareceram desenhos assinados por “Raquel”; o título era um convite a

refletir sobre que eram as leitoras da revista: “De manhã na feira livre”. Eram sugestões de trajes para que as mulheres mantivessem a elegância mesmo numa situação cotidiana banal como a feira livre. Mas, afinal, quem freqüentava a feira? Provavelmente eram as mulheres da classe média e baixa, pois as senhoras da sociedade tinham empregadas para fazer este tipo de serviço.

Os vestidos apresentados são simples, sem perder a elegância. Com tecidos estampados, alguns compõem conjuntos de saia e blusa, sendo a maioria acompanhada por chapéus de palha ou lenços na cabeça, provavelmente para não apanhar muito sol. A pele mais clara num país com um longo passado escravista como o Brasil acaba sendo valorizada. As mulheres carregam suas bolsas pessoais e sacolas de feira; os sapatos têm saltos médios, baixos e mesmo altos. É difícil saber se as mulheres iam tão bem vestidas na feira, mas que o cuidado com a aparência era uma prática que se esperava da mulher, não importando sua condição financeira, é notável, tanto por seções como essa quanto em uma anteriormente analisada, que dava dicas para manter a elegância mesmo com pouco dinheiro (no item 3.1) .

A figura nos transmite a impressão de que essa ida à feira era também um passeio. Uma oportunidade de circular pela rua, um espaço de sociabilidade. Os modelos tão elaborados podem indicar certa idealização desse momento, mesmo uma glamorização. Afinal, era uma oportunidade de ver e ser visto e, através da roupa, comunicar sua situação social, personalidade, etc.



Figura 13

A seção de “Rachel” não escapa de um dos temas mais recorrentes das colunas de moda, o casamento. Em novembro, sob o título “Núpcias”, a desenhista apresenta um casal de noivos e seus convidados. Há sugestões de trajes para todas as faixas etárias, das crianças

aos adultos, e apenas um homem é representado com exatidão: o noivo. A noiva usa um vestido delicado que segue a silhueta da época e é, naturalmente, branco. Conforme havia comentado madame Clemenceau, os vestidos de noiva não conseguem escapar da moda de seu tempo²¹⁸. Este modelo apresenta a cintura mais definida, mas sem excessos; é muito longo, levemente evasê²¹⁹, com mangas longas e gola alta, sinais do recato exigido para tais trajes. A indiscutível cor branca como representante da pureza da noiva é uma criação consolidada apenas no século XIX²²⁰.

As convidadas usam vestidos até os joelhos em tecidos finos, com bordados e acompanhados de chapéus. Em seus trajes, a moda mais usual da década está em evidência, principalmente pelo comprimento das saias, que ficam logo abaixo do joelho. Este comprimento será uma grande polêmica no fim da década quando do lançamento do *New Look* por Christian Dior²²¹.

O traje das crianças também chama atenção; ao menos para uma ocasião formal como um casamento, eles estão trajados como pequenos adultos. O conforto das roupas infantis é uma idéia bastante recente, a partir da década de 1920, quando os adultos passaram a usar roupas mais esportivas, e a idéia foi transmitida também para as crianças. Contudo, se a situação era formal, o desconforto de trajes complicados para sua compleição física reaparecia. A própria idéia de infância foi uma construção social que começou a ser elaborada a partir do século XVIII e que só se consolidou ao final do XIX²²². A roupa infantil de alguma forma expressa essa mudança de pensamento. As colunas posteriores de Alceu Penna irão

²¹⁸ Conforme citado no item 2.4.

²¹⁹ CALLAN, Georgiana O’Hara. **Enciclopédia da moda**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

²²⁰ LURIE, *op. cit.*, p. 198.

²²¹ Este assunto será comentado no capítulo 4.

²²² ARIÈS, Philippe. **História social da criança e da família**. 2.ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.

dedicar um espaço importante para a moda “dos pequeninos”. Sempre próxima das páginas dedicadas à mulher, que afinal é mãe e responsável pelo cuidado dos filhos, compreensão que se ressalta com essa distribuição de assuntos na revista.

Os modelos destinados às mulheres ocupam a maioria das sugestões na página. O casamento, como um tema recorrente das seções de moda, demonstra a importância que a revista confere para o mesmo no universo feminino. Ao final da revista a mesma seção reaparece mostrando os trajes femininos de costas novamente procurando facilitar a cópia.



Figura 14

A presença de estrangeirismos nos textos das seções de moda parece contrabalançar as referências ao Rio de Janeiro ou ao Brasil. Isso aparece na edição de 14 de junho de 1941. Nesta, o título mescla uma expressão estrangeira e uma prática nacional de lazer. Anunciando o “Week – end nas serras”, apresenta trajes apropriados para um fim

de semana nas montanhas, atividade que condiz com a época do ano no país, o inverno. É típico da região do Rio de Janeiro que, nesta estação, quando as pessoas não podem aproveitar a praia, lazer por excelência dos cariocas, eles subam para a região serrana em busca de descanso.

Obviamente, nem todos têm as finanças capazes para tais passeios. Portanto, intercalam-se neste período matérias que se dedicam a mulheres de várias camadas sociais, desde aquela que vai à feira às que têm acesso a variadas formas de lazer. As roupas sugeridas para o campo eram trajes de montaria, roupas de passeio, calçados apropriados, como botas e sapatos baixos. Alguns deles aparecem com o feitio das costas, prática comum que permitia a reprodução caseira.

As benesses de tal passeio são alardeadas na pequena nota que acompanha a página: “Nada mais agradável que o frio seco das serras. Com um céu azul, as baixas temperaturas das montanhas revigoram os organismos, aumentado-lhes os glóbulos vermelhos.” O passeio é tido como uma questão de saúde, assim como o hábito de pegar sol na praia. Acrescenta-se a necessidade de usar agasalhos elegantes para espantar o frio, como os modelos por eles apresentados.



Figura 15

É importante ressaltar que Rachel chegou a dividir espaço na revista nas primeiras aparições de Alceu Penna. Estas foram esporádicas, no tocante à moda, a partir de 1938, e mais constantes entre 1939 e 1940. No arquivo de comunicação social Hipólito José da Costa, na cidade de Porto

Alegre, a primeira edição em que aparece uma página ilustrada dele sobre moda é em 13 de setembro de 1941. Neste número a coluna de Rachel chama-se “A primavera chegou”. Apresenta modelos para a estação que se aproxima no Brasil em completo compasso climático. Os trajés são alegres e floridos. As próprias mulheres nascem das flores, numa referência ao símbolo da estação.

A figura dessas moças que desabrocham do interior das plantas lembra um pouco a imagem da Afrodite pintada por Sandro Botticelli no século XV²²³: a deusa da beleza que nasce da concha do mar. As mulheres carregariam essa herança e, para tanto, deveriam procurar uma bela aparência. O mesmo artista que pintou as mulheres como ninfas fez sua “Alegoria da Primavera”, onde a deusa Flora simboliza a chegada da estação. Há aqui uma tripla associação, entre a mulher, a primavera e a fertilidade. Desde as culturas mais antigas são celebrados rituais para chegada dessa estação onde florescem as plantas e na qual as fêmeas dos animais e as mulheres estariam mais férteis.

Ao lado das mulheres e das flores, encontram-se as indicações das costas dos trajés, o que sugere, novamente, que as colunas servem mais como um informativo, para que as leitoras saibam o que está na moda e o que merece ser copiado – uma forma de manter-se atualizadas com as novidades, mesmo que não possam consumir a roupa pronta.

²²³ GOMBRICH, E. H., *op. cit.*, p. 264



Figura 16

Para encerrar o comentário sobre a coluna de Rachel, destaco em especial uma de suas últimas aparições, que trata justamente de um tema sempre presente na moda – a referência ao passado, como vimos nas colunas de Thérèse Clemenceau. Em 21 de setembro de 1941, com o título “Duas direções”, a coluna aborda quais seriam as próximas tendências, ou seja, as inspirações para as peças das próximas coleções. Ela afirma que para aquela estação teriam duas tendências principais, uma delas apontando para o passado, o que acontece com grande frequência nesse meio. Podemos aplicar à criação da moda uma famosa frase que usamos para a natureza: “nela nada se cria, nada se perde, tudo se transforma.” A inspiração nunca nasce do nada; a recorrência a silhuetas anteriores aparece muito a partir do século XIX, o que não quer dizer cópia, mas adaptação, e mesmo a criação de algo novo, que carrega elementos antigos. É como se, através do passado, que tem um ar respeitável, a moda pudesse se legitimar no presente; ela, que é signo de efemeridade.²²⁴

O texto da seção aponta para os caminhos que a moda estaria tomando naquele ano: “Na primavera em que agora nos encontramos há modelos para a tarde que olham para o passado e modelos para esporte que olham para o oeste. A prova está nos desenhos exclusivos de Raquel publicados pela Revista.” A moda urbana se inspiraria “nos vestidos de nossas avós, com linhas modernizadas, mas onde não faltam as graciosas anquinhas.” As avós daquelas leitoras foram a geração do início do século XX, do período da *Belle Époque*, que ainda estavam presas aos espartilhos; já as anquinhas remetem a um adereço do final do século XIX, usado na altura dos quadris, na parte de trás, para dar volume nessa região²²⁵.

Continuando, a coluna esclarece: “A moda esportiva, especial para *week-ends* estivais, que olha para o oeste, com vaqueiros e cores fortes.” Essa moda seria claramente inspirada nos caubóis norte-americanos, na vida do campo, num modelo mais rústico, sem perder obviamente o glamour que a moda pode conferir aos seus objetos de inspiração. Ao mesmo tempo em que temos uma inspiração no passado, temos uma referência da cultura estrangeira.

²²⁴ LIPOVETSKY, Gilles, *passim*.

²²⁵ LAVER, James, *op. cit.* p. 198

Cada vez mais, os Estados Unidos estão a tomar espaço nas páginas de moda da revista, seja através de Hollywood, seja através de traços de uma de suas culturas regionais, o “velho oeste”. No alto de cada folha, no canto, aparece uma imagem de referência para as criações. No caso do século XX, é um retrato antigo de parede; e no da moda country, aparece um vaqueiro.

Quando analisamos estas colunas ilustradas por “Rachel”, mesmo que não saibamos quem era essa ilustradora e nem mesmo se era mesmo uma mulher, podemos aferir muito sobre a moda e o universo feminino de sua época. Através dos principais temas eleitos para ilustrar suas seções, vislumbramos a mulher do final da década de 1930 e do início dos anos 40. Notamos que elas seguem preocupadas em agradar os maridos e em casar, pois o vestido de casamento continua ocupando um espaço de destaque, assim como os trajes adequados para receber o esposo que volta para casa depois de um dia de trabalho. Conseguimos acompanhar os espaços pelos quais essas mulheres circulam: as calçadas de Ipanema, a feira livre; e a importância que a roupa confere para esses momentos.

A adequação dos trajes para cada ocasião, e os lazeres de fim de semana também aparecem, mas em todos os momentos os desenhos possuem a indicação de seu feitio das costas, para que possam ser reproduzidos em casa pela maioria que não adquire roupas prontas. O universo feminino de Rachel é colorido, e nele as mulheres nascem das flores, assim como deusas da Antigüidade.

Por fim, em suas colunas, conseguimos acompanhar a introdução do estilo americano na moda, através de expressões estrangeiras e modelos inspirados em sua cultura, além da permanência da relação entre a moda e o passado. Em todos os momentos vemos a consolidação de um novo estilo de seção de moda, onde predomina o desenho sobre o texto, onde o título e o ambiente ao fundo falam tanto ou mais quanto as poucas linhas escritas e objetivas, que revelam a maneira como a revista trata a moda durante este período.

3.3 Diversidades de pólos de influência e a passagem para uma visão brasileira de moda

Conforme já mencionei no início deste capítulo, a partir da década de 1940, houve uma ampliação do espaço referente à moda na revista *O Cruzeiro*. Isto se deveu principalmente ao momento da Segunda Guerra Mundial, no qual o pólo europeu de moda, a França, sofreu a invasão alemã e passou a ter sérias dificuldades em manter seu posto de capital mundial da moda²²⁶. Esta mudança apareceu na revista, principalmente em matérias

²²⁶ VEILLON, Dominique, *op. cit.*, p. 45.

como a de 26 de outubro de 1940, apresentada como “Modas de Nova York”. Foi a primeira referência que encontrei de uma reportagem sobre a moda estadunidense que não tratava do cinema, mas de seu pólo produtor do vestuário, que é Nova York ²²⁷.



Figura 17

O texto revelava a mudança em marcha no centro de influência da moda. O objetivo como de costume era anunciar as últimas novidades, mas dessa vez aquelas vindas de Nova York. “Apresentadas pelas principais casas da grande cidade, hoje o maior centro de elegâncias.” Como a revista pode fazer essa afirmação categórica? Talvez se baseasse na idéia de que a guerra trancaria totalmente o comércio e o desenvolvimento da alta costura francesa, ou estivesse fazendo um exagero “amigo” aos produtos norte-americanos.



Figura 18

A linguagem das matérias de moda da revista tornava-se cada vez mais próxima das leitoras brasileiras. A seção de Rachel trazia muitas vezes referências ao Rio de Janeiro, desde o título. Algumas seções com fotografias ganharam versões nacionais ou mesmo nacionalistas. Como por exemplo, em 28 de setembro de 1940, momento em que a moda apareceu distribuída pela revista em diversos pontos que davam mais ênfase à imagem que ao texto. Porém, o que mais chama a atenção era uma fotografia de página inteira intitulada: “Verde e Amarelo”. Nela uma jovem posa com um vestido simples e curto nas referidas cores. Chama a atenção por seu caráter ufanista –

²²⁷ MENDES, Valerie, *op. cit.* p. 41-69.

uma moda que poderíamos dizer patriótica. O que não é de se desprezar, considerando que se tratava do período do Estado Novo, época em que o presidente Getúlio Vargas mandou recolher as bandeiras dos estados e valorizar a bandeira nacional. Esse pode ser encarado como um gesto simbólico do movimento nacionalista que toma conta do país nesse período, e foi um reflexo dos regimes totalitários externos²²⁸.

A legenda reforçava a idéia de valorização das cores da bandeira:

“Em certos países há um injustificável esnobismo, em matéria de modas, que consiste em evitar cuidadosamente combinações de cores que lembrem bandeiras nacionais. Entre nós estas combinações consideradas pouco elegantes são: verde e amarelo, ou verde e vermelho. No entretanto, o azul-vermelho e branco tem grandes adeptos, o mesmo se dizendo do amarelo e vermelho. Agora, porém, o verde e amarelo está em grande moda, como constatamos neste interessante “short” apresentado por Lucille Fairbanks. Vamos ver se, vindo de fora, a sugestão será usada entre nós...”.

Trata-se de um comentário de moda que sem dúvida estava carregado de significados políticos. Visava à valorização das cores de nossa bandeira nacional, considerando injustificável evitá-las. É interessante que ele menciona “evitar do verde – amarelo e verde e vermelho”, mas não tem vermelho em nossa bandeira. O mais intrigante é o que parece ser uma crítica ao uso do azul-vermelho e branco, justamente as cores da bandeira estadunidense. Tal ressalva pode simplesmente querer expressar a seguinte idéia: se aceitamos as cores da bandeira americana porque não aceitar a da nossa? A edição data do período inicial da Segunda Guerra; nessa época, o Brasil ainda não tinha escolhido um lado do conflito para apoiar; Getúlio estava estudando qual seria o mais vantajoso, e simpatizava até mesmo com os alemães²²⁹. Chateaubriand, proprietário de *O Cruzeiro*, teve uma postura favorável ao regime de Vargas e apoiou o Estado Novo.²³⁰ Assim sendo, não é de estranhar que a revista apresentasse uma postura nacionalista.

Analisando a fotografia propriamente dita, na qual quem aparece exibindo o traje nacionalista é uma atriz americana, podemos questionar alguns pontos. Primeiro, a idéia de que a moda do verde-amarelo viria de fora, ou seja, que o exterior estaria valorizando nossas cores nacionais antes de nós. O texto também usa essa informação como um argumento de que assim deveríamos aceitar essa moda. Isso comprova que a influência mais importante da moda brasileira ainda nessa época era externa. Hoje sabemos que as tendências da moda estão mais globalizadas e a inspiração pode vir tanto da própria cultura local, ou nacional, como do

²²⁹ GERTZ, René Ernani. O Brasil e o mundo durante o primeiro governo Vargas (1930-1945). In: **Cinema e Segunda Guerra**. Porto Alegre: Ed. da Ufrgs, 1999. p. 249-254

²³⁰ MORAIS, Fernando, *op. cit.*, p. 375.

exterior. Sobre a fotografia resta uma dúvida: o traje seria originalmente nas cores indicadas, ou a fotografia recebia coloração artificial, sendo retocada nessas cores para dar o mote necessário à reportagem? É uma possibilidade difícil de comprovar, mas não impossível, considerando o histórico da revista em manipular fotografias de cunho político²³¹.



Figura 19

O tema reaparece em 05 de outubro com o título: “Ainda o verde – amarelo”. O destaque, dessa vez, é para um chapéu nas referidas cores. A intenção fica clara no texto que se encontra abaixo da gravura: “a combinação nacionalista também invadiu os chapéus”; quer dizer, não só a política do governo desse período é chamada de nacionalista, mas uma parte da moda da revista também ganha esse adjetivo. O fato de que a moda seja chamada de “nacionalista” nesse momento não deve passar despercebido. O conceito de uma moda nacional não estava estabelecido, mas acredito que se encontrasse em gestação. Contudo, uma moda nacional não é necessariamente nacionalista; é produzida aqui, mas não precisa se fantasiar com os elementos mais explícitos da nacionalidade, como as cores da bandeira, por exemplo; pode ser mais sutil, menos estereotipada²³².

O modelo apresentado é qualificado como “o que há de mais moderno nas últimas coleções novayorkynas”. Dessa vez quem lança a moda nas cores do Brasil não é uma atriz, mas uma modelo, anunciada como o que há de mais moderno na moda daquele país. Novamente, o apelo às cores nacionais vem dos Estados Unidos, que parece ser o lado preferido da revista na guerra, afinal ninguém se refere à moda alemã²³³, e há uma redução de foco na francesa, devido à dificuldade de comunicação e ao controle nazista naquele país²³⁴.

²³¹ JUNIOR, Gonçalo, *op. cit.*, p. ; NETTO, Accioly, *op. cit.*, p. 109.

²³² LEITÃO, *op. cit.*, p. ; CARVALHO, José Murilo de. **A formação das almas**: o imaginário da República do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

²³³ MENDES, Valerie, *op. cit.*, p. 103.

²³⁴ VEILLON, Dominique, *op. cit.*, p. 144.



Figura 20

A mesma edição é rica em comentários sobre moda, contando ainda com uma matéria chamada “Para meia Estação”, com fotos em preto e branco e pequenos textos. As mulheres que ostentam os trajes são novamente atrizes americanas. O mais relevante para meu trabalho, porém,

é um trecho da matéria no qual há um comentário sobre as estações do ano: “A entrada da Primavera e o início do Verão caracteriza-se, **entre nós** (grifo meu), pelos dias úmidos de chuva, onde a lã ainda tem seu valor.” A expressão “entre nós”, quer dizer, entre os brasileiros. Trata-se, portanto, de uma tentativa de adaptação entre a moda enviada por Hollywood e o clima local. A idéia é convencer as leitoras do motivo pelo qual os modelos em lã estavam na revista, em outubro. A meia estação, transição entre a primavera e o verão, é destacada como uma época de chuvas, o que sustentaria o uso de tal tecido. Aconselha-se o uso do “vestido de duas peças”, o *tailleur*, com blusa mais leve por baixo, já que, depois da chuva, no Brasil, o clima tende a aquecer. Essa tentativa de estabelecer a relação entre a moda estrangeira e a nacional passa a ser cada vez mais visível na fonte.



Figura 21

Ainda outra matéria, de 04/01/1941, apresenta fotos em preto e branco de atrizes norte-americanas e possui uma pequena legenda: “No sol e na sombra”, exibindo sugestões para o verão, estação em alta naquele mês no Brasil. Isso comprova novamente um compasso entre a moda da revista e a

das ruas. Atitude muito diferente da que ocorria nos tempos de Madame Clemenceau.



Figura 22

Já, no outono daquele ano, a revista mostra uma fotografia colorida de um traje intitulado “Grama e areia”, referência as suas cores. Desta vez quem apresenta o traje não é uma atriz, mas uma modelo anônima. Tal característica indica tratar-se de uma fotografia de moda propriamente dita. A legenda sugere o local de uso para o referido traje e a indicação do criador da roupa. “Aqui temos uma combinação ideal para tardes elegantes no Jockey Club. Tailleur cor de areia e capa verde. Modelos Bergdorf Goodman.” Esta sugestão

revela de forma direta, para quem se destina o referido modelo: para as senhoras da sociedade, que freqüentam o Jockey Club. A marca da roupa é de uma loja de departamentos norte-americana, um sinal de que as mulheres chiques da alta sociedade usam roupas vindas de fora. Trata-se de uma interpretação da revista: ao observar o modelo vindo de fora, ela dá a sugestão para o local aqui no país onde pode ser usado.



Figura 23

Finalmente, a moda toma a capa da revista também nesse período, de maneira diferente do que nos tempos de madame Thérèse. Desta vez, uma fotografia colorida e a manchete da capa de 20 de setembro de 1941 são reveladoras. Em letras garfais, *O Cruzeiro* anuncia as “Modas de Primavera”. Na foto uma moça está usando um vestido floral e um chapéu de palha com flores aplicadas. Trata-se de um atrativo para as leitoras mulheres; afinal, a revista dedica boa parte dessa edição para apresentar as novidades da estação que se inicia.

No interior da revista, mesclam-se seções de fotos com ilustrações, apresentando o tema da moda. Com fotos em preto e branco, temos as seções “No campo e na praia”, “Últimas novidades em maillots” e “Para esporte”. Todas elas com várias sugestões

apropriadas a cada momento dos lazeres primaveris. Nota-se que raramente aparecem sugestões de moda para o trabalho, aparecendo algumas vezes para a dona de casa, como na seção de Rachel com modelos para a feira livre. O trabalho feminino existe, mas não é muito valorizado. Trata-se de uma realidade de moças de camadas mais baixas. No período da Segunda Guerra, o tipo de trabalho elogiado para as mulheres pela revista são aqueles que auxiliam no esforço da guerra, o trabalho voluntário.



Figura 24

A primeira dessas matérias mostra fotografias descontraídas de mulheres entre cadeiras de praia, sentadas nas pedras e na entrada de uma residência. A maioria veste calças longas e folgadas, estilo marinheiro que já se consagrara como uma

calça aceitável para a mulher, para momentos de lazer específicos. Aparecem também alguns shorts mais curtos e saias calças.



Figura 25

Na seção sobre os maiôs, as fotos trazem mulheres obviamente em traje de banho, em barcos, num cenário que lembra um porto. O texto indica que a aproximação dos dias quentes requer trajes menores, como os shorts e maiôs, e completam: “Nossas

páginas apresentam o que há de mais moderno no assunto.” Reforçando sempre a importância de se mostrar moderno na questão da moda e da aparência. O texto descreve o material e as cores dos modelos, mas não sua autoria. As fotos são creditadas como: “RDV. Para O Cruzeiro”.



Figura 26

Na matéria “Para Esporte”, o texto sugere os altos e baixos da estação, como a necessidade de usar lã fina quando se pratica esporte na serra. Apresentam modelos americanos, creditados para Russeks e Lord & Taylor, esta última uma famosa loja de departamentos. As fotos são creditadas como: “Wide World, para O Cruzeiro”.

Em ambos os casos tratam-se de agências internacionais de notícia, das quais a revista comprava fotografias e matérias prontas. É importante ressaltar que cada vez mais as matérias fotográficas falam sobre a moda dos criadores americanos e dos franceses e não apenas das atrizes do cinema, como ocorria antes. Esta moda não perde seu espaço, mas passa a dividi-lo com matérias que privilegiam o criador em detrimento da “estrela” que usa a roupa. É um sinal do poder da moda de forma independente e do crescimento na importância da marca, mesmo fora de Paris. Essa edição conta ainda com as seções ilustradas de Rachel (analisada no item 3.2) e uma contribuição de Alceu Pena (capítulo 4).

Este item tratou de indicar as matérias paralelas às seções fixas ilustradas da época de Rachel e das primeiras contribuições de Alceu. Elas auxiliam a percepção de que o interesse pelo tema da moda é crescente, devido à ampliação notória de seu espaço dentro da revista. Novos recursos técnicos permitiam a publicação de um número ainda maior de fotografias, mesmo em cores. A totalidade destas tem origem estrangeira; contudo, o magazine procura estabelecer uma relação entre essas imagens e as leitoras brasileiras.

Notamos também a ampliação do espaço da moda estadunidense, que deixa de ter como referência apenas o cinema e passa a mostrar as criações de Nova York. Este é o resultado do início dos conflitos da Segunda Guerra, que irão interferir na grande potência da moda, que era Paris. Dentro desse panorama em que se relaciona a moda com a política, *O Cruzeiro* traz interpretações até mesmo nacionalistas da moda, exaltando o verde e amarelo. Esse pode ser o sinal inicial para a construção de uma visão brasileira da moda.

Capítulo IV

Uma visão brasileira da moda: Alceu Penna e as colunas de moda

Falar sobre a moda na revista *O Cruzeiro* e não dedicar ao menos um capítulo a Alceu Penna seria desprezar um dos maiores nomes da ilustração brasileira e o responsável pela revista ser lembrada como referência de moda no Brasil. Seguindo a linha dos capítulos que apresentei anteriormente, foi natural que eu tenha chegado neste último capítulo à figura de Alceu. Dentro do período que escolhi abarcar nesta dissertação, ou seja, de 1929 até 1948, o ilustrador ocupou um papel relevante.

Afinal, este trabalho se propôs a acompanhar a transformação das seções de moda da revista *O Cruzeiro*, passando de uma abordagem pelo olhar estrangeiro até uma visão brasileira do fenômeno. Alceu foi o personagem principal nesse processo, ocupando o posto de ilustrador e comentador das modas estrangeiras, e criou a ponte entre a moda externa e a mulher brasileira.

O menino mineiro que ansiava por desenhar tornou-se um jovem ilustrador que, recém chegado ao Rio de Janeiro, conseguiu publicar seus desenhos em importantes veículos da imprensa, tanto pertencentes aos Diários Associados de Assis Chateaubriand, como em outras publicações, como *O Globo Juvenil*, por exemplo. Sua biografia já foi contada por importantes trabalhos. O resgate de sua figura iniciou-se com o livro de Gonçalo Júnior, publicado em 2004. A partir desse momento, muitos pesquisadores atentaram para a importância de Alceu Penna na história da moda brasileira. Entre os trabalhos de maior envergadura encontramos a dissertação de mestrado de Gabriela Penna²³⁵ que colocou seu foco na coluna “As Garotas”, e a tese de doutorado de Maria Cláudia Bonadio²³⁶ sobre a importante contribuição de Alceu com a multinacional Rhodia, que originou verdadeiros desfiles-shows nas décadas de 1960 e 1970.

Minha visão sobre Alceu recaiu sobre suas primeiras contribuições com as colunas de moda. Observei o processo que o levou, aos poucos, a assumir o posto definitivo como responsável por apresentar as novidades desse setor. Quais as influências de moda estrangeira

²³⁵ PENNA, Gabriela Ordones, *op. cit., passim*.

²³⁶ BONADIO, Maria Cláudia. **O fio sintético é um show!** : moda, política e publicidade. Tese (Doutorado em História). Universidade Estadual de Campinas, 2005.

visíveis em sua coluna de ilustrações de moda? De que maneira ele se dirigia ao seu público leitor, a fim de estabelecer uma ponte entre este e a moda internacional? Estabelecido o foco, analisei apenas pontualmente algumas colunas das *Garotas*, pois essas acabaram influenciando a maneira de pensar das mulheres em seus 28 anos de existência. Destaquei apenas aquelas que possuíam relação com os períodos por mim analisados.

O capítulo foi dividido em itens, sendo o primeiro destinado ao início da parceria entre Alceu Penna e a revista *O Cruzeiro*, que não tratava especificamente da moda, mas de alguma forma a tangenciava. O segundo item trata das visões da mulher, que apareceram principalmente nas seções ilustradas de moda; dessas últimas, podemos apreender a variação no público alvo. Além disso, este item pretende analisar os comportamentos sociais e os espaços de sociabilidade sugeridos através dos trajes.

O terceiro item pretende retratar os caminhos de Alceu Penna como um tradutor das modas estrangeiras através de suas seções ilustradas. As mesmas apresentam algumas de suas aventuras em criações próprias, que podem apontar na direção de uma pré-moda nacional. Observou-se, ao mesmo tempo, sua visão da moda no Brasil e a busca por uma valorização dos traços nacionais dessa.

Complementando este capítulo, o último item refere-se às transformações mais significativas na silhueta da moda no período analisado, que apareceram nas seções ilustradas de Alceu. O período do pós-guerra foi marcado pela criação do costureiro francês Christian Dior em 1947, o *New Look*, que teve grande impacto tanto nas colunas de Alceu como no restante da revista.

É difícil precisar o momento em que Alceu Penna passa a contribuir com as seções de moda de *O Cruzeiro*. Para tanto, seria necessária uma investigação minuciosa em arquivos completos, a fim de cruzar os dados fornecidos pelas edições da revista. Através de informações colidas em diversos trabalhos, tudo indica que tal fato teria se dado entre o ano de 1938 e 1940. As primeiras contribuições desse gênero não configuravam uma coluna propriamente dita; eram páginas isoladas, com ilustrações de Alceu. Encontramos dois encaminhamentos importantes nessas colunas: algumas vezes os desenhos foram creditados como criações do próprio desenhista; mas na maioria das vezes, durante o período pesquisado, ele reproduziu com seus traços criação de terceiros, principalmente de costureiros franceses e modelos de lojas de departamento americanas. Esse é um indicativo de que, timidamente, ele sugeria seus próprios modelos, mas nesses primeiros anos de dedicação ao tema da moda, procurava trazer as criações internacionais, divididas entre os dois maiores pólos de influência durante e após a Segunda Guerra, ou seja, a França e os EUA.

Outra característica marcante dessas seções é a predominância da imagem em relação ao texto, como já aparecera nas colunas de Rachel; essa característica acompanhava as novidades gráficas do magazine. Aliás, é importante ressaltar que o trabalho dos dois ilustradores – Alceu e Rachel – conviveu por um curto período dentro da publicação. Contudo, podemos notar que havia uma grande diferença nos seus desenhos. Os dois apresentavam os trajes como verdadeiros croquis de moda, um traço tão atual que poderíamos contar ainda hoje como referência no aprendizado de técnicas específicas do desenho de moda. Havia sem dúvida diferenças em seus traços, sendo a mais significativa o fato de Rachel desenhar planos de fundo elaborados que davam a sugestão do local para o uso das peças, enquanto Alceu deixava seus desenhos mais soltos, com fundos mais neutros, indicando o local de uso mais pelo título e pela pequena descrição, apenas insinuando um cenário.

4.1 - Alceu Penna inicia em *O Cruzeiro*.

O primeiro contato de Alceu Penna com a revista *O Cruzeiro* ocorreu em 1933, quando levou seus desenhos como sugestão para as capas da revista, que nessa época eram ilustradas toda semana com uma imagem feminina diferente, com inspiração nas capas de revistas estrangeiras e nas moças estilo *pin-up*.²³⁷ Nesta época, ele conheceu Accioly Netto, o então editor chefe do magazine.



Figura 1

A partir desse momento, Alceu passou a contribuir com o periódico de diferentes maneiras. Uma delas era a ilustração de algumas seções ou de contos publicados na revista. Infelizmente, eu não tive acesso às famosas capas ilustradas por ele nos anos de 1930. A primeira edição em que pude reconhecer seu traço e a referência

de seu nome como ilustrador data de 12 de junho de 1937. O desenho de Alceu Penna ilustra um poema em espanhol assinado por A. Sanchez de Larragoiti, intitulado “Vision de Otoño”.

²³⁷ JUNIOR, Gonçalo, *op. cit.*, p. 101.

Chama a atenção que uma revista de grande circulação no Brasil publique um texto literário todo em espanhol. A revista que, desde 1933, estava sob a direção de Accioly Netto, começava a buscar público leitor nos países de fala espanhola da América do Sul, mas a ampla circulação estrangeira ocorreu mesmo na década de 1950²³⁸. Na ilustração de Alceu – que como já foi mencionado na introdução desse capítulo, viria a ser figura chave das seções de moda – já é possível reconhecer as características de seu traço no período de final dos anos 30 e início dos 40. Logo no ano seguinte, ele se tornaria responsável pela seção de maior popularidade de sua carreira, *As Garotas*. A jovem desse poema já apresentava os elementos da beleza feminina que tanto ele procurará realçar.

Ele apresentou uma moça com um vestido vaporoso e longo; sua cintura é afinada e bem marcada e, para finalizar, usava um elegante chapéu de palha. Ela estava recostada numa árvore outonal, adequada ao ambiente sugerido pelo título do poema. A personagem parece mais uma mulher de época do que alguém que acompanha as modas de seu tempo. Isso pode ser facilmente explicado: a preocupação de Alceu aqui não era com a moda, mas com uma imagem que representasse o poema.

Um ano após a ilustração acima, ocorreria o maior fenômeno na vida de Alceu e na própria história da revista *O Cruzeiro*; falo do lançamento da seção *As Garotas*. O diretor da revista, Accioly Netto, estava criando novas seções, a fim de tornar a revista mais atrativa ao público feminino, mas não queria correr o risco de perder o público masculino. O uso da imagem de mulheres atraentes já era uma tradição do magazine desde sua inauguração em 1928; estampavam principalmente as capas. Porém, nesse momento, o plano do editor era mais arrojado.

O editor da revista era encantado pelas ilustrações publicadas no *The Saturday every post*, jornal norte-americano, feitas por aquele que é considerado o pai das *pin-ups* nos EUA, Charles Dana Gibson, que iniciou sua carreira ainda no final do século XIX e início do XX. As imagens femininas desenhadas por ele ficaram conhecidas como as Gibsons Girls. Ele costumava desenhar tanto garotas isoladas como grupos conversando e até mesmo interagindo com rapazes²³⁹.

Accioly levou a idéia a Alceu Penna e pediu que este lhe apresentasse algo do gênero. Ele descreveu o resultado apresentado pelo desenhista em seu livro de memórias: “vários grupos de lindas mocinhas, vestidas na última moda, conversando. O texto, na forma de

²³⁸ NETTO, Accioly, *op. cit.*, p. 91.

²³⁹ MARTIGNETTE, Charles G; MEISEL, Louis K. **The great american pin-up**. Itália: Taschen, 2002.

diálogo e destinado ao público juvenil, deveria ser escrito por um humorista malicioso.” A escolha do autor dos diálogos caiu primeiramente sobre Millôr Fernandes.

Na época de seu lançamento, a nova seção foi noticiada com ênfase pelos jornais do grupo Diários Associados e descrita da seguinte forma:

“As garotas são a expressão da vida moderna. As garotas, endiabradas e irrequietas, serão apresentadas todas as semanas em *O Cruzeiro*, desenhadas por Alceu, o mais malicioso e jovem de nossos artistas. *As garotas* em duas páginas em cores constituem um dos hits de *O Cruzeiro*, a revista que acompanha o ritmo da vida moderna.”²⁴⁰

Em apenas um texto publicitário, a revista foi associada duas vezes com a modernidade. As próprias personagens da referida seção expressariam a “vida moderna” e a revista acompanharia o ritmo frenético da modernidade.²⁴¹

4.1.1 – As garotas cariocas.

Desde sua primeira aparição, *As Garotas* disseram a que vinham: pretendiam representar a mulher jovem, mais precisamente as moças cariocas de classe média e alta que freqüentavam praias famosas como a de Copacabana. Alceu ajudou a moldar um estereótipo



dessas jovens. A primeira aparição das garotas confirma essas características, uma vez que elas apareceram à beira do mar vestindo trajes de banho. Esses últimos eram em geral bem menores do que os anunciados nas colunas de moda, portanto deveriam ser vestidos por moças ousadas.

Figura 2

Na primeira edição de 1941, a referida coluna confirmou sua tendência a destacar os hábitos cariocas. Ela abordava o verão e a cidade do Rio de Janeiro, com o título: “Garotas em Copacabana”. Nela, jovens apareciam vestidas com trajes de banho e poses sensuais no melhor estilo pin-up, nas areias de uma das praias mais famosas da capital e do país. Muitas

²⁴⁰ NETTO, Accioly, *op. cit.*, p.125.

²⁴¹ Sobre a modernidade como aceleração ver: BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

delas parecem olhar diretamente para o leitor, de uma maneira insinuante. A beleza dessas cariocas podia até retratar um tipo de beleza nacional, mas deixava de fora as negras e as morenas de cabelos crespos. As personagens são moças queimadas de sol e com cabeleiras louras ou ruivas. A imagem da mulata, que hoje brasileiros e estrangeiros tão facilmente associam à mulher carioca, era inexistente nesse momento. Isso se deve tanto a nossa herança escravista, como ao público leitor que a coluna pretendia atingir, uma vez que as moças retratadas eram os tipos que circulavam na Copacabana daquela época.

Essa ausência também pode ser explicada por conta dos ideais de beleza vigentes, que tinham forte inspiração na imagem das atrizes americanas. Pode até ser que parte da população negra lesse, ou mais provavelmente olhasse as figuras da revista – o que não deixa de ser uma forma de leitura – mas provavelmente não carregavam a expectativa de se ver ali representados.



Figura 3

A edição de 22 de novembro de 1947 possui o título “Garotas de Copacabana”. O Rio era a capital e a referência principal da revista, haja vista que as praias de lá eram nomeadas diretamente nas seções, sendo que esta é a segunda que falava sobre Copacabana. As garotas

apareceram novamente em trajes de banho, ou em roupas para fazer passeios à beira mar: uma delas anda de bicicleta, por exemplo.

O texto destacava o ócio das Garotas cariocas que tinham uma boa vida. Eram elas as personagens de tal seção. Segundo o texto:

As garotas de Copacabana sabem levar a vida. Tiram dela 100%: Viver é gozar. Que importa a política? Elas querem é distração. E se divertem a bom valer. Mas ainda assim se queixam. É que elas, apesar de sociáveis (vá lá a infâmia da trocadilhada), são sempre insaciáveis...

O comentário apresentava a idéia do autor sobre o estilo de vida das jovens cariocas de classe média e alta desse período. Provavelmente os hábitos elencados devem ter tido como

base a observação do real. As tais garotas sabiam aproveitar o lazer, gozavam a vida, mas nunca estavam contentes; acabavam frustradas por terem uma situação cômoda demais.

Entre os “afazeres” dessas moças, estava o hábito de acordar tarde e ir à praia para descansar de tanto dormir. Na praia elas flertavam com os rapazes, que admiravam seus encantos em trajes de banho; tais garotas parecem muito atrevidas para a época. Depois de almoçar, elas iam ao cinema com o namorado, chamado no texto de “futuro marido”. Isso indica que, por mais modernas que fossem, *As Garotas* ainda desejavam o casamento. Parece que o que temos aqui é uma modernidade uma tanto conservadora. Havia limites para o que significava ser uma mulher moderna nessa época, e tal característica parecia mais um mero adjetivo, um verniz para encobrir velhos costumes.

As atividades de lazer se estendiam até a noite: “vão-se os dois para a boite dançar, beber e... jantar.” As tais *boites*, ou boates, eram na época um local de dança, com restaurante, onde as pessoas de respeito podiam ir para se divertir.

O texto encerra com a seguinte conclusão: “Eis a vidoca bacana das garotas mais famosas dessa azul Copacabana. Garotas esplendorosas que à madrugada, ao deitar, dizem – que vida, que tédio! Será que não há remédio para essa vida alegrar?”. Realmente, tanto ócio devia ser capaz de causar tédio, mas o texto parece alfinetar essas jovens de vida confortável, que ainda assim se entediavam com um cotidiano tão ameno.

No fim das contas, temos um ideal de mulher que não era tão moderno quanto poderíamos supor. O texto pode nos passar uma dupla impressão: de que as moças retratadas pela coluna tinham uma vida aparentemente fácil, mas que no final tornava-se vazia e sem sentido. Eram jovens que não precisam se preocupar com o trabalho, mas apenas com o lazer e a busca por um bom partido, ou seja, um provedor.



Figura 4

A temática do verão, do lazer ao sol, era constantemente abordada por Alceu Penna na sua coluna *As Garotas*. Um exemplo disso está na seção: “Muita Garota e pouca roupa.” Nela, as jovens parecem estar à beira de uma piscina com trajes leves: topes e saias, com parte da

barriga à mostra; conjuntos de shorts e bustiês; blusas curtas e calças estilo pescador. A idéia de mostrar garotas com pouca roupa indica o caminho para a pin-up, uma jovem sedutora e inocente ao mesmo tempo. As garotas reunidas no momento de lazer propício ao uso de pouca roupa ativavam o caráter voyeurístico da coluna. Elas bem podiam ser do Rio de Janeiro ou de qualquer outra parte do país, que é predominantemente tropical, proporcionando lazeres na água para refrescar o ócio de uma pequena parte privilegiada da população. São provavelmente essas garotas que agradam aos leitores e era sobre elas que Alceu desenhava.

4.1.2 – As garotas viajam com Alceu

A edição de 24 de agosto de 1940 foi a primeira encontrada no arquivo de imprensa do Museu Hipólito José da Costa de Porto Alegre a apresentar a seção *As Garotas*. Quando olhamos para as páginas da seção, temos a impressão de espionar a vida das lindas e cobiçadas jovens desenhadas por Penna. Elas pareciam estimular o voyeurismo de homens e mulheres.

Contudo, essa edição em especial referia-se ao período no qual Alceu Penna fez sua primeira viagem internacional – e seu destino foram os Estados Unidos. Ele viajou com recursos próprios e comprometeu-se a seguir colaborando com *O Cruzeiro*. A revista o anunciava como seu correspondente especial naquele país. A intenção do desenhista era publicar em famosas revistas ianques, a fim de ter seu talento reconhecido também no exterior. Ele acabou conseguindo alguns trabalhos, mas ficou longe de atingir o reconhecimento esperado.



Figura 5

A seção de maior sucesso que Alceu ilustrava nessa época eram *As Garotas*. Portanto, não poderia deixá-las descansando enquanto viajava. A coluna acabou indo com ele. O ilustrador aproveitava os lugares que conhecia como contexto

para as aventuras de suas personagens. Os pontos turísticos de cidades como Nova York serviram de pano de fundo para os diálogos das moças, que pareciam estar viajando com o desenhista. Portanto, em 24 de agosto, apareceu a seção com o título: “As Garotas em Harlem”; esta se referia a uma visita ao bairro negro de Nova York, famoso por lançar ritmos musicais para o mundo, e que foi chamado no texto da coluna de berço do swing e de outras danças.

Emblemático de um período caracterizado pela política da Boa Vizinhança entre o Brasil e os EUA, essas páginas nada tinham de inocente. É interessante notar que foi preciso que as garotas brasileiras – quase sempre apresentadas como brancas – fossem ao Harlem para que negros e negras aparecessem na seção. Estes foram representados por uma garçonete,



um casal de dançarinos e um tocador de sax.

Figura 6

O número de 20 de setembro do mesmo ano apresentou novamente uma temática relacionada aos Estados Unidos, dessa vez envolvendo o ilustrador Walt Disney, que visitava o Rio de Janeiro²⁴². Provavelmente não

foi por acaso que as seções do início da década de 1940 exploraram a temática da relação entre o Brasil e os EUA. A década iniciou em plena Segunda Guerra Mundial, e o Brasil ainda não havia tomado um posicionamento dentro do conflito, sendo que o governo de Getúlio Vargas parecia simpatizar com os regimes fascistas. A aproximação norte-americana vinha principalmente pela via cultural, como o cinema, por exemplo. Alguns personagens tiveram papel destacado no que ficou conhecido como “política da Boa Vizinhança”. Entre eles, a mais conhecida foi certamente Carmem Miranda, a pequena notável que atingiu sucesso internacional e virou atriz em Hollywood, símbolo de uma brasilidade um tanto caricata que agradou aos estadunidenses²⁴³.

A visita de Walt Disney, que visava à produção de um filme com um personagem inspirado no Brasil, fazia parte desse processo. Alceu foi convocado para ser o intérprete do

²⁴² Tal visita é comentada também por JUNIOR, Gonçalo, *op. cit.*, p. 74

²⁴³ CASTRO, Ruy. **Carmem**. Companhia das Letras: São Paulo.

visitante, devido a sua fluência em inglês e afinidade profissional com o mesmo. Assim, as populares Garotas não se furtaram de um encontro com os personagens do ilustrador estrangeiro. Com o título “Garotas e a família Walt Disney”, ele homenageou o colega. O texto relatava: “Partiu Walt Disney depois de três semanas no Rio de Janeiro”; segundo o pequeno texto, ele voltaria na época do Carnaval. Foi chamado de “grande desenhista” por Alceu, que era o autor do texto e dos desenhos que ilustravam a seção. Ele antecipou que o desenhista estava empenhado em criar um personagem inspirado no Brasil, o que realmente aconteceria; trata-se do famoso “Zé Carioca”²⁴⁴. Enquanto isso, alguns dos personagens já consagrados de Disney bateram um papo com *As Garotas*. Os diálogos seguiam a linha

inocente e divertida da coluna, descrevendo o encontro entre as personagens.

Figura 7



O ano de 1947 marcou a primeira viagem de Alceu Penna pela Europa, onde cobriu os desfiles de Paris. Novamente indo com recursos próprios, assinou em *O Cruzeiro* como correspondente. A coluna *As*

Garotas, desse período trouxe uma seqüência de episódios que apresentavam as personagens passeando pela cidade luz. A primeira delas foi a de 15 de fevereiro; nela, as famosas jovens são recepcionadas na capital francesa. O título trazia a expressão: “Soyez les Bienvenues Garotas”, quer dizer, “Sejam bem-vindas, as Garotas”. As jovens foram desenhadas ao lado dos maiores símbolos de Paris, como a torre Eiffel, o Arco do Triunfo e o Obelisco; todos os monumentos apareceram de braços abertos para recebê-las.

²⁴⁴ JUNIOR, Gonçalo, *op. cit.*, p.78.



Figura 8

Na edição seguinte, do dia 22 do mesmo mês, Alceu seguiu aproveitando sua estada em Paris para estender a temática da Cidade Luz às suas Garotas. Nesse número o título da seção era: “Algumas Garotas em Paris”. Os desenhos circundavam o Arco do Triunfo e apenas os rostos das Garotas

sugeriam hábitos franceses. Algumas delas usavam boinas e fumavam, à maneira dos boêmios artistas locais. Outras pareciam estar elegantemente vestidas e bebendo champanha. Eram verdadeiras “bonnes vivantes”, aproveitando ao máximo os prazeres da viagem.



Figura 9

Seguindo a mesma temática, *As Garotas* continuaram sua visita a Paris, dessa vez com o título: “Garotas se esbaldam”. A coluna mostrava as jovens freqüentando os famosos cabarés da cidade, lugares como o Moulin Rouge. O que podemos apreender dessa seqüência de seções com temas franceses?

Acredito que Alceu expressava através de suas garotas os hábitos que considerava modernos e cosmopolitas, mostrando algumas vezes maneiras consideradas inapropriadas para as mulheres de carne e osso do período. Um exemplo disso seria a mulher fumando, bebendo, e saindo somente com outras mulheres para ir a festas.

As Garotas eram adaptáveis às mais diversas situações. Iam da praia ao Jockey Club, viajavam com seu idealizador de Nova York até Paris e, como veremos adiante, simbolizavam a pátria e um ideal de mulher.

4.1.3 – As garotas patrióticas



Figura 10

O ano em que se decidiu a entrada do Brasil na Segunda Guerra foi o de 1942, e a posição era ao lado dos Aliados. As edições desse período são bastante ilustrativas de como a questão da guerra afetou a moda e a visão sobre a mulher, que foi envolvida no esforço de guerra. Podemos notar um aumento do patriotismo através das imagens que estampavam as cores da bandeira nacional. A capa da edição de 05 de setembro daquele ano, nas vésperas do aniversário de Independência, apresentava uma chamada: “Neste número um suplemento em cores com Mapas do mundo em guerra.” A imagem era de uma mulher vestida com uma farda de gala, com um elmo amarelo ouro com crinas verdes. No canto de página, havia um símbolo verde e amarelo. Essa capa não pode passar em branco, pois a mulher serviu muitas vezes como representação da nação, conforme refletiu José Murilo de Carvalho sobre o período de formação da República. Essa simbologia remete a uma alegoria muito recorrente desde a Revolução Francesa, e foi reforçada pela doutrina positivista, que predominava entre os intelectuais brasileiros do século XIX²⁴⁵.

No período pesquisado nesta dissertação, o Brasil envolveu-se numa luta que tinha como objetivo salvar o mundo do lado “mau” representado pelo Eixo. O fato da revista ter apresentado uma cobertura “em cores” da guerra demonstrava a modernidade gráfica da mesma. O próprio conflito também era moderno, no uso de novas armas, de máquinas. Além disso, aproximava-se o feriado nacional que representa a independência do país. A presença do país na guerra ajudava a reforçar sua impressão de soberania.

²⁴⁵ CARVALHO, José Murilo de, *op. cit.*, p. 75.



Figura 11

Nessa mesma edição, nem as garotas conseguiram escapar do surto patriótico. A seção apareceu com o título: “Garotas de Setembro”. Ilustrando a página, aparecia a figura de uma jovem trajada à maneira de um cadete, porém em trajes mínimos. Os seios estavam envolvidos por uma faixa nas

cores verde e amarela, diminuta. O visual era completado por um short branco, um elmo, um brasão usado como bolsa e a espada. A nacionalidade apareceu vestida, nesse caso, de uma forma extremamente erotizada. A espada de tamanho desproporcional na qual a moça se apoiava remete a um símbolo fálico. É interessante pensar na repercussão de tal traje. Hoje em dia, sabemos que algumas atrizes já foram processadas por posarem nuas envolvidas apenas na bandeira nacional. Contudo, a maneira e o contexto em que Alceu apresentou sua personagem pareceram legitimar sua aparência. Através da sensualidade, a linda jovem representava o país no momento de valorização dos elementos nacionais. A ilustração dava mais liberdades do que a fotografia, tendo supostamente uma conotação mais ingênua. Os desenhos eram de Alceu Penna e o texto de Millôr Fernandes. As populares personagens não podiam ficar alheias a esse importante momento nacional.

Essa coluna demonstra que Alceu não se furtava aos acontecimentos políticos, ou seja, aparentemente externos à moda ou as mulheres. Assim ele colocou uma de suas Garotas vestindo a política, ou seja: de uma maneira ou de outra, os assuntos nacionais abalavam sua coluna. Pois afinal, certos acontecimentos transformavam também a visão acerca da mulher e a expressão da moda.

Através da coluna *As Garotas*, Alceu Penna tornou-se famoso e immortalizou estereótipos de jovens mulheres: o que faziam, pensavam e como agiam. Adaptada às mais diversas situações sociais e políticas, sua coluna acompanhou a transformação da mulher e expressou uma diferente imagem da mesma para cada período de sua existência. Conforme dito anteriormente, existem trabalhos específicos sobre essa seção, pois sua riqueza analítica assim o exige. A breve apresentação e comentário de algumas dessas colunas serviram no

meu trabalho como suporte para uma visão de moda que Alceu construiu de forma clara nas colunas dedicadas ao tema, as quais passo a analisar no item seguinte.

4.2 – Visões da mulher nas colunas de Alceu: público alvo, comportamentos sociais e espaços de sociabilidade.



Figura 12

A primeira edição existente no Arquivo Hipólito José da Costa a apresentar uma seção de moda desenhada por Alceu data de 13 de setembro de 1941. A coluna era intitulada “Deshabillés”, termo em francês que designa a peça usada sobre a camisola dentro de casa. O texto revelava a importância de manter a elegância mesmo no recesso do lar: “A arte de se vestir bem no lar é também a arte de agradar aos maridos...” Essa primeira afirmativa denotava um dos motivos para a mulher preocupar-se com a aparência: o dever de

agradar ao esposo. Os modelos apresentados foram descritos da seguinte maneira: “Nada mais cômodo e mais interessante do que estes deshabillés de grandes saias que constituem a última moda no momento. São também práticos e bonitos.” A comodidade e praticidade desses trajes dependiam muito da mulher que ia usá-los. Olhando para a imagem abaixo e analisando a descrição que menciona as saias longas, logo nos damos conta de que essa peça não era indicada para uma dona de casa qualquer, mas àquela que não realizava nenhuma tarefa doméstica que necessitasse grande movimento. Existe também outra possibilidade: a indicação da peça mesmo para as mulheres que deviam primeiro aprontar o jantar, e depois vesti-la para aguardar o marido. Afinal, o conselho geral da revista era que todas as mulheres, trabalhadoras ou não, ricas ou remediadas, deviam manter a melhor aparência possível; por isso, algumas vezes, encontramos dicas para diferentes camadas sociais.

Outro ponto importante revelado pelo pequeno texto era o acompanhamento das modificações da moda denotado pela observação “última moda do momento”. Os termos remontam a uma sensação de estilo inédito, atual. Essa estratégia já apareceu nas colunas analisadas das décadas de 20 e 30. Os desenhos não aparecem creditados a nenhuma outra

pessoa que o próprio Alceu; portanto, ao que tudo indica, não se tratam de reproduções, mas de modelos que ele criou.



Figura 13

Mesmo durante esses anos da guerra, as seções de moda não pareciam abalar-se. A partir de 1942, ano em que o Brasil entrou efetivamente no conflito, *O Cruzeiro* começou a fazer uma cobertura bastante significativa da guerra. Entretanto, as colunas de moda pareciam seguir seu curso

normal. Em 05 de setembro daquele ano, a seção de ilustrações de Alceu Penna convidava a um “Pic-Nic”. O texto é bastante lúdico, parecendo alheio à falta de paz no mundo:

Vamos a um pic-nic? Ótima idéia! Mas como arranjar um vestido próprio? Consultemos o guarda-roupas... Lá encontramos ‘toillettes’ para praia, para passeio, para compras na cidade, para chá das cinco, para jantar, para teatro, para baile...Mas, para pic-nic, nada! Pois então será necessário preencher esta lacuna, com modelos bonitos como estes que aqui apresentamos, feitos com fazendas nacionais de pouco preço, e de bonitos padrões. Os desenhos acima, de Alceu, foram inspirados em Franklin Simons, Sterns e Macy’s – figurinistas de Nova York.

O pequeno texto é elucidativo de várias questões. Primeiro, aponta a necessidade de uma roupa adequada para cada ocasião de lazer. A mulher que possuía o guarda roupa referido não incluía nele roupas para trabalhar, cuidar da casa, etc. Apesar disso, verificamos a recorrência da indicação de tecidos baratos; isso provavelmente indicava o objetivo de atingir a mulher de classe média, que era dona de casa e podia partilhar de algumas das atividades de lazer citadas, mesmo que esporadicamente. A revista seguia apresentando-se como uma espécie da guia nesse complicado mundo das aparências²⁴⁶. Outra possibilidade era o racionamento da maioria dos produtos e mesmo sua escassez em tempos de guerra, principalmente dos mais caros, o que dificultaria a aquisição de tecidos nobres, consequência dos bloqueios comerciais com o exterior.²⁴⁷

Outra sugestão que chamou a atenção foi a referência aos tecidos nacionais de baixo preço. Ou seja, havia um incentivo ao consumo do produto nacional, num importante período

²⁴⁶ Sobre o tema ver: O comentário de Maria Cláudia Bonadio sobre a colunista Marinette. BONADIO, *op. cit.*, p. 165. Assim como ocorre com Thérèse Clemenceau, elas se colocam como as conselheiras de moda.

²⁴⁷ VEILLON, Dominique, *op. cit.*, p. 48

em que a indústria brasileira tomava a posição internacional de bens de substituição aos produzidos na Europa sob conflito²⁴⁸. Foi um momento propício para a indústria de tecidos, que ampliou seu espaço. No caso do Brasil, o tecido mais produzido e de melhor qualidade era e ainda é o algodão. Mais adiante, nos anos 50, houve uma grande campanha de incentivo ao consumo interno e externo de nosso algodão. Ela foi encabeçada pelas indústrias produtoras em parceria com a própria revista *O Cruzeiro*²⁴⁹.

O design das peças apresentadas nessa seção era inspirado por figurinistas americanos. Não eram criações de Alceu, mas provavelmente adaptações. Desde o início da guerra, os modelos americanos apareceram em maior quantidade nas colunas de moda. Havia ainda o fato de que Alceu retornara recentemente daquele país. Tal referência à moda estadunidense também se devia em grande medida à dificuldade de divulgação enfrentada pela indústria da moda francesa durante o período de ocupação nazista.²⁵⁰

Contudo, quem acabou realizando a junção entre os três pontos apresentados (o estilo dos vestidos americanos, o pic-nic e o tecido nacional) foi o ilustrador de modas da revista, Alceu Penna. Ele interpretou os modelos, adequou-os àquela situação social e sugeriu um tecido acessível no mercado brasileiro. Nesse momento, ele estava de alguma maneira construindo uma nova direção para a moda na revista. Era a interpretação da moda estrangeira feita pelos olhos de um brasileiro, a união do estilo externo com produtos nacionais, e o objetivo era cair no gosto da mulher brasileira.

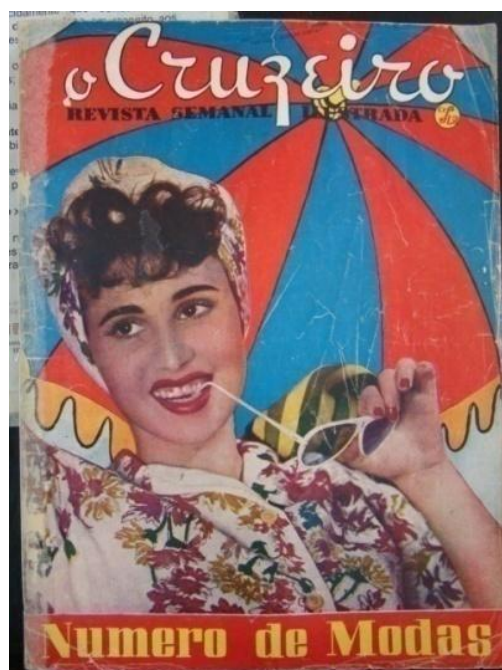


Figura 14

A capa da última edição de 1942 apresentava novamente um “Número de Modas”. A fotografia é bastante chamativa. Nela, uma moça morde a haste de seus óculos de sol; a imagem ganhou um fundo ilustrado por um guarda-sol. A roupa da jovem é estampada e ela usa um tipo de turbante muito em voga nesse período. O colorido de suas roupas e acessórios extravagantes, como o turbante, lembram o estilo de Carmem Miranda, que nesse ano havia conquistado o auge de sua fama nos

²⁴⁸ GONTIJO, Silvana, *op. cit.*, p.54.

²⁴⁹ NETTO, *op. cit.*, p. 87.

²⁵⁰ VEILLON, Dominique, *op. cit.*, p. 31

EUA.²⁵¹ Podemos fazer uma comparação entre o estilo de traje e postura que apareciam em geral nas seções de moda e essa capa em especial. Mesmo que a impressão de exagero talvez esteja apenas na nossa leitura atual, temos que considerar que a época da Segunda Guerra é tida como a de uma moda sem grandes excessos²⁵². Porém, temos de recordar que a revista *O Cruzeiro* utilizava a imagem de mulheres em suas capas para atrair a atenção dos leitores.²⁵³ Portanto, é compreensível que a fotografia da capa fosse mais chamativa que os desenhos internos. Contudo, nesse caso, parece haver uma maior diferença de estilo entre a imagem exterior e interior. A capa era mais extravagante, e o interior apresentava um estilo mais tradicional e tido como elegante para o período.

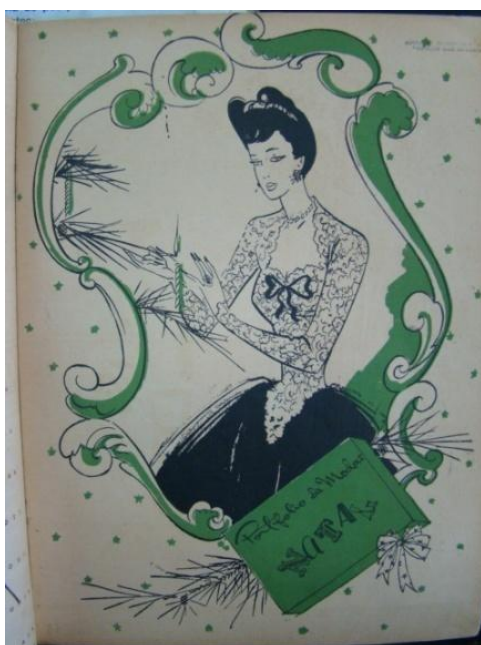


Figura 15

Essa edição continha o “Portfólio de Modas: Natal”, um número especial com muitas páginas dedicadas ao tema, todo ele ilustrado por Alceu Penna, com uma página de abertura – uma espécie de capa para o que estava por vir. Nela, uma mulher aparecia vestida de maneira “muito elegante”, enfeitando uma árvore de Natal. A imagem abre a série de indicações de trajes para as comemorações de final de ano. Aqui, notamos mais claramente a diferença entre o estilo de vestir da moça da capa (figura 14) e a abertura do portfólio no interior da

revista (figura 15).



Figura 16

Na seqüência, cada atividade da maratona natalina merece uma página com indicações de roupas adequadas. Nem mesmo a atividade de fazer as compras para a data passa em branco: “Comprando presentes de Natal”. O texto exalta o movimento

²⁵¹ CASTRO, Ruy, *op. cit.*, p.

²⁵² MENDES, *op. cit.*, p. 101.

²⁵³ NETO, Acciolly, *op. cit.*, p. 48.

das ruas da cidade nessa época do ano para a compra dos presentes, e, mesmo para realizar tal tarefa, a revista reforça a necessidade de manter a elegância. São indicados sete “figurinos americanos”, apropriados para a ocasião. São vestidos e tailleurs acompanhados por chapéus, sapatos de salto e bolsas. Não parece um traje muito confortável para “bater pernas”, mas é apropriado para aquelas mulheres que tem alguém para carregar seus pacotes. Os modelos, creditados a diversas lojas de departamento norte-americanas, são reproduzidos por Alceu, que descreve o tecido e as cores apropriadas para cada peça.



Figura 17

A seguir, aparece o “Natal: festa das crianças”. A indicação de trajes infantis junto à seção de modas femininas aparece muito no período analisado, a partir do momento em que Alceu assume a direção criativa das seções dedicadas à moda. Principalmente em datas comemorativas, podemos

dizer que ele introduziu a preocupação com uma moda infantil. Indicava roupinhas para o inverno, festas específicas como Carnaval e São João. A riqueza dessas seções seria suficiente para produzir um trabalho à parte. Para minha análise, interessa essa proximidade da coluna de roupas infantis com a feminina. Isso indica que a mulher não devia preocupar-se apenas com sua aparência, mas, como mãe, devia cuidar do asseio dos filhos, para que as crianças estivessem igualmente apresentáveis nas ocasiões sociais. Nessa página, ele apresenta indicações para meninas e meninos pequenos.

O texto associa a data com as crianças, que seriam as mais ansiosas pelos presentes. “Para esperar o ancião Noel eles se preparam cuidadosamente, cheios de alegria, pondo as roupinhas novas que a mamãe, por certo, não esqueceu de lhes confeccionar. Temos, nestas duas páginas, dez modelos de Alceu para o Natal das crianças.” Destaque para o fato de que as roupas devem ser “confeccionadas” pela mãe, e não compradas. Essa indicação atesta o baixo consumo da roupa pronta no país nesse período, e o hábito de possuir máquinas de costura em casa para fazer as próprias roupas e os trajes da família²⁵⁴. Outro ponto interessante é que todos os modelos são criações de Alceu, fato que o aponta como um dos

²⁵⁴ BONADIO, Maria Cláudia, *op. cit.*, p. 39-40.

primeiros criadores nacionais de uma moda infantil. Ele indica inclusive a cor e os tecidos, como o algodão, para a execução das peças. Com isso, ele passa a ser um conselheiro de modas para quase toda a família, excetuando a roupa masculina.



Figura 18

Depois das crianças é a vez das mães receberem a indicação dos trajes adequados para as “Festas de Natal”. O luxo dos longos vestidos demonstra o estilo de festa ao qual ela destinase. Certamente, não é para a dona de casa que vai tirar o peru do forno e servir a família. São

comemorações em sociedade, clubes, grandes jantares. Os vestidos acompanham a silhueta da moda desse período: cintura alongada até a altura dos quadris e saias evasês amplas, sendo um modelo com a saia mais reta e alguns acentuando mais a linha da cintura, através do volume na parte inferior.



Figura 19

Encerrando o portfólio de modas, havia ainda uma página de sugestões de presentes de Natal femininos; poderia servir para inspirar as mulheres na hora de presentear umas às outras, ou quem sabe auxiliar os maridos que quisessem surpreender a esposa. São pequenos mimos, como chapéus, jóias, blusas; nenhum deles parece muito acessível pela descrição dos materiais de que são feitos, como bolsas de couro de jacaré, por exemplo. Os modelos são desenhados por Alceu e inspirados em acessórios comercializados por lojas de departamento norte-

americanas, que não atuam no Brasil. Algumas lojas finas dos grandes centros adquiriam certamente modelos semelhantes, e talvez indicassem opções de compra para aqueles que viajam ao exterior.



Figura 20

Além do portfólio, o mesmo número da revista apresenta a seção fixa de “figurinos de Alceu Penna”. O texto aponta sugestões para os “Primeiros bailes” da vida de uma jovem: suas primeiras aparições sociais. Segundo o texto: “Primeiros bailes – primeiro *maquillage* –

primeiro namorado... Nada mais difícil do que preparar um vestido para essa grande ocasião na vida de uma garota... Agora, que estamos em fim de ano, época dos *reveillons* e das festas de formatura, apresentamos como sendo matéria de utilidade inadiável, seis modelos juvenis, para a noite, segundo os últimos lançamentos de Nova York.”

A revista se coloca no papel de uma consultora de moda para auxiliar as jovens que irão ingressar nas atividades sociais, demonstrando, como na época de Clemenceau, que a moda exige um saber específico. Os espaços de sociabilidades, neste caso os bailes, aparecem como um local de apresentação da beleza, que deve ser exaltada com um lindo vestido e a maquiagem, visando à possibilidade de encontrar um par, um namorado. Há, quanto à forma e silhueta apresentadas para esses modelos, diferenças que podem nos parecer sutis hoje, mas que eram importantes para diferenciar as faixas etárias das mulheres da época através da roupa²⁵⁵. Os modelos sugeridos para as garotas são mais suaves nas cores e alegres nos cortes do que os que aparecem para as mulheres casadas, no mesmo número no próprio portfólio de Natal (figura 7). Os modelos desenhados por Alceu Penna foram baseados nos lançamentos de Nova York; quer dizer, é a América do Norte novamente a aparecer como fonte de influência nos anos de guerra.

²⁵⁵ LURIE, Alison, *op. cit.*, p. 60.



Figura 21

As colunas de Alceu, assim como acontecia na época de Madame Clemenceau, faziam uso de expressões estrangeiras constantemente, mesclando palavras em inglês e francês. Em 11 de janeiro de 1947, uma de suas páginas ilustradas intitulava-se “Good Morning!”. A partir dos anos 40, as expressões de moda em inglês rivalizam com expressões em língua francesa, advindas da influência norte-americana sobre a América latina. O texto não poderia ser mais sugestivo da visão da mulher no pós Segunda Guerra. “Andar em casa

elegantemente, eis o segredo da felicidade conjugal, dizem os especialistas dos problemas psicológicos da vida a dois.” Pela primeira vez, admite-se que podem haver problemas de relacionamento entre os casais. Ressalta-se a preocupação feminina em manter a harmonia conjugal, e ao seu lado nessa empreitada estaria à moda, garantindo-lhe elegância mesmo dentro de casa. A moda como uma “arma” de sedução, garantindo a manutenção da posição de esposa, é um artifício há muito conhecido, indicado pela revista nas seções de Rachel, sobre os trajes pijama, ou por Alceu com os *deshabillés*. A moda pode servir como uma artimanha para se posicionar dentro da sociedade, exercer influência psicológica e até política. O maior exemplo disso foi Maria Antonieta²⁵⁶.

É interessante notar o caráter científico que o texto ganha ao mencionar os “especialistas dos problemas psicológicos da vida a dois” – é fato muito moderno haver tal especialidade a serviço do casal. Contudo, o objetivo último de tal novidade era manter o casamento. A “vida moderna” apresentada pela revista nos parece hoje bastante tradicional, pois remete à defesa de instituições sociais como a família. Segundo o texto, tal questão caracterizaria um “grave problema” que a revista se propõe a resolver, oferecendo três modelos de “manteaux para levantar” desenhados por “Bloomingdale”, loja de departamento norte-americana, e reproduzidos por Alceu.

²⁵⁶ WEBER, Caroline, *op. cit.*, p. 10

Bom seria se um belo “salto de cama”, como já foi chamada antigamente esta peça do vestuário, tivesse o poder de resolver os problemas conjugais. Que força é dada à moda nesse momento, como asseio necessário à manutenção da harmonia doméstica? Aqui, alguns papéis sociais parecem claros – o do homem como o provedor e o da mulher como “do lar”. Esta última deve aparecer bela e bem vestida em contraposição às agruras que o marido enfrenta no trabalho, um universo masculino. Assim, a dona de casa modernizada serviria como um amparo ao marido. O cenário desse despertar parece ser o campo, onde canta o galo sobre a cerca, ou é apenas uma alusão a um despertar idealizado.



Figura 22

Em 01 de março, a seção ilustrada de moda apresenta figuras de mulheres em preto. Isso não parece uma alusão à cor de pele negra, mas uma mera escolha gráfica. Aliás, é raro ou mesmo inexistente ilustrações que mostrem mulheres negras. A seção chamada de “Assim, ou...assim” refere-se a trajes que possibilitam mobilidade de uso. Como, por exemplo, vestidos que se transformam em shorts e vice-versa. Uma versatilidade que parece inspirada na praticidade da vida moderna, no sentido de uma rapidez nas mudanças, numa variação maior de ambientes a serem freqüentados.



Figura 23

A edição de 08 de março, dia Internacional da Mulher, parece dedicada a pouca roupa. Estranhamente, a data não é comentada; sua comemoração ou o motivo de sua existência passa em branco nas páginas da revista. Primeiro, há uma seção de “Lingerie”. “Alceu apresenta nesta página, negligées de Lord & Taylor e combinações de Sterns. Esses modelos são muito bonitos e a sugestão de grandes mangas é uma novidade muito interessante”. As peças finas para usar sobre o lingerie, ou seja, as negligés, aparecem bastante amplas, cobrindo bem o

corpo. Já a peça mais íntima e sensual aparece num cabide segurado pelas figuras. Seria muito ousado colocá-las vestindo apenas a peça mínima? Se aparecessem na seção *As Garotas*, provavelmente não; mas na coluna de moda, ainda permanece certo recato.

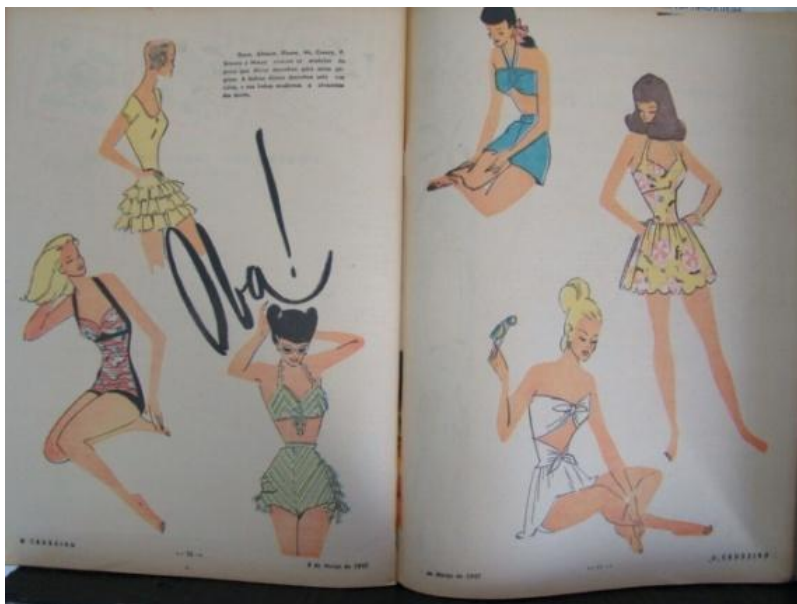


Figura 24

Em seguida, aparecem as páginas intituladas “Oba!” (figura 24), que mostram moças em trajes de banho. Quem estaria exclamando a expressão do título? Seriam os homens ou as mulheres? Acredito que “eles” ficariam mais animados ao ver jovens em tal situação. Isso indica que a coluna de moda, além

de dar dicas de como se vestir para “elas”, servia também como um chamariz para o público masculino.

Os modelos dos maiôs são de lojas de departamento americanas: “Stern, Altman, Bloom, Mc Creery, F. Simons e Macys criaram os modelos de praia que Alceu desenhava para estas páginas. A beleza desses desenhos está nas cores e nas linhas modernas e atraentes dos

maiôs.” Novamente, a característica “moderna” da roupa mostra-se um grande elogio, mesmo que esta modernidade de formas seja diferente das mostradas nas colunas anteriores; todas se legitimam em cima da idéia da novidade²⁵⁷.



Figura 25 – Apresentação do primeiro biquíni na piscina de Molitor em Paris em 05 de julho de 1946.²⁵⁸

²⁵⁷ BERMAM, Marshall, *passim*.

²⁵⁸ GRASSE, Marie Christine, *op. cit.* pg. 48.

Apesar da declaração de cores e linhas novas dos modelos, podemos atestar através deles os limites dados à modernidade quando se refere às vestimentas da mulher. O biquíni havia sido criado um ano antes. Porém, seu modelo era avançado demais para os pudores da época. Para seu lançamento, o francês Louis Réard teve de contratar uma dançarina de boate, pois nenhuma modelo ou moça de família aceitaria posar com o traje, composto basicamente de triângulos que cobriam os seios e as partes pudendas, deixando virilhas e o umbigo à mostra, sendo estas partes do corpo consideradas altamente eróticas nesse período²⁵⁹.

Os trajes que aparecem na seção são predominantemente maiôs, e no máximo o duas-peças que cobrem o umbigo. Este último, criado antes do biquíni, é uma versão mais recatada. Tais modelos escondem bastante o corpo, principalmente se comparados com os trajes de banho com os quais *As Garotas* aparecem vestidas. Usam artifícios como saiotos para cobrir as nádegas e as virilhas, e não mostram nunca o umbigo. Existem algumas semelhanças entre os grupos de moças, mas há sem dúvida um comportamento mais atrevido, uma volúpia maior do corpo na coluna de humor.



Figura 26

Em 01 de novembro de 1947, a seção figurinos chama-se “Bailes”. Novamente Alceu Penna dedica-se aos vestidos de gala. O texto sugere o público alvo de tais vestidos e a intenção da revista em orientar suas leitoras. “Estas sugestões são muito atuais, agora que as festas de fim de ano tanto preocupam as jovens. As

nossas leitoras poderão guiar-se perfeitamente bem pelos desenhos de Alceu, devendo notar-se que os detalhes dos vestidos são a última palavra dos figurinistas no gênero.”. Nota-se a intenção de ser um guia para as jovens na hora de escolher suas roupas para o baile e o destaque para a idéia de que são modelos atualizados, quer dizer, modernos. Depois da guerra, os criadores de Paris dedicam-se intensamente aos modelos de gala, aguardando o retorno das festas e ocasiões sociais²⁶⁰. Isso acaba refletindo-se também na coluna de moda brasileira.

²⁵⁹ *Ibidem*, p. 38.

²⁶⁰ VEILLON, Dominique, *op. cit.*, p. 235.

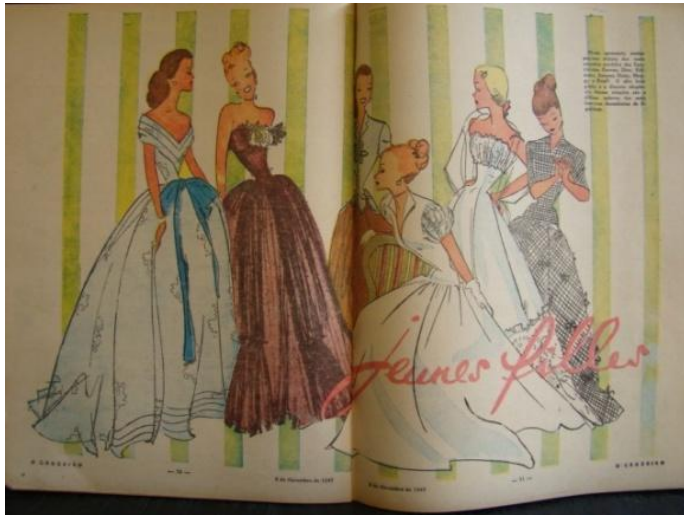


Figura 27

A edição de 08 de novembro dedica-se aos trajes de baile usados pelas jovens. O título é “Jeunes Filles”, que quer dizer “jovens” ou “moças” em francês. O texto cita os autores dos modelos, Carven, Dior, Balmain, Jacques Heim, Maggy e Rouff. O texto elogia a elegância dos modelos, mas não comenta de maneira direta o título.

Notamos a importância dada a tais eventos sociais para as moças, que é um tema recorrente, e encontramos novamente a necessidade de diferenciar o estilo de vestir dos jovens. Certamente, o público alvo dessas páginas eram as moças abastadas, que costumavam debutar e a partir de então passavam a frequentar a alta sociedade.

Após a citação dos autores dos modelos, complementa-se: “O alto bom gosto e a discreta elegância dessas criações são a última palavra dos mais famosos desenhistas de figurinos.” Ele destaca o “alto bom gosto” e a “discreta elegância” como características desejáveis nos trajes para as jovens. Concluímos assim que a elegância feminina aparece associada à discrição. Não é a primeira vez que tal adjetivo aparece nesses textos. De maneira subliminar, através da observação das imagens, podemos concluir a opção por modelos assim, como no caso acima mencionado dos trajes de banho. Então, parte da visão acerca da mulher do período reside no fato de que deveriam ser discretas e também recatadas, elementos visíveis nas roupas apresentadas.



Figura 28

Finalmente, encontramos a referência que não podia faltar: os vestidos de noiva. Assim como Thèrèse Clemenceau e Rachel dedicaram seções especialmente para o tema, Alceu revela suas preferências e sua visão sobre o mesmo na seção que chamou de “O

Dia Feliz” em 06 de Dezembro. A valorização do casamento no pós Segunda Guerra era uma necessidade para formar novas famílias, e acabou originando nos EUA o chamado Baby Boom. O casamento devia ser o objetivo de toda jovem e seu dia, como diz o título, devia ser feliz. Esperava-se na época que a mulher fosse boa mãe e esposa, limitando muito seus papéis sociais. O modelo idealizado era inspirado na dona de casa norte-americana: vestida de salto alto, com um vestido rodado, por cima dele um avental. As formas do vestido eram inspiradas pelo *New Look*. Era assim que essas mulheres apareciam nas propagandas de eletrodomésticos, feitos para facilitar sua vida de dona de casa²⁶¹. Esta vida perfeitamente programada começava após o casamento, e nesse dia a grande estrela era o vestido.

O texto contém a autoria e a descrição das criações, um modelo para dama de honra e os demais para noivas. Todos são bem fechados, com corte e estilo recatados, seguindo a silhueta do período, ou seja, cintura marcada e saias amplas. Os modelos são creditados a lojas de departamento estadunidenses e costureiros de mesma origem: “H. Bendel, Jay Thorpe, Bloomingdales, Martin e De Pinna”. O modelo sugerido no canto esquerdo é descrito como tendo na cabeça flores de laranjeira feitas em tecido e buquê de narcisos. As primeiras são presença constante em trajes de noiva, por representarem, junto com a cor branca, a virgindade²⁶². O modelo na cor rosa é indicado para “demoiselle d’honneur”, quer dizer, dama de honra. O branco é a única opção apresentada para os vestidos de noiva, confirmando a tradição instalada no século XIX na Inglaterra, ou a partir da década de 1920²⁶³. O terceiro modelo em sentido horário é descrito como simples, por ter como detalhe apenas pérolas no arranjo de cabeça. É o modelo mais fechado e recatado de todos.



Figura 29

Buscando ainda comportamentos femininos que o traje possa sugerir, deparamo-nos com a seção “Para servir os convidados” em 26 de julho de 1947. Nela, figuras de mulheres elegantemente vestidas usam aventais sobre a roupa. O texto procura elucidar o motivo para usar esta combinação. “Hoje, quando a falta de empregadas domésticas pode ser um problema repentino, as donas de casa devem estar preparadas para receber e bem servir

²⁶¹ HEIMANN, Jim Ed. **50's fashion**: vintage fashion and beauty ads. Colônia, Alemanha: Taschen, 2007.

²⁶² TEIXEIRA, Sérgio Alves, *op. cit.*, p. 300.

²⁶³ LURIE, *op. cit.*, p. 198.

pessoalmente suas visitas.” Essa reclamação parece um lugar comum que ainda se repete nos dias de hoje. Parece que tais aventais destinam-se a mulheres que tinham condições de pagar empregadas, mas que poderiam ser surpreendidas com a ausência das mesmas e por isso deveriam estar preparadas à altura para servir convidados. Não eram, portanto, donas de casa quaisquer; mas, ainda assim, bem servir devia ser o seu lema. As mulheres nessa situação pareciam ser uma espécie de empregadas refinadas.

As sugestões aparecem como sendo de Alceu, e, como as criações não são referidas com autoria, acredito serem criações do próprio. Os aventais são descritos como verdadeiros modelos de glamour: “Avental de tafetá com flores aplicadas; avental de organdi com bordados de *paillet*; avental em *chintz* guarnecido de renda branca grossa e um avental em tafetá xadrez com lantejoulas nos quadrados pretos.” Os tecidos citados são caros, e os detalhes que ornamentam as peças, muito sofisticados. Esta coluna expressa um ideal da mulher do *American way of lyfe*, que se orgulha em servir aos convidados do marido, apresentando-se bem vestida, com um avental luxuoso sobre um vestido cortado na última moda.

No mesmo ano de 1947, com a explosão do *New Look*, um visual um tanto conservador para a mulher e inspirado no século XIX, Alceu apresenta duas seções consecutivas de *As Garotas*, onde ele contrapõe mulheres revolucionárias e tradicionais. Vai buscar no passado os momentos em que acredita que esses dois opostos se manifestam de maneira mais evidente, talvez numa tentativa de levar essa reflexão às mulheres de seu tempo.



Figura 30

As primeiras a aparecerem são “As garotas mais revolucionárias” na edição de 13 de setembro. Os desenhos e o texto são um claro resgate das jovens da década de 1920. Elas seriam as revolucionárias, com atitudes masculinizadas, expressas pelos cabelos, principalmente no traje. Um

verdadeiro choque diante da mulher superfeminina da década que estava por iniciar-se, a de 1950. O texto faz alusão aos hábitos das mulheres dos anos loucos, como fumar e beber absinto, características expressas num tom jocoso de palavras. Os vestidos e a maquiagem

excessiva lembram a figura da melindrosa. O termo refere-se não só a um estilo de se vestir e maquiagem, mas a um comportamento propagandeado pelo cinema para as jovens dos anos 20: mulheres melindradas, de gênio instável e difícil, voluntariosas, definidas pela imagem das inocentes e provocantes melindrosas e das mulheres fatais, chamadas pelo cinema mudo de “vamps”. Apenas as mulheres intelectuais e da alta sociedade aderiram plenamente a este estilo de vida; para a grande maioria ele representou mais um impacto visual, o oposto da dona de casa feliz e recatada, ideal norte-americano do pós Segunda Guerra. Pode-se notar, também, o crescimento do hábito de tomar banho de mar nesse período, o que transformava as mulheres em sedutoras banhistas.



Figura 31

A edição seguinte, de 20 de setembro, apresenta na mesma seção outro retorno no tempo. Dessa vez, ao invés de elogiar as mulheres revolucionárias dos anos 20, ele relembra as “Garotas de tempo da vovó”. O estilo retratado é o da Belle Époque. Os trajés daquele

período acentuavam as formas femininas através do uso de espartilhos apertados, que criavam a famosa silhueta em forma de “S”, com seios uniformes e quadris ressaltados. Não por acaso, essas mulheres de estilo maduro, mas subjugadas pela roupa, serviam de inspiração, naquele ano de 1947, aos estilistas. O corpo era bem coberto durante o dia pelas golas altas, as mangas e saias longas. À noite eram permitidos amplos decotes²⁶⁴. As decorações com rendas, bem exageradas, foram retomadas pela moda do final da década de 1940, além do modelo de mulher recatada.

²⁶⁴ MENDES, Valery, *op. cit.*, p. 2.



Figura 32

Algumas vezes podemos perceber na coluna de Alceu uma preocupação com trajés do cotidiano, e com roupas mais práticas e acessíveis que se parecem voltar a um público mais amplo. Em 13 de novembro de 1948, a seção dedica-se aos “Vestidos laváveis”. Poder-se-ia dizer que se trata de trajés indicados para mulheres de classes mais baixas, que lavam suas próprias roupas – conforme aparece na própria ilustração – e vestem-se com simplicidade. O traje parece mais adequado às atividades cotidianas, sendo que a própria mulher é quem lava sua roupa. Desaparece a figura da

empregada; ela torna-se a substituta que é responsável pelas tarefas do lar. Esse não parece ser o mesmo público que vai aos bailes. Ou seja: estamos diante de uma ampliação no espectro social do público leitor. O texto é sucinto: “Alceu Pena desenhou os vestidos dessa página, muito interessantes para os dias de calor que se aproximam. Em tecido lavável, são muito bonitos, práticos e de fácil confecção.” Destaque para a sugestão de reprodução dos mesmos, enfatizando sua fácil confecção. São modelos ideais para o cotidiano, usados inclusive com sapatos baixos. Ainda assim, a tendência geral da moda aparece no comprimento e corte amplo das saias e na cintura marcada.

Por fim, o que podemos dizer de uma maneira geral das mulheres retratadas pelas colunas de moda de Alceu Penna durante a década de 1940? Notamos que, em grande parte das vezes, as dicas de moda se destinam às mulheres das classes altas, que tinham uma programação de vida diversificada, na qual estavam inclusos os bailes, os pic-nics, etc. Porém, em seu perfil principal, está o fato de cuidarem do lar. Elas se preocupavam com a roupa das crianças e deviam estar bem vestidas para agradar ao marido; aliás, o casamento estava entre suas principais preocupações.

O perfil geral que podemos retratar é o de uma mulher recatada, que sabe vestir-se bem em todas as ocasiões. O aumento do público leitor possibilita a indicação de roupas mais simples, de fazendas mais acessíveis, mas estas são ainda exceção. A mulher moderna desse período parece ser aquela capaz de substituir a empregada sem perder a elegância.

4.3 – A moda vista de dentro: visões de um brasileiro sobre a moda estrangeira.

Este sub-capítulo pretende analisar como Alceu Penna interpretou a moda internacional, principalmente a francesa e a estadunidense. Quais os diálogos estabelecidos com o Brasil e com as leitoras de *O Cruzeiro*? Neste momento, temos uma situação oposta à da época de Thérèse Clemenceau; afinal, é um homem brasileiro que era responsável por traduzir e introduzir a moda dentro do grande veículo de imprensa do período. Através principalmente de sua coluna ilustrada de moda, tentarei depurar a visão de Alceu – seu olhar nacional, que reflete uma estética estrangeira.

No momento pós Segunda Guerra, as fontes de inspiração se ampliam, mesmo entre os costureiros franceses. Na edição de 01 de fevereiro de 1947, aparece um modelo de “Marcel Rochas”, intitulado “Rio”:

Divulgamos nesse número a segunda série de figurinos que Alceu Penna nos remeteu diretamente dos mais famosos ateliers de Paris. O famoso artista exclusivo da revista *O Cruzeiro*, trabalhando com os próprios modelos das célebres lojas criadoras de figurinos da França, pode assim fornecer as nossas leitoras o que há de mais bonito de mais moderno na Cidade Luz. Esta página, por exemplo, é uma homenagem ao Brasil, e foi denominada pelos seus criadores RIO. Alceu copiou este vestido em primeira mão, numa gentileza de seus criadores.



Figura 33

Alceu aparece aqui como um enviado especial da revista a Paris, da mesma maneira que ocorrera antes, quando de sua viagem aos EUA em 1943. Em ambos os casos, ele tinha viajado com recursos próprios e aceitou manter o vínculo com a revista, enviando reportagens como correspondente internacional²⁶⁵. O ano de 1947 foi uma época marcante para a alta-costura francesa, que se reergueu de maneira definitiva no pós-guerra. O ilustrador fez sua primeira viagem pela Europa nessa época, permanecendo

mais tempo em Paris e participando dos lançamentos das coleções daquele ano. Entre o

²⁶⁵ JUNIOR, Gonçalves. *passim*.

material enviado por ele, estavam as colunas de moda, bem como a seção *As garotas*, conforme comentado no item 4.1, onde elas aparecem visitando a França.

O desenhista é citado como um “famoso artista” que trabalhava exclusivamente para o magazine. Sua função para com as leitoras seria trazer de fora um misto de beleza e modernidade. Está em destaque uma homenagem ao Brasil, que estaria representado por sua capital, o Rio de Janeiro. O país apareceria como fonte de inspiração para os estilistas franceses. Esta informação valoriza a cultura local, colocando nossas cores, hábitos e belezas como algo capaz de encantar os olhos dos mais famosos criadores de moda. Acredito que Alceu orgulhava-se de tal fato, e o expressava ao público leitor para que este pudesse compartilhar com ele aquele momento.

Encerrando o texto, aparece a frase que menciona a cópia, no sentido de reprodução pelas mãos de Alceu, com o consentimento dos ateliers franceses. Essa era uma estratégia de divulgação comum ainda nessa época e não tinha uma conotação negativa de plágio.



Figura 34

As páginas seguintes também continham ilustrações de Alceu Penna, de modelos atribuídos à criadora “Carven”, também “enviados de Paris” e “copiados dos próprios modelos”. Sobre os vestidos de noite, ele ressalta o fato de serem menos exagerados do que os de outras

coleções, talvez se referindo à coleção do *New Look* de Christian Dior. O texto descreve também os modelos de “tailleurs”, como sendo de formas jovens, por terem o casaco mais curto, as saias mais longas, as cinturas mais justas e ombros menos retos, uma grande mudança em relação aos tempos de guerra, em que as formas eram mais quadradas e as saias mais curtas²⁶⁶. Uma das criações é descrita como lembrando modelos da guerra, por mesclar diferentes tecidos, tática necessária no período anterior para suprir a falta de material.

²⁶⁶ VEILLON, *op. cit.*, p. 28.



Figura 35

Durante sua estada em Paris, Alceu Penna enviava material por estilista, destacando os mais famosos do momento. Em 08 de fevereiro de 1947, é a vez de Elza Schiaparelli e Balenciaga. Sobre a primeira estilista, o texto anuncia: “Dentre as coleções de Paris a de Elza Schiaparelli é das mais revolucionárias. Suas linhas são sempre imitadas no ano seguinte por outros costureiros. Exótica, choca às vezes, não fugindo nunca de seu objetivo de reformar a moda.” Ele a chama de a italiana mais parisiense do

mundo. É interessante notar que, no ano em que um novato como Christian Dior revolucionava a moda, com seu *New Look*, Alceu desse tamanho destaque a uma estilista da velha guarda, que teve seu auge na década de 1930. O texto ressalta características típicas de Schiaparelli, com criações exóticas e revolucionárias. De fato, a estilista sempre buscou inovar com suas famosas criações extravagantes; entre essas, o vestido lagosta²⁶⁷ e a cor rosa choque. Schiaparelli aliou-se com movimentos vanguardistas da arte, principalmente o surrealismo, durante a década de 1930²⁶⁸.

Há ainda dois elementos a destacar do texto. Primeiramente, a menção de que as linhas da estilista “são sempre imitadas no ano seguinte por outros costureiros.” Novamente, a imitação aparece como algo corriqueiro no mundo da moda, atestando até mesmo o reconhecimento do bom criador, quando este é imitado. Em segundo lugar, pode-se notar o uso do termo “costureiros” ao invés de “estilistas”. Este último foi cunhado apenas na década de 1960. Nesse momento, a alta-costura cedeu espaço ao prêt-à-porter, feito por jovens criadores que revolucionaram o período. Os criadores de alta costura eram designados como costureiros, sem que isso implicasse nenhuma conotação pejorativa.²⁶⁹

²⁶⁷ Tratava-se de um vestido longo e branco com uma cauda, nele havia uma enorme lagosta vermelha desenhada. BAUDOT, François. **Moda y Surrealismo**. Madrid: H. Kliczowski, 2002.

²⁶⁸ SELLING, *op. cit.*, p. 143.

²⁶⁹ BAUDOT, François. **Moda do Século**. São Paulo: Cosac naify, 2002. p. 186.



Figura 36

O texto sobre o costureiro Cristóbal Balenciaga estabelece uma importante aproximação com o público leitor brasileiro: “Todas as brasileiras elegantes atualmente em Paris me aconselharam a ver as modas de Balenciaga. Foi, portanto o seu atelier uma das

primeiras coisas que visitei. É fácil compreender a predileção das nossas patricias, pois Balenciaga apesar de ser criador do que há de mais *chic* em Paris. Conserva a sua influência ibérica, tão do gosto da nossa gente.” Está em destaque o fluxo de senhoras brasileiras elegantes a Paris, cujos gostos refinados podiam servir de modelo às demais mulheres do país. Além disso, ressalta-se o fato do estilista ser de origem espanhola; como consequência, haveria uma proximidade com o “gosto nacional”, de influência ibérica. É estabelecido um elo comum entre a moda de Balenciaga e as mulheres brasileiras, ajudando a construir uma sensação de identidade. Ele segue destacando alguns detalhes das criações daquele costureiro, como os vestidos bordados, os chapéus em estilo toureiro, etc. São elementos que o mesmo costuma buscar de sua própria cultura²⁷⁰.



Figura 37

Seguindo a temática das novidades da moda parisiense, as páginas de 22 de fevereiro recebem o título de “Reveillons de Paris”, apesar de tal tema ter sido publicado apenas em fins de fevereiro. São três páginas de exuberantes trajés de gala. O texto explica: “Estamos em

²⁷⁰ MENDES, Valery, *op. cit.*, p. 97 - 98

plena época dos ‘reveillons’ de Paris. Alceu Penna, que se encontra na Europa, viajando pela França, Itália, Inglaterra e outros países, a serviço da revista *O Cruzeiro*, mandou para nossas leitoras esta página.”. Pode ser que os franceses prolongassem muito suas comemorações de final de ano, ou mesmo que a revista tenha atrasado a publicação de tal temática. O texto indica ainda que Alceu não tinha como destino apenas a França, mas passaria também por outros países. Na continuação mais duas páginas com vestidos de festa sob o mesmo título. Quem eram essas leitoras, que passavam comemorações de fim de ano em Paris? Muito poucas, certamente, podiam dar-se tal luxo. Mas o charme, o glamour de tal possibilidade era transmitido para muitas outras através das páginas da revista. O desencontro das datas pode não ser um erro, mas um sinal de respeito pelo que foi usado na cidade referência em moda. A idéia era mostrar o que as francesas vestiram para esperar o novo ano – trajes com uma espécie de selo de elegância que podiam ser adaptados a ocasiões formais aqui no Brasil.



Figura 38

A edição de 15 de março, nas páginas de moda, dedica-se ao trabalho de Jacques Fath, um jovem estilista francês que teve o auge de sua carreira entre o fim dos anos 40 e início dos 50, falecendo precocemente em 1954²⁷¹. É ele quem vai encabeçar no início da década de 1950 a campanha pelo algodão brasileiro no exterior. Promoveu em seu castelo a famosa “Festa do algodão nacional”, que contou com a presença de personalidades nacionais e estrangeiras, na França, no ano de 1952²⁷². Na revista em destaque, aparecem três páginas de ilustrações de Alceu sobre

criações de Fath.

A primeira página apresenta tailleurs ou vestidos formais para o dia, de maneira nenhuma para uma mulher que tem uma rotina simples. Nota-se o corte sofisticado dos conjuntos, que destacam a cintura e apresentam detalhes na região dos quadris, seguindo a moda da época. Os dois trajes em destaque são arrematados com grandes chapéus.

²⁷¹ BAUDOT, *op. cit.*, p. 132 .

²⁷² NETTO, *op. cit.*, p. 87.



Figura 39

As duas páginas seguintes trazem vestidos de noite e uma pequena fotografia de seu criador no canto da página. No texto dessas páginas, podemos notar uma admiração da revista e de seu ilustrador pela figura desse estilista: “Entre os ateliês visitados por Alceu Penna, em Paris, o de Jacques

Fath foi dos que mais impressionaram o notável desenhista brasileiro...” O texto elogia ao mesmo tempo o costureiro francês e o ilustrador brasileiro; este último desempenha o papel de intermediário e também avaliador das modas estrangeiras. A maior parte do texto refere-se à descrição dos vestidos, como os tecidos, o corte, etc.



Figura 40

Em 16 de agosto, a seção figurino de Alceu remete novamente às “Noites de Gala”. “Modelos de J. Desses, M. Viamant, J. Fath, Dior e Schiaparelli. Desenhos de Alceu Penna. Os figurinistas franceses oferecem nestas páginas o que há de mais elegante e atual em vestidos de gala. Vemos quatro modelos

arrojados e lindíssimos e dois modelos mais recatados e também de muito bom gosto. Todos, porém, igualam-se na incomparável inspiração que conduz aos ateliês de Paris.” O destaque para a França é evidente. Ocorre o mesmo que anteriormente acontecia em relação aos EUA: após a Segunda Guerra, a moda francesa se reergue, e a visita do desenhista àquele país reflete-se em suas seções. A moda americana aparece eventualmente, principalmente a das lojas de departamento de Nova York, e o cinema de Hollywood.

As referências às roupas tratam alguns vestidos como sendo mais recatados e outros menos. Os modelos de Dior e o de Schiaparelli, que seguem mais as linhas do *New Look* são considerados recatados, por serem mais longos e terem as saias mais afastadas do corpo na parte inferior, usando cores claras e decotes contidos. Ambos os estilos são elogiados

igualmente pela revista. Os demais têm linhas que acompanham mais o contorno das curvas femininas e possuem recortes que desnudam mais o corpo. Por exemplo, o croqui no canto esquerdo, parte inferior, que se assemelha muito à atriz Rita Hayworth no filme Gilda, tanto fisicamente, como no estilo do vestido.



Figura 41

O destaque dado à França e seus criadores de moda segue em 25 de outubro com: “Sugestões de Paris”. “Os desenhistas de Paris inegavelmente são os mais arrojados. Ainda agora estão oferecendo alguns modelos revolucionários, com abundância de drapeados e pregas.”. As imagens apresentam uma

infinitude de modelos de tailleurs ou vestidos com corte de alfaiataria, de saias retas e mais longas, com drapeados que destacam a região dos quadris. O texto reforça a idéia de que Paris ainda é o pólo mais diferenciado na criação, através de adjetivos como “arrojado”, remetendo para a idéia de moderno, vanguardista.



Figura 42

Após o retorno de Alceu da Europa, reaparecem na revista os modelos norte-americanos, rivalizando em espaço com a moda francesa. Em 27 de setembro, são apresentados os “Croquis Novayorquinos”. Nessa seção, são descritos os vestidos de cintura

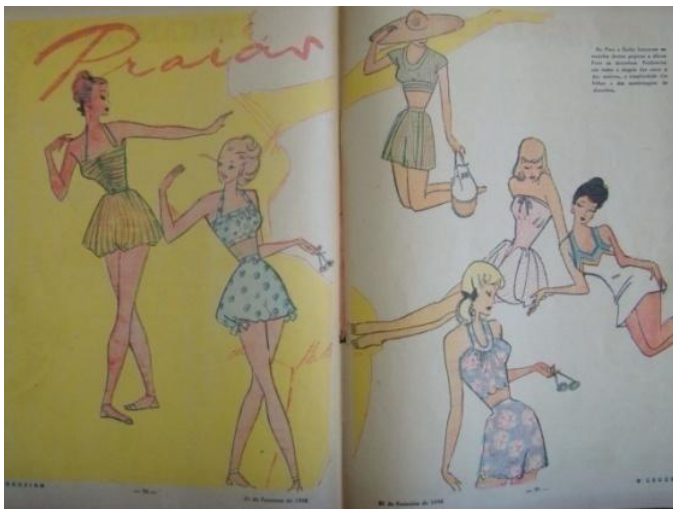
acentuada e corte ajustado com drapeados na região da cintura e quadris. Os modelos são assinados por estilistas norte-americanos.



Figura 43

A edição de 21 de fevereiro de 1948 traz um importante contraponto nas duas seções ilustradas por Alceu Penna. A primeira apresenta modelos longos para “reuniões solenes” e recebe o sugestivo título de “Elegância”; os modelos são franceses. Na seqüência, em página dupla, a seção dedica-se à moda das “Praias”. Os trajes de banho são um tema recorrente e importante dentro do universo nacional, principalmente carioca. Os modelos desenhados nessas páginas foram criados por

americanos e reproduzidos por Alceu. A convivência da moda francesa e norte-americana numa mesma edição comprova o equilíbrio de forças entre elas, como influenciadoras da moda no período. Contudo, há uma separação temática que demonstra a opinião de Alceu. Para a noite, ele indica a elegância francesa, e para a praia, o traje esportivo estadunidense.



Essa idéia não é exclusiva dele, mas acompanha a própria história da moda desses dois países. A França, como criadora da alta-costura, permanece responsável pelos trajes mais solenes, e os EUA, como lugar dedicado aos esportes e ao lazer, desenvolve mais roupas para essas ocasiões, até meados do século XX²⁷³.

Figura 44

O “Portfólio de Modas” apresentado para o “verão 1948” foi publicado na edição de 27 de novembro. A primeira página apresenta um texto introdutório com algumas opiniões, provavelmente escritas por Alceu Pena, que é quem ilustra todo o especial. “Como acontece habitualmente quando se aproximam as novas estações do ano. *O Cruzeiro* apresenta hoje as suas leitoras um *Portfólio de Modas*, desta vez para o verão, com criações dos mais famosos e

²⁷³ MENDES, Valerie. *passim*.

competentes artistas da moda: J. Fath, L. Lelong, Patou, J. Desses e muitos outros costureiros parisienses, verdadeiros senhores da elegância feminina mundial.” Essa declaração final é bastante interessante, atestando a idéia de que existe um modelo de elegância para o mundo todo; todas as mulheres poderiam acessar esta elegância, que teria como ponto irradiador os costureiros franceses. Tem-se a impressão de que há, nesse texto, uma idéia mais global da moda.

O texto indica o costume da revista em apresentar esses especiais por estação, com páginas extras dedicadas às criações de moda. Um deles foi analisado no item 4.2 desse trabalho. Os costureiros franceses são chamados de “artistas de moda”, “verdadeiros senhores da elegância feminina mundial.” Dois pontos importantes a ressaltar são, em primeiro lugar, a comparação da criação de moda com a criação artística; e, em segundo lugar, a importância dada aos criadores franceses, embora a concorrência de outros países, como os EUA, tenha se acirrado nesse período. Este último ponto, mencionado anteriormente, deve-se à tradição da alta-costura iniciada na França no século XIX²⁷⁴, remetendo também a períodos mais distantes, como o século XVII, em que o poder da corte de Luís XIV ampliou-se através de símbolos – entre eles, o poder do bem vestir²⁷⁵.

Quanto à relação entre a moda e a arte, encontramos uma discussão ainda mais complexa, conforme mencionei no primeiro capítulo. Embora possamos analisar a moda sob o ponto de vista da filosofia estética²⁷⁶, devemos lembrar que o fenômeno não está relacionado apenas a um conceito de belo que é historicamente datado²⁷⁷, mas também apresenta um apelo comercial²⁷⁸. Dentro da visão do artista contemporâneo que encontra pouca receptividade para seu trabalho num mercado consumidor restrito²⁷⁹, os costureiros do século XX criam objetos de desejo que pretendem atrair ávidas consumidoras e geram todo um estilo a ser copiado e internacionalizado em certa medida²⁸⁰.

O texto segue com um comentário que é recorrente na fonte: “Como as leitoras bem sabem, uma das obrigações da mulher moderna é vestir bem, seja pela manhã, à tarde ou à noite; seja na rua ou em casa.” Que visão de modernidade é esta? Em geral, a rua parece um espaço de passeio; não aparecem indicações de trajés para trabalhar, por exemplo. Entre as características da “mulher moderna”, não aparece a independência, mas o bem vestir. O

²⁷⁴ SELLING, *op. cit.*, p. 15.

²⁷⁵ BURKE, Peter. *A fabricação do rei: a construção da imagem de Luís XIV*. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

²⁷⁶ PRECIOSA, Rosane, *op. cit.*, p. 29

²⁷⁷ JIMENEZ, Marc, *op. cit.*, p.9

²⁷⁸ CRAINE, Daiane, *op. cit.*, p. 269.

²⁷⁹ GOMBRICH, E. H., *op. cit.*, p. 502.

²⁸⁰ LIPOVESTSKY, Gilles. **O luxo eterno**: da idade do sagrado ao tempo das marcas. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

diálogo direto com a leitora não é uma estratégia nova das colunas de moda; Madame Clemenceau já o utilizava, e Alceu o apresenta em outros momentos também. Salta aos olhos a relação entre a mulher moderna e o “bem vestir”, entendido como a manutenção de uma aparência aceitável, como vimos na seção anterior. A revista parece expressar uma imagem da mulher dentro de padrões que falam de modernidade, mas expressam idéias conservadoras. Ela deve estar elegante em todos os ambientes e em todos os momentos do dia. “Não basta uma mulher ser bela para ser atraente. Existe uma série de atributos que, de um modo ou de outro, completam a beleza feminina. E, sem dúvida nenhuma, o mais importante de todos é aquele que diz respeito ao vestuário.” A roupa estaria, portanto, intrinsecamente ligada a um ideal de beleza feminina, auxiliando na construção desse ideal e retirando este direito àquelas que não sabem vestir-se bem. A roupa serve assim como meio de expressão da beleza feminina nessas colunas.



Novamente, a revista mostra-se como um manual do bem vestir para as mulheres brasileiras. “Nesta página e nas seguintes a mulher brasileira encontrará o modelo mais indicado para o verão que se aproxima.” Assim, a revista permite que as leitoras se localizem no universo de novidades para a estação que se anuncia.

Figura 45 - Primeira página do “Portfólio de Modas” – vestido de Molyneux – “modelo em seda listrada, luvas e sombrinha do mesmo tecido. Trata-se de uma criação especial para passeios a praia e week-ends.”

A imagem de abertura mostra um traje com todos os detalhes combinando e destinado a ocasiões de lazer (imagem 45). Afinal, o verão é a época das férias e, no Brasil, a praia sempre foi convidativa devido ao clima tropical. Assim que o costume de tomar banhos de mar se popularizou na Europa²⁸¹ e, posteriormente, com o incentivo do banho de sol (o que exigia trajes adequados²⁸²), o Brasil era o país que melhor se adaptava ao novo lazer, devido à situação geográfica que o privilegiou com um belo litoral. Além da praia, é valorizado o lazer de fim de semana, novamente por uma conhecida expressão em inglês, o *week-end*.

²⁸¹ Fato que se deu na virada do século XIX para o XX, conforme: GRASSE, Marie Christine, *op. cit.*, p. 8

²⁸² *Ibidem*, p. 10

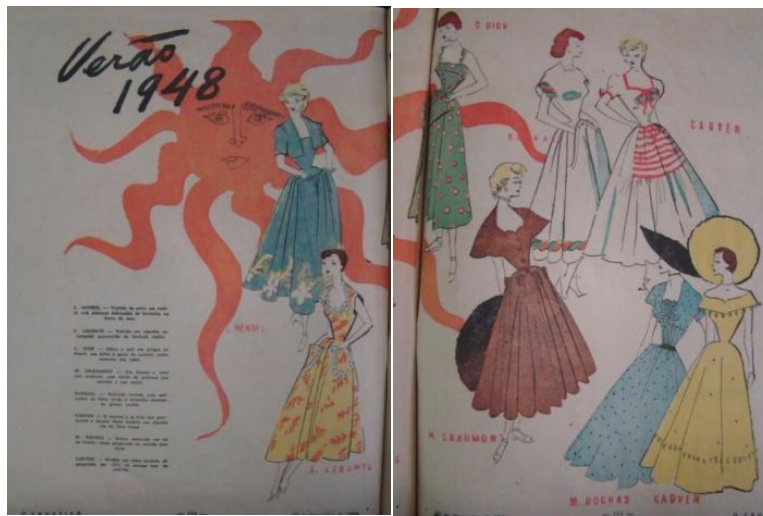


Figura 46

O portfólio segue com a página intitulada “Verão 1948”. Nela, são apresentados vestidinhos leves e estampados como sugestão para os dias quentes. As criações são de Mendel, Leconte, Dior, Chaumont, Carven e Rochas. Muitos deles apresentam bolsos frontais, e todos acompanham o novo comprimento, bem abaixo dos joelhos, quase nas canelas. As cinturas são bem marcadas, e dois modelos mais sofisticados, no canto inferior direito, são acompanhados por amplos chapéus. Sendo o Brasil um país tropical, a moda europeia e norte-americana era demasiado alheia ao nosso intenso verão. Podemos nos perguntar, portanto, se haveria alguma adaptação. É difícil afirmar com certeza, mas considerando que Alceu redesenha com suas mãos os modelos estrangeiros, estes podem acabar tendo, sim, alterações de forma indireta. Afinal, o desenhista imprimia sua própria marca, seu próprio traço nas figuras.



Figura 47

Nas páginas do portfólio intituladas “Tarde”, segue-se um novo texto com opiniões acerca do universo da moda, reafirmando a modernidade das criações. “As coleções para o verão que se aproxima já foram apresentadas com grande êxito em Paris, que indiscutivelmente continua mantendo o título *capital do mundo* em relação à moda.” O autor ainda defende Paris como o lugar privilegiado da criação, chamando

novamente os criadores de moda locais de “verdadeiros artistas”. Deixa-nos saber que as coleções já foram apresentadas e bem aceitas lá fora, e isso as habilita a ser utilizadas aqui dentro. As criações francesas teriam influências sobre “todos os quadrantes da terra.”

“A moda feminina é algo muito mais importante do que poderá parecer à primeira vista. Convém às leitoras saber, por exemplo, que na França a moda é considerada uma das indústrias mais importantes e dá trabalho a milhares e milhares de pessoas.” Nota-se uma tentativa de dissociar a moda de algo fútil, “muito mais importante do que à primeira vista”. O autor ilustra essa idéia por meio do caso francês, em que a mesma tem importância como uma das mais rentáveis indústrias nacionais.

“A influência parisiense sobre a moda no mundo acentua-se cada vez mais, não obstante o grande esforço feito por Nova York para tomar à dianteira.” Essa afirmação dá conta do quadro geral de influências do período, da disputa que se acentua entre estes dois pólos produtores mundiais do vestuário. “A saia comprida, por exemplo, que nasceu da inspiração de uma figurinha parisiense em pouco tempo estendeu-se com incrível rapidez por todo o mundo, não obstante os protestos, os comícios e o mais.” Essa referência ao comprimento das saias dá conta de uma importante polêmica do período gerada pelo *New Look*, criado pela “figurinha parisiense” de Christian Dior.

Para concluir: “Quem manda é Paris. Sejam elegantes, pois, carioquinhas bronzeadas pelo sol de Copacabana; lourinhas do Rio Grande do Sul ou moreninhas do norte e do nordeste. A elegância faz parte da beleza, e toda a mulher tem obrigação de ser bonita.” O autor coloca Paris como o exemplo de elegância a ser seguido pelas brasileiras dos quatro cantos do país, numa referência direta e íntima às leitoras. O texto apresenta também estereótipos das mulheres de cada região. A revista ainda reforça a obrigação da mulher daquela época em manter a elegância e mostrar-se sempre bonita.

Os vestidos da página são lindos modelos para passeios à tarde, com cintura afinada e saias rodadas. Variam o comprimento entre o tornozelo e um palmo abaixo dos joelhos; muitos possuem o tecido plissado e são combinados com chapéus. Os modelos são assinados por: Lelong, Balmain, Carven, J. Fath, Molyneux, M. Dornoy, Dior, Lanvin, Piguet. O requinte dos modelos revela que as tais “tardes” são dedicadas a eventos importantes. Pode ser que, no momento da reprodução caseira dos modelos – alternativa da maioria das mulheres na época – elas optassem pela simplificação das peças, retirando seus detalhes mais complexos, e tornando os trajes mais adaptados a seu cotidiano.



Figura 48 - O portfólio apresenta uma seção intitulada “Linho”, onde aparecem sugestões de vestidos apenas nesse tecido, considerado pela revista ideal para os dias quentes.



Figura 49

A seção “formaturas” apresenta exuberantes vestidos de baile, longos e muito rodados, com detalhes refinados. Nota-se a presença de saias de armação para ampliar o volume na parte de baixo e decotes bastante inovadores. Novamente, pode-se apontar a dedicação aos trajes de noite, dessa vez dando

ênfase para as jovens em seus bailes de formatura. As criações são de Balenciaga, Dior, Chaumont, Carven, Meggy Roof e Heim.



Figura 50

Para finalizar, modelos para os “Bailes de fim de ano”, todos muito sofisticados. Predominam os vestidos longos de saias amplas, menos rodados do que os anteriormente indicados para formaturas, parecendo dirigir-se às mulheres mais maduras, devido à cor e a modelagem. As saias evasês e até o

chão acompanham a tendência do *New Look*. Dois modelos se destacam: um deles com a frente um pouco encurtada, e outro com a saia reta, mas com detalhes que dão volume aos quadris. As criações são atribuídas a diversos costureiros franceses.

Na edição de 08 de janeiro de 1949, a seção ilustrada de Alceu Penna traz como temática a “Inspiração Latino-Americana” na moda. Como o título revela, tratam-se de vestidos inspirados na cultura dos países latino-americanos. “Alceu Pena desenhou os majestosos modelos destas páginas, todos inspirados em trajes regionais latino-americanos.” As criações são de terceiros: Permington, M. Rentner, Arnold Constable e Chapman, todos estadunidenses. No período do pós Segunda Guerra, assim como havia ocorrido no período da política da boa vizinhança, os EUA voltam sua atenção para os países da América central e do sul, que estão tornando-se consumidores de produtos e de um estilo norte-americano de ser.



Figura 51 - Os modelos são descritos da seguinte maneira:

“Da esquerda para a direita:

PERMINGTON – Em jérsei listrado, com estola, um vestido mexicano.

PERMINGTON – Em organdi bordado, também de inspiração mexicana, da região de Iucatan.

M. Rentner – Um bonito vestido em crepe estampado e liso, da Guatemala.

ARNOLD CONSTABLE – O famoso figurinista foi buscar inspiração nas ilhas das Antilhas. Um magnífico vestido em cetim listrado.

Chapman – Em chintz, com saia muito godê, uma inspiração da Bahia. Em seguida, outro vestido também de inspiração baiana.”

Os locais escolhidos como fonte de inspiração são o México, a Guatemala, a ilha das Antilhas e o Brasil. Este último é representado apenas pela figura da baiana, que teria inspirado vestidos de dois criadores distintos. O motivo de tal interesse por esta figura nos EUA pode ser o sucesso que Carmem Miranda havia conquistado lá, no início daquela

década. Mesmo que sua figura não fosse mais novidade, com certeza ela ajudou a imortalizar a baiana na mente de Hollywood e dos americanos²⁸³. A questão mais importante não é determinar se os modelos realmente lembram mulheres baianas, mexicanas, guatemaltecas e antilhanas. O que podemos confirmar é a presença do *New Look* revestido por cores e detalhes pinçados dessas culturas. Contudo, a atenção que Alceu à América Latina como fonte de inspiração demonstra seu interesse pelo tema e a valorização das culturas mais próximas por parte da própria *O Cruzeiro*, enquanto influenciadoras da moda internacional. Porém, a temática “latina” depende, aparentemente, da iniciativa estrangeira.



Figura 52 - Em detalhe na reportagem uma foto de Carven.

Em 22 de novembro de 1947, a revista *O Cruzeiro* apresenta uma matéria especial sobre “Um desfile de Carven”. No modelo de fotorreportagem, traça um histórico da estilista que em breve faria um desfile no Rio de Janeiro. “Em costura Carven é sinônimo de juventude. Em primeiro lugar porque é pessoalmente muito jovem, e depois porque se especializou em vestir a juventude. Carven é uma jovem de aspecto vivo, distinto, de olhos castanhos que vivem intensamente.”. Destaca-se a questão da jovialidade, tanto da estilista quanto da moda que ela produz; a noção de moda jovem se constrói lentamente ao longo dos anos 50, e só se afirma completamente na década de 1960. O traje da moça era uma variação da roupa da mulher madura, sendo que, depois da Segunda Guerra Mundial, gostos particulares da camada jovem começaram a se impor. Surgiram grupos marginais inspirados por movimentos musicais e pelo cinema, sendo que esses estilos ganham corpo apenas na década de 1950²⁸⁴.

O texto prossegue, descrevendo uma característica física de Carven. O fato de ela ter uma estatura baixa teria impulsionado seu sucesso: “tornou-se elegante porque, não encontrando vestidos que lhe assentassem, ela própria começou a fazê-los. E foi o ponto de partida de sua fama. Seus vestidos eram tão elegantes, tão encantadores, que todas as suas amigas queriam copiá-los.” Ressalta-se, portanto, sua capacidade de adaptação. Ou seja: ela teria usado a criatividade para tornar-se mais bela; graças ao reconhecimento de seu trabalho, abriu seu ateliê. “Paris começou a falar dessa jovem costureira, que fazia tão adoráveis

²⁸³ CASTRO, Ruy, *op. cit.*, p.

²⁸⁴ MENDES, Valerie, *op. cit.*, p. 121.

vestidos de verão.” A estilista foi descoberta pela Câmara Sindical de Costureiros de Paris, de quem recebeu um “diploma de honra”. O sucesso lhe é atribuído por ter criado um estilo pessoal, característica até hoje valorizada num criador de moda. Valorizar a imagem de quem produz a roupa é valorizar a marca, e tornar o desejo de consumi-la ainda maior ²⁸⁵.



Figura 53 – Reportagem completa.

A reportagem conclui com um anúncio importante: “O Rio de Janeiro assistirá em 28 do corrente, o primeiro desfile das modas de Carven, no Copacabana Palace, onde terá ocasião de apreciar a beleza e originalidade de seus modelos.” A vinda de uma costureira francesa era sem dúvida motivo de destaque pela revista. Tratava-se de um fato que, sem dúvida, interessaria a seu público leitor, sendo que a maioria só poderia tomar conhecimento de tal fato e ver imagens das roupas desfiladas

através de suas páginas. O local de um desfile dessa importância não poderia deixar de ser a capital do país, o Rio de Janeiro. O espaço escolhido para abrigar o evento foi o Copacabana Palace – o luxuoso hotel que, com frequência, promovia eventos relacionados à moda, entre eles, desfiles de casas nacionais consagradas, como a Casa Canadá, e concursos de beleza²⁸⁶.

O esperado desfile de “Carven no Rio” é o tema de uma extensa fotorreportagem de 03 de Janeiro de 1948, quase dois meses depois do anúncio feito pela revista. O texto é de Alceu Penna e as fotos, de Salomão Scliar. A matéria revela as opiniões de Alceu sobre o mundo da moda de sua época. “Creio que mesmo nos mais incivilizados recantos do universo – ainda que sob outra forma – a moda interessa a todas as mulheres, e mais ainda a todos os homens. Ainda que nós, os homens – e aqui englobo os que não estão metidos ativamente nos negócios da fantasia feminina – possamos dar a impressão de que não nos preocupamos de modo algum com a maneira como as mulheres se arranjam, no fundo estamos tão preocupados, ou mais, (quando mais não seja pela conta), com os problemas que a moda vai inventando para a variação do vestuário e adorno femininos.” Ele coloca a moda como

²⁸⁵ BORDIEU, Pierre, *op. cit.*, p. 155.

²⁸⁶ NETTO, Accioly, *op. cit.*, p. 34.

preocupação de ambos os gêneros. Ao mesmo tempo, contudo, é uma “fantasia feminina”, que só interessa ao homem por curiosidade ou preocupação financeira, como se ela não incidisse também sobre os mesmos.

Esse trecho revela muito dos temas que tenho analisado ao longo desta dissertação. Alceu apresenta uma visão de moda globalizada quando diz que, mesmo nos “recantos incivilizados”, ela é objeto de interesse – embora o termo “incivilizados” tenha conotações pejorativas, sugerindo a contraposição entre civilização e barbárie. Seria a moda um fenômeno capaz de unir esses opostos, estando presente mesmo entre os povos que vivem como na pré-história? Estaria Alceu referindo-se a isto, quando fala em “incivilizados”? Bem, para Lipovetsky, o conceito de luxo²⁸⁷ pode ser aplicado para esses povos, mas não o de moda. Isso porque o segundo fenômeno é histórico e, mais propriamente, ocidental.²⁸⁸

Talvez nunca saibamos o que Alceu quis dizer, mas a complexidade de suas idéias não termina por aí. Ele nos surpreende ao dizer que a moda interessa tanto a mulheres quanto a homens, e a eles ainda mais que a elas. A moda não deixa de ser associada à mulher, como se as variações incidissem só sobre elas. Porém, para ele, os homens estariam interessados em tal processo.

Na seqüência, encontramos um trecho que apresenta uma análise do mercado da moda de sua época: “Mal acabou a guerra, logo a indústria da moda deslocada de seus verdadeiros centros, procurou novamente atingir o clímax dos outros tempos. Mas da mesma maneira que os Estados Unidos perdem dia a dia o domínio do mercado mundial do cinema, também Paris vai perdendo cada dia não só o controle do gosto feminino, como suas inovações já não são aceitas cegamente, pois o mercado americano exerce uma vasta influência, com os seus figurinos totalmente opostos, de maior simplicidade e mais fáceis de serem aceitos pelo grande público.”. Aqui, notamos a importância de um caráter nacional na visão dele sobre a moda, podendo avaliar os pólos produtores de fora.

Nesse momento, Alceu fez uma síntese do panorama mundial em que a moda encontrava-se, revelando claramente a bipolaridade das influências e destronando Paris como o lugar de excelência absoluta, seguido “cegamente”, como se ele mesmo quisesse, com essas palavras, abrir os olhos das mulheres que ainda procuravam o último modelo de Paris. Trata-se de uma relevante análise da configuração dos centros de influência da moda após a Segunda Guerra. Surge justamente uma comparação entre a dissolução de um centro único do cinema, como eram os EUA, com Paris, que deixaria de ser o pólo único da moda a ditar

²⁸⁷ LIPOVETSKY, Gilles, 2005, p. 22.

²⁸⁸ LIPOVETSKY, Gilles, 2003, p. 23.

todas as tendências. Seriam exatamente os norte-americanos a roubar a cena com criações que Alceu destacou como mais simples e atraentes para o grande público.

Segue o texto: “É possível que as grandes costureiras de Paris, dominadas internamente pela parte comercial, digam que não é o povo que faz a moda, mas a verdade é que a moda é feita para o povo, pois só ele pode tornar popular ou não determinada idéia.” O termo “povo” é muito amplo; que povo seria esse? Não parece referir-se ao populacho, mas ao mesmo tempo parece ultrapassar a elite, até certo ponto. Trata-se de uma visão importante da construção do fenômeno da moda, que nega a idéia do senso comum, baseado na ditadura parisiense. Quem usa a moda também a legitima, de alguma maneira, e faz o sucesso e o fracasso de algum estilo. É uma antecipação da idéia da moda das ruas, que vem salvar a queda da alta-costura com o desenvolvimento de um prêt-à-porter de luxo nos anos 60, mas que tem origem justamente na explosão de uma moda mais acessível no pós Segunda Guerra; e é nesse cenário que Alceu lança seus questionamentos.

“Não é uma grã fina que aparece de saia comprida quem faz a moda, mas sim se essa saia comprida se consegue ou não multiplicar por milhares de saias compridas.” Essa frase ajuda a elucidar até que ponto estendeu-se o acesso à moda; ele pode ser contado aos milhares e não aos milhões, isto é, ainda é restrito. Quer dizer, o que conta é a popularidade do estilo utilizado – ultrapassar as barreiras da classe para cair num gosto mais geral. O ponto destacado por ele é também a polêmica da época sobre as saias compridas, que apareceu também em outras reportagens do período. Elas fazem parte da famosa criação de Dior, o *New Look*. “Perguntaram-me outro dia se acreditava na moda das saias compridas, e aqui deixo agora a minha opinião, antes que seja tarde; acho que as saias compridas vão realmente ser aceitas e vão mesmo estar em grande voga, isto porque o “povo” deseja no fundo que tal aconteça. Podem os costureiros de New York, ficarem furiosos, fazerem congressos, dizer que tal coisa não é prática, falar nos milhares de seminus que vagam pelo mundo, que nada impedirá as mulheres de descerem as saias quase até os pés, deixando aos homens apenas o direito de adivinhar.” Trata-se de uma importante opinião sobre a nova moda, alegando que, por mais que fosse combatida, ela prevaleceria, se esse fosse o desejo das mulheres. Sobre os protestos contrários a esta moda, ele coloca a contraposição entre os pobres que mal podem cobrir o corpo, enquanto as mulheres desperdiçam tecido com saias longas.

“Posso afirmar que sem essa luminosa idéia, a moda de Paris teria perdido a última gota de expressão, da mesma maneira que Hollywood a perderá no dia em que seus filmes deixem de ser tão vulgares como o são agora.” O autor fez uma comparação entre a moda de Paris e o cinema norte-americano, insinuando que eles necessitavam de novidades constantes

para não perderem o brilho. Há, também, uma oposição entre moda e vulgaridade. Por fim, o autor traçou um panorama dos papéis sociais desempenhados por homens e mulheres do pós-guerra, que lembra as seções analisadas no item anterior, em que a mulher deve vestir para agradar o marido. “Depois dos grandes conflitos vem sempre um período em que os homens cansados de lutar e as mulheres fatigadas de tanto se preocuparem gostam de romantizarem um pouco.” Excelente explicação para o período sonhador e exagerado que se seguiu na moda e mesmo nos costumes artificiais da sociedade norte-americana, e que acabou influenciando o mundo inteiro na década seguinte.

Na seqüência ele apresenta uma definição de História: “Foi assim em todos os tempos e basta seguir a História do Mundo para nos certificarmos como os movimentos se repetem. E pelo visto os costureiros franceses nesse caso sabem mais história que seus colegas americanos.” O autor também apresenta uma visão da história cíclica, na qual os fatos se repetem; através dessa repetição, podemos aprender lições²⁸⁹. Insinua que as transformações sugeridas pelos franceses serviriam como uma estratégia para seguir dominando a moda, apoiados na rica observação dos fenômenos históricos, resgatando silhuetas de épocas passadas e fazendo as mulheres sonharem com elas, através de uma viagem no tempo. Os franceses é que teriam o conhecimento adequado de tal *metier*.

Finalmente, Alceu une as pontas de suas observações da moda externa expressando uma visão nacional da mesma: “Geograficamente o Brasil é hoje em dia um mercado disputado pelos magnatas da moda.” Ele segue dizendo que muitos tem estado aqui, “alguns incógnitos, apenas apalpando o terreno”; outros viriam com interesse comercial. “Mas a maior parte tem sido as estrelas da moda, rodeadas de modelos vivos e dezenas de roupas, que seja dita a verdade, entram no país sem pagar direitos, lesando assim o fisco e os interesses das casas estabelecidas no país, que pagam taxas durante todo o ano.” O autor apresenta aqui uma crítica severa às grifes francesas, que vinham ao país mostrar suas criações e, para tanto, não pagavam impostos. Segundo ele, isso dificultava o trabalho das casas nacionais, o que demonstra já uma relevância dada por ele aos modistas locais. Ao mesmo tempo, valoriza o país como um mercado em ascensão, para o consumo e exploração da moda.

Pela primeira vez, aparece um texto de reportagem sobre moda, que dá tamanho destaque às “casas nacionais”; elas nunca aparecem mencionadas na coluna ilustrada de Alceu. As informações que temos sobre as mais conhecidas casas de costura brasileiras do período nos vêm de livros, dissertações e teses que abordam o surgimento de uma moda

²⁸⁹ Essa visão é conhecida como a *história magistra* ou história mestra da vida.

nacional²⁹⁰. Entre as mais destacadas estariam a Casa Canadá no Rio de Janeiro e a Casa Alemã²⁹¹ em São Paulo. As colunas e reportagens de moda da revista privilegiam as marcas estrangeiras; essas casas podem aparecer em propagandas, ou anúncios de desfiles organizados pelas mesmas.

“Assim sofremos a invasão da moda francesa mal a guerra tinha terminado, depois a invasão da moda americana, novamente a moda francesa mandou outra generala, e de repente chegou o marechal da moda britânica o costureiro Hartnell. Mas a invasão continuou e logo os italianos timidamente apenas para a colônia deram um ar da sua graça, aliás, com modelos de acentuado bom gosto e de bela imaginação.” A moda é apresentada aqui como uma guerra de invasões européias, da qual o Brasil estava sendo vítima, enquanto a Europa criava novos centros de ação – como a Inglaterra, já famosa pela alfaiataria masculina²⁹², e a Itália. Nós aparecemos com uma periferia, um alvo fácil para tais investidas; o próprio Alceu no apresenta como colonizados no quesito da moda. O que parece pertinente, uma vez que, antes de sua entrada, havia por parte da revista uma supervalorização da moda francesa.

Finalmente, ele aborda o que seria o tema pontual da matéria: “A última batalha travou-se há alguns dias atrás em Copacabana com os modelos de Carven. Claro que os vestidos honravam como sempre o bom gosto e a imaginação da moda francesa. Eram realmente da mais fina concepção e estavam dentro da elegância do momento. Mas segundo ouvi nas rodas elegantes não fizeram o sucesso que seria de esperar. A verdade é que nos últimos anos a moda no Brasil evoluiu numa tal forma, que também já se torna difícil controlar tão ativamente o gosto brasileiro como quando no tempo das ‘andorinhas’”. Essa é, sem dúvida, uma importante declaração que revela a idéia de um gosto pessoal do brasileiro, ou melhor, do desenvolvimento deste como diferente do estrangeiro, e com peso na decisão do que vestir. Parece tratar, também, do desenvolvimento de uma moda local que não aceitaria cegamente os ditames europeus. Alceu coloca-se como o porta-voz de toda essa mudança que estaria ocorrendo na visão do Brasil sobre a moda, e podemos dizer que ele próprio seria um vetor dessas alterações.

O texto segue confirmando a divisão de influências no pós Segunda Guerra e o início de uma globalização da moda. “Já está longe o tempo em que todos os anos desembarcavam as costureiras que iam a Paris comprar modelos de duas estações atrasadas e os vendiam aqui como os últimos modelos.” Faz-se referência ao estilo anterior da venda no Brasil dos

²⁹⁰ GONTIJO, Silvana, *op. cit.*, p. 61.

²⁹¹ BONADIO, Maria Cláudia, *op. cit.*, p. 62.

²⁹² MENDES, *op. cit.*, p.35

“últimos modelos de Paris”, de certa maneira abordado no período analisado no capítulo 2, mais propriamente na carta escrita sobre a observação do comércio carioca de moda visto por um estrangeiro.

“Agora no Rio existem casas de modas tão elegantes como as melhores do mundo, e posso afirmar que muitas das modas concebidas e executadas em nossos ateliês merecem a honra da exportação. Duma casa eu sei que no ano passado mandou para New York nada mais nada menos de quatro enxovais completos para jovens americanas seduzidas com a beleza da costura brasileira.” Pela primeira vez, aparece tal referência elogiosa à “costura brasileira”, diferenciando-a da estrangeira; trata-se de um elemento novo na fonte. Apesar disso, o nome das casas às quais se refere não aparecem mencionados explicitamente no texto, talvez para não originar propaganda gratuita; provavelmente refira-se à Casa Canadá, já mencionada anteriormente.²⁹³ Ele defende a criatividade nacional e a capacidade de exportação de nossa moda, valorizando a produção nacional deste setor.

“Mas o fato mais sensacional sem dúvida alguma no mundo da moda, foi que dias atrás, no mesmo tempo que de Paris partiam para vários pontos do globo, modelos franceses para exibirem as últimas criações da costura parisiense, a Paris chegavam vindas de Los Angeles, dez das mais famosas modelos americanos prontas a exibirem as últimas criações de Adrian e seus colegas de Hollywood, São Francisco e New York. Pela primeira vez na história da moda a costura americana punha o pé na Europa e logo na cidadela mais fortificada – Paris”. Essa observação dá conta da ferrenha disputa entre os EUA e a França pela influência mundial na moda, tratando a invasão de Paris pela moda externa como um marco na história da moda, que possibilita abandonar gradualmente a idéia de uma ditadura francesa para pensar numa multiplicidade de pólos de influência e na capacidade de desenvolver uma moda nacional. Os heróis que venceram tal resistência seriam os criadores norte-americanos. Alguns ligados ao cinema, como o figurinista Adrian, que trabalhava para a Metro Goldwyn Mayer, um dos maiores estúdios cinematográficos da primeira metade do século XX. Ele foi responsável pela criação de modelos que se tornaram ícones de venda, como um vestido que Joan Crawford usou no filme *Letty Lynton* nos anos 30²⁹⁴. Ao lado dele, estavam estilistas não vinculados ao cinema, mas aos pólos de produção fabris estadunidenses, as cidades de São Francisco e Nova York.

Sobre o tema, o texto prossegue: “E sejamos justos, ainda que os costureiros franceses digam que não, o desfile de modelos americanos foi um autêntico sucesso, principalmente

²⁹³ GONTIJO, Silvana, *op. cit.*, p. 61

²⁹⁴ LANDIS, *op. cit.*, p. 89.

com os vestidos de esporte tão práticos e coloridos.” A moda esportiva foi realmente um grande filão comercial explorado pelos americanos a partir da metade do século XX, apesar de sua tradição nesse âmbito ser ainda anterior²⁹⁵. “Com as saias compridas Paris tinha acabado de ganhar uma batalha, mas com o desfile da moda americana em Paris, a moda francesa sentiu pela primeira vez que para ela já não existia um mundo só, mas sim um mundo que se começa a dividir.” O autor destaca o desequilíbrio de poder sofrido pela França em relação à moda, que há quatro séculos era sua esfera absoluta de influência. Essa idéia de divisão de pólos de poder na moda parece um reflexo da questão política; afinal, o mundo estava dividido entre os EUA e a União Soviética. O cenário da Guerra Fria começava a se delinear e respingou também na moda. “Pernas de fora, é agora coisa do passado!” O autor indica, por fim, que suas leitoras deveriam acatar a novidade vinda de fora, mas ao mesmo tempo, ao longo de seu texto, cria nelas uma idéia de valorização da moda interna.

O desfile de Carven e os modelos por ela apresentados, no tão comentado evento no Rio de Janeiro, são mostrados e contados exclusivamente através das fotos que ilustram a reportagem e suas legendas (abaixo). As imagens mostram desde a preparação das modelos, até o enfoque em trajes de lazer e banho desfilados nas areias de Copacabana, além de trajes de gala fotografados no interior do Copacabana Palace.



Figura 54

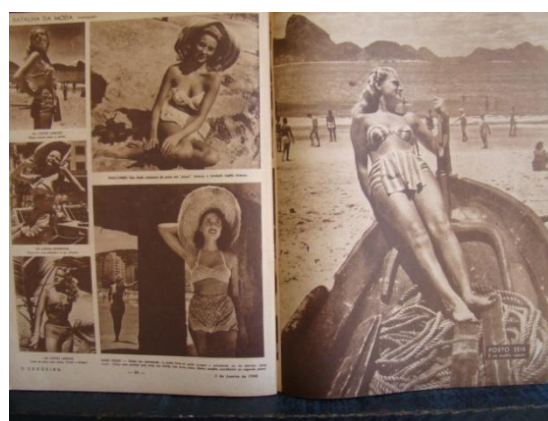


Figura 55

²⁹⁵ MENDES, Valerie, *op. cit.*, p. 84.



Figura 56

4.3.1 - Moda brasileira? Os modelos criados por Alceu.

Depois da matéria analisada na seção anterior, referente ao desfile de Carven, da qual se extraem importantes e reveladoras opiniões de Alceu Penna sobre a moda de fora e a de dentro, cabe a esta seção analisar os momentos em que ele se coloca como um criador. Mesmo no corpo do texto de outros itens, encontramos páginas em que ele não apenas ilustra com seus traços os modelos de outrem, mas cria os seus próprios. Mesmo que isso seja feito de maneira tímida, e provavelmente não tão consciente do ato de criar²⁹⁶, isso nos revela o espaço e a importância de Alceu como um dos pioneiros da moda nacional.

²⁹⁶ Seu momento de criação mais consciente virá nos anos 60 quando inicia sua colaboração com a multinacional Rhodia, conforme: BONADIO, Maria Cláudia, 2007, *passim*.



Figura 57

Na edição especial de 20 de setembro de 1941, já referida anteriormente (item 3.3), cuja capa apresenta a chamada especial de “Modas da Primavera”, encontramos várias reportagens e colaborações sobre o tema da moda, mesmo de Rachel. Nela consta também uma seção ilustrada de Alceu Penna. O desenhista sugeria nessa ocasião “vestidinhos estampados”. O uso do diminutivo pode indicar vestidos mais simples, para o dia a dia. O tom do pequeno texto é de inquirição e diálogo com a leitora:

“Quantos vestidos estampados já comprou a leitora para o verão? Nenhum? Pois está com atraso de algumas semanas, uma vez que depois dos dias frios que enfrentamos, muito brevemente estaremos às voltas com as altas temperaturas do verão.” O colunista, através da revista, parece querer aconselhar a escolha dos modelos ideais para os dias da primavera que se aproximavam.

A página apresenta “desenhos especiais de Alceu com quatro interessantes modelos estampados, muito simples e graciosos, próprios para fazendas de pouco custo, como as devem ser nos dias quentes.” Deparamo-nos com modelos criados por Alceu; deve-se notar a indicação dos tecidos baratos, o que, em se tratando do período de guerra, parece bastante adequado. Isso demonstra que havia uma preocupação da coluna em divulgar roupas de talhe e material mais simples, mantendo a beleza, para orientar mulheres de diferentes camadas da população. Existiria, portanto, uma ampliação do público a ser atingido pela coluna e a adequação dos modelos ao clima nacional. O que tem de mais brasileiro nesses modelos é a mão por trás da imagem, ou seja, Alceu. Ele parece ter absorvido a estrutura do traje da década de 1940, mas adaptou-o, tornando-o mais leve e fluído, e provavelmente mais adequado ao verão brasileiro. Isso ocorre com o padrão estampado, que foge das cores austeras do período da guerra, imprimindo certa alegria ao visual. Considerando o período de carência de materiais, é provável que os tecidos sugeridos fossem nacionais, o que garantiria seu baixo custo.



Figura 58

Além de datas comemorativas tradicionais como o Natal e o fim de ano, que mereceram destaque nas seções de Alceu, encontramos referências a ocasiões específicas, desfrutadas por uma pequena parcela da sociedade. Em 03 de junho de 1944, por exemplo, encontram-se três páginas completas ilustradas por ele, indicando trajes de gala especiais para a inauguração da temporada do Teatro Municipal do Rio de Janeiro – ou seja, para os espetáculos de teatro, óperas, etc. Aqui, vemos Alceu vestindo a elite nacional. A abertura intitula-se “Saison”, que em francês quer dizer “estação”, “período”, “época”. No caso, trata-se do período de abertura da temporada dos espetáculos. Decorando o layout do título, encontra-se um binóculo, e as manequins descem uma espécie de escadaria de teatro. Os modelos são criações de Alceu, conforme revela a pequena legenda: “Três interessantes toilettes para suas noites de gala. Criações de Alceu Penna.” Isso indica que, dessa vez, os modelos são destinados às senhoras da sociedade, e também que o desenhista apresenta habilidade na elaboração de trajes complexos e sofisticados. Segundo Gonçalo Júnior, os modelos exclusivos de Alceu eram cobiçados pelas mulheres da alta sociedade, sendo que, na maioria das vezes, ele as presenteava com o desenho sem cobrar nada²⁹⁷.



Figura 59

As duas páginas seguintes trazem mais trajes de noite, confirmando a ocasião à qual se destina, através de uma indicação no canto superior esquerdo da página, que simula uma espécie de ingresso do Teatro Municipal do Rio de Janeiro para a Temporada de 1944. Os modelos indicados são todos longos, alguns com saias evasês e outros com saias retas. A cintura já é acentuada, mas os corpetes

²⁹⁷ JUNIOR, Gonçalo, *op. cit.*, p. 96

dos conjuntos de saia ampla prolongam-se até a linha do quadril, enquanto os retos são arrematados na cintura por cintos finos e descem muito próximos a linha do corpo, mas sem acentuar as curvas dos quadris.

O texto esclarece perfeitamente a ocasião para a qual os trajes são indicados. “Já estamos em plena ‘saison d’hiver’. Os espetáculos de arte servem de pretexto à elegância.” O texto trata sobre a “estação de inverno” e a temporada de espetáculos culturais como o “ballet”, a ópera, os grandes concertos. Para as mulheres, que as freqüentam, essas não seriam apenas apresentações culturais, mas “pretexto para elegância”. Esses eventos exigem trajes encantadores, como os desenhados por Alceu Pena, reproduzindo modelos dos grandes figurinistas de Nova York, e provando que iria agradar ao “fino gosto de mulher bonita.” A mulher rica, freqüentadora de tais eventos seria “naturalmente” bela e elegante. Na verdade, parece que ela teria maior possibilidade de acessar os artifícios da moda para destacar sua beleza.

É importante fazer uma comparação entre a primeira página desse especial “Saison”, que trazia modelos criados por Alceu e as duas seguintes, nas quais ele estaria reproduzindo modelos nova-iorquinos. As linhas gerais da silhueta são as mesmas, os primeiros modelos apresentam cores mais vivas e usam mais o branco, em contraposição aos modelos americanos que usam mais o preto. Mas o estilo de mulher e de elegância apresentado por ambas as páginas praticamente se confunde. A mulher de elite e elegante era a mesma, não importando se vestia roupas nacionais ou estrangeiras. Talvez as sutis diferenças para nós pudessem ser maiores e melhor percebidas por suas contemporâneas que não hesitavam em escolher seus modelos.

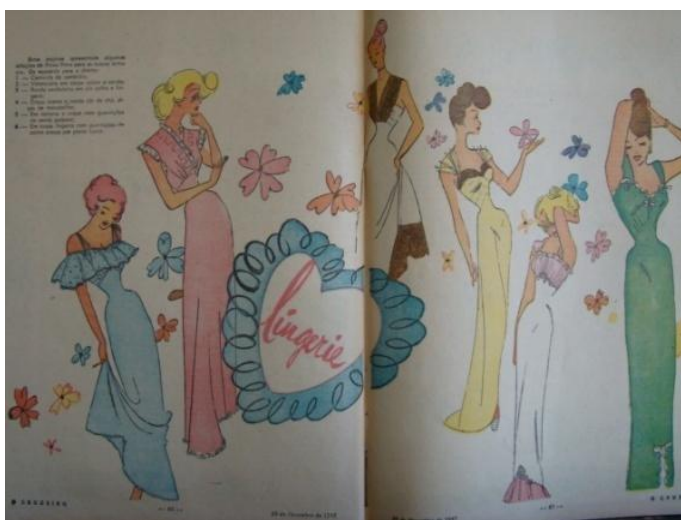


Figura 60

Em 29 de novembro, na seção “figurinos”, Alceu Penna apresenta criações dele para “Lingerie”. São camisolas longas e bem comportadas, descritas detalhadamente. A preocupação com uma maior ornamentação das roupas íntimas sofreu forte influência do cinema norte- americano. As atrizes passaram

a aparecer vestindo peças elaboradas e luxuosas, em cenas que apelavam para a imaginação e a sensualidade²⁹⁸. Faziam uso de tecidos que aderiam mais ao corpo, além de tons mais escuros, como o preto e as rendas. O desenhista brasileiro mostra-se afinado com algumas destas tendências; seus modelos marcam a silhueta, apresentam detalhes em rendas e babados, e as “modelos” fazem poses sensuais.

*

Este item pretendeu analisar de que maneira Alceu Penna abordava a moda estrangeira em suas colunas e como construiu uma visão nacional da mesma. Ele demonstra o equilíbrio de forças que existiu entre a moda estadunidense e francesa no pós Segunda Guerra. Além disso, aparece pela primeira vez menções a um gosto nacional e uma costura brasileira. O porta-voz das novidades no mundo da moda, desta vez, era um brasileiro. Alceu viajou aos dois mais importantes centros produtores do vestuário, primeiro para os EUA e depois para a França; de lá, enviava as novidades e analisava as alterações na moda. Essas duas experiências, em momentos importantes, como o período da Guerra e o lançamento do *New Look*, possibilitaram a ele elaborar uma visão crítica e particular do fenômeno da moda, sob o ponto de vista de um brasileiro, e a procurar elementos de nacionalidade em nossa moda em estado incipiente.

Mostrei também algumas das criações do próprio Alceu, e sua reinterpretação das tendências gerais da moda adaptadas ao público nacional. Através da sugestão dos tecidos mais baratos, o autor demonstrou uma possível ampliação do público leitor, ao mesmo tempo em que desenhava modelos de luxo para noites no municipal, direcionados à elite local. Ele podia ler o gosto da mulher brasileira de um modo mais próximo, no momento em que talvez elas estivessem se dando o direito de ter um gosto próprio em relação ao vestir.

4.4 – Alterações na silhueta: o *New Look*.

Na primeira edição da revista *O Cruzeiro* em 1947 (com data de 04 de Janeiro), destacam-se duas seções dedicadas à moda, ambas sob o comando de Alceu Penna. Nessa época Alceu estava em Paris, conforme mencionei no item anterior. Ele enviava as novidades especialmente para a revista e assumia assim o caráter de um repórter de modas. Esse período anunciou a época áurea da alta costura francesa no século XX.²⁹⁹ Depois da Segunda Guerra Mundial, a Europa estava em fase de reconstrução. A indústria da moda francesa não havia morrido totalmente durante o conflito e, mesmo com a ocupação alemã, muitas foram as

²⁹⁸ LANDIS, *op. cit.*, p. 140.

²⁹⁹ MENDES, *op. cit.*, p. 143; BAUDOT, *op. cit.*, p. 146; GONTIJO, *op. cit.*, p. 62

estratégias de sobrevivência que possibilitaram uma recuperação rápida, assim que a paz foi restabelecida. Tal fato foi importante para ajudar na reestruturação financeira do país.³⁰⁰

No ano de 1945, logo após o fim do conflito, os estilistas franceses organizaram um evento que marcaria o novo despertar da alta-costura. O *theatre de la mode*³⁰¹ foi uma exposição itinerante das novas coleções; as roupas eram feitas em bonecas de madeira de tamanho inferior ao real. A exposição correu o mundo para divulgar as novidades e atrair compradores internacionais, principalmente os estadunidenses, que tinham muito dinheiro para gastar. Daí por diante, a indústria da moda só fez crescer. Contando com a melhora tecnológica, teve início a era de ouro da alta-costura que iria durar até mais ou menos 1957.



Figura 61

O ano de 1947 foi marcante dentro dessa trajetória. Em janeiro, contudo, a grande guinada da moda ainda era apenas uma expectativa. No primeiro exemplar de *O Cruzeiro* naquele ano, temos uma seção com fotografias em preto e branco, intitulada: “A moda nas praias francesas”. Eram fotografias posadas de belas mulheres em trajes de banho, e tinham como contexto a beira mar. O pequeno texto que acompanhava as fotos era de Alceu Penna. Ele fora enviado ainda em dezembro de 1946 diretamente de Paris. No ensaio, o desenhista relata que as praias francesas eram as mais procuradas em toda Europa e por isso lançavam modas de trajes de banho. Os trajes da reportagem são elogiados como “modelos de grande originalidade que possuem vantagens em relação aos modelos norte-americanos”; tais vantagens seriam a originalidade e a facilidade de serem reproduzidos em casa. Nota-se, novamente, que o público alvo da reportagem estendia-se às mulheres que em geral produziam suas roupas em casa, fato observado inúmeras vezes na fonte. Além disso, o principal valor atribuído à moda francesa nesse caso era a originalidade; ou seja, mesmo os americanos sendo grandes produtores, a capacidade inventiva para Alceu ainda estava do outro lado do atlântico, na consagrada capital da moda.

³⁰⁰ VEILLON, *op. cit.*, p. 45

³⁰¹ BAUDOT, François, *op. cit.*, p. 136



Figura 62

A seção figurinos sob o título “Simplicidade”³⁰² apresentava alguns vestidos de verão de figurinistas norte-americanos, demonstrando o equilíbrio de forças entre a moda de Paris e de Nova York. Os vestidos seguiam a silhueta sugerida logo após a guerra, e a altura da saia ainda lembrava a

dos tempos difíceis, ou seja, iam até os joelhos, por conta das restrições de tecido. O modelo, porém, seguiu popular pelo conforto proporcionado; as saias começaram a ficar mais evasês e as cinturas, marcadas. Aumentaram a variação das cores das roupas e dos modelos de chapéus, que podiam ser amplos ou pequenos. No fim das contas, esses trajes não parecem assim tão simples como sugere o título, pois aparecem acompanhados de luvas, bolsas e chapéus, que conferem sofisticação ao conjunto. O texto da página associava a idéia da simplicidade com o verão.

Em uma seção de moda de página dupla, com grandes fotos em preto e branco, intitulada “Preto”, apareciam modelos para a noite, acompanhados de um pequeno texto vindo de Paris como correspondência de Alceu Penna. A presença dele na cidade foi chave para acompanhar os lançamentos da moda daquele ano de 1947, que foi muito marcante. Os modelos destacavam a cor preta, seguiam uma silhueta longilínea que parecia inspirada no período da guerra, que podem ser observados em elementos como os ombros destacados com formato quadrado, a cintura levemente marcada e a saia que acompanha o contorno do corpo. O conjunto possui um ar andrógino típico da época de guerra, momento em que a mulher teve de ocupar papéis antes desempenhados pelos homens, no mercado de trabalho e à cabeça da família.³⁰³

³⁰² Revista *O Cruzeiro*, edição de 04 de janeiro de 1947.

³⁰³ MENDES, *op. cit.*, p. 111.



Figura 63

Na edição de 15 de fevereiro de 1947, apareceram em destaque dois estilistas do período: Elsa Schiapparelli e Cristóbal Balenciaga; estes tinham sido o tema da coluna em outra edição do mesmo ano, analisada no item anterior. Os textos da seção limitavam-se apenas a descrever os modelos. Os trajes, porém, possuem semelhanças com o *New Look*. A primeira delas estaria nos tailleurs de Schiaparelli, que apresentavam um inusitado cinto, marcando profundamente a cintura, e lembrava mesmo a forma dos espartilhos da década de 1830, que modelavam somente a linha da cintura³⁰⁴. As saias do conjunto possuíam um leve evasê e a forma dos turbantes na cabeça era uma voga que remetia ao período da guerra. Os modelos eram indicados pelo texto como trajes para viagem, provavelmente internacionais, viagens aéreas, devido ao apuro dos mesmos.



Figuras 64 e 65³⁰⁵

³⁰⁴ LAVER, *op. cit.*, p. 163; STEELL, Valerie, *passim*.

³⁰⁵ Imagem extraída do livro: INSTITUTO DE LA INDUMENTARIA DE KIOTO. **Moda**: una historia desde el siglo XVIII al siglo XX. Tomo I: siglo XVIII y siglo XIX. Colônia: Taschen, 2006. p. 182.

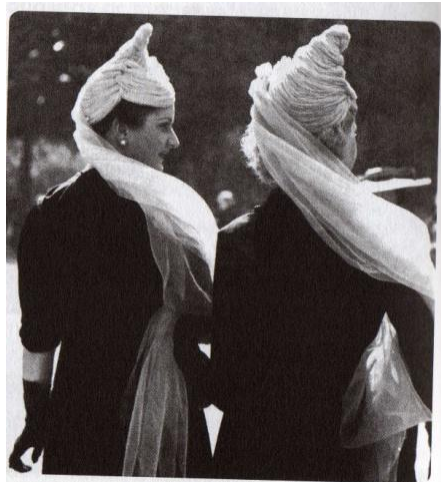


Figura 66³⁰⁶

Os modelos de Balenciaga pareciam ainda mais influenciados pela nova moda. Entre outras coisas, apresentavam trajes de gala, pois, com o fim da guerra, os mercados dos EUA e da América Latina estavam ansiosos pelas novidades francesas³⁰⁷, e os estadunidenses tinham o dinheiro necessário para as grandes festas.³⁰⁸ Toda a construção dos trajes apresentados nessas páginas remete às linhas e aos detalhes do novo estilo. Os vestidos de baile possuíam a parte superior em estilo corpete, com decote acentuado e detalhes em renda, que remetiam à moda romântica de meados do século XIX³⁰⁹, assim como suas saias armadas, que lembravam a estrutura da crinolina.³¹⁰ Esses vestidos possuíam obviamente um caimento mais moderno, mas não dispensavam ao menos uma anágua de tule para armá-los. O excesso de tecido necessário para tais roupas foi uma das características mais questionadas da nova moda, uma vez que o panorama mundial era de reconstrução econômica e recessão pós-guerra³¹¹. O texto descreve as criações de Balenciaga como tendo características espanholas, sendo que esta era a nacionalidade do costureiro. Contudo, tais elementos ficavam mais a cargo de detalhes (como as flores e rendas aplicadas e a combinação de cores como o preto e o vermelho) do que no corte da peça. Os modelos para baile nos lembram um pouco as damas da sociedade espanhola do século XIX, como as retratadas pelo grande pintor da época, Francisco de Goya.

³⁰⁶ Extraída de: VEILLON, *op. cit.*, p. 112.

³⁰⁷ *Ibidem*, p. 234.

³⁰⁸ MENDES, *op. cit.*, p. 137

³⁰⁹ LAVER, James, *op. cit.*, p. 163.

³¹⁰ Anágua em arcos criada em 1856 para dar volume às saias eliminando o peso do excesso de tecidos. *Ibidem*, p. 178.

³¹¹ MENDES, *op. cit.*, p. 128



Figura 67



Figura 68³¹²



Figura 69³¹³

A página ao lado apresentava modelos para ocasiões sociais, provavelmente jantares ou coquetéis. O texto não descreve as peças, mas pela imagem podemos perceber a presença de bordados e o uso do veludo – que foram apontados como características da moda espanhola na página anterior – além do uso de cetim e seda. O veludo é um tecido nobre e estava presente no traje do toureiro; daí uma possível associação com a cultura hispânica. A modelagem estava de acordo com a tendência do *New Look*, na versão que remete à moda do

³¹² Propaganda de uma crinolina do século XIX, disponível em www.modamanifesto.com, acessado em 15/04/2009.

³¹³ Obra de Francisco de Goya, retrato da Duquesa de Alba, disponível em www.universo.wordpress.com, acessado em 15/04/2009.

final do século XIX, que dava maior ênfase à região dos quadris. Dois dos modelos são acinturados e possuem saias ajustadas indo até abaixo do joelho; esse novo comprimento causou muita polêmica. Os trajes apresentam detalhes que destacam os quadris, deixando-os volumosos, estilo que lembra as anquinhas traseiras usadas na década de 1870 do século anterior³¹⁴. A idéia de acentuar essa região da anatomia feminina remete ao sentido de fertilidade que já era procurado na estatuária pré-histórica, como nas Vênus de Lespugue e Willendorf³¹⁵. No final dos anos 40, o sentido desse resgate estava na idéia de incentivar as mulheres a terem filhos após o grande período de perdas durante a Segunda Guerra.



Figura 70



Figura 71³¹⁶

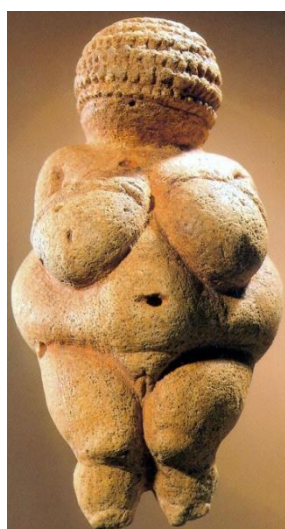


Figura 72 – Vênus de Willendorf e Lespugue respectivamente.

³¹⁴ LAVER, *op. cit.*, p. 190.

³¹⁵ COCCILO, *op. cit.*, p. 6

³¹⁶ Anáguas com anca traseira da década de 1870. Extraída do livro: INSTITUTO DE LA INDUMENTARIA DE KIOTO, *op. cit.*, p. 282.



Figura 73

Na edição de 29 de março, o estilista que mereceu destaque foi Pierre Balmain. Foram apresentados seus vestidos de baile e vestidos *cocktail*. Nota-se a silhueta do pós-guerra, ou seja, cintura mais marcada e saias evasês. No entanto, a diferença principal entre a

maioria dos costureiros e o *New Look* de Dior é o comprimento das saias e seu volume. Podemos perceber, nos vestidos de Balmain, a variação entre o longo para bailes e o comprimento logo abaixo do joelho; além disso, o evasê de suas saias era mais contido. Enquanto isso, na nova proposta de Dior, o volume das saias era exagerado e o comprimento intermediário tinha força.



Figura 74

Em 05 de abril, a seção de Alceu Penna apresentava uma temática importante: a comparação de linhas ou silhuetas do passado com as de 1947. A relação entre a moda e o passado apareceu em outros momentos das colunas de moda de *O Cruzeiro*. O tema foi apontado no capítulo 2, sobre as colunas de Thérèse Clemenceau, e

no capítulo 3, sobre as de Rachel, e surgia também nas colunas de autores desconhecidos. O fim da década de 1940, enquanto período de mudança na silhueta, resgatava novamente a comparação histórica para esclarecer os elementos que inspiraram os criadores. Sob o título “Linha de 1880 e 1947”, foram apresentadas imagens comparativas dos dois períodos; o texto procurava elucidar a questão: “Tudo se repete um pouco modificado, é óbvio. A moda então lança mão do passado, com grande proveito. Alceu Penna, na sua viagem à França, Itália e Inglaterra, mandou para nossas leitoras em lindos desenhos dos mais arrojados figurinistas a relação entre os dois mundos da elegância feminina.” Os dois mundos em destaque aqui eram o passado e o presente.

Notamos que existe, na moda, uma importante tendência a coletar informações no seu próprio passado para reler estilos. A matéria fornecia a imagem de um modelo antigo, de 1880, com a seguinte legenda: “Um velho modelo que deslumbrou os salões de fim do século passado...” A idéia era mostrar dois momentos distintos de elegância e feminilidade, que foram aproximados pela moda. O elemento chave em tal aproximação era a “tornure”, ou anca traseira, que foi característica da década de 1880 (imagem 11) e acabou relida em 1947 através de um volume na parte de trás dos vestidos.

Outro elemento de aproximação foi a cintura de vespa, que, no século XIX, era efetuada por meio do espartilho e, no fim da década de 1940 e início da de 1950, com cintas elásticas. Os laços na parte de trás dos vestidos e o corte aberto dos blazers abaixo da cintura marcada ajudavam a criar o efeito das antigas anquinhas.



Figura 75

Finalmente a seção “figurinos” de Alceu Penna referiu-se de maneira mais direta à maior mudança surgida na moda daquele ano. Em 28 de junho ele anunciava “A nova silhueta”, ou seja, o *New Look*. Os modelos apresentados eram de vários estilistas e não

apenas de Dior, considerado o inventor oficial desse estilo. O texto era sintético:

Estes são os últimos vestidos criados em Paris. Alceu Penna os desenhou nos ateliês dos famosos figurinistas de Paris. Heim, Balmain, Balenciaga, M. Rouff, J. Dessès, C. Dior são os desenhistas dos mais apreciados modelos da Europa e os que apresentamos nessas páginas confirmam o prestígio dos modistas franceses. Os vestidos que se vêem da esquerda para a direita são para festas, bailes, recepções e passeios.

Como traços da nova silhueta nos desenhos, podem-se notar os detalhes na altura dos quadris e o comprimento das saias, que ficavam bem abaixo dos joelhos ou tocavam o chão. Outra característica eram os grandes chapéus e o volume, como no caso do vestido com duas camadas de saia evasê e franzida. As cinturas eram finíssimas; logo, nota-se que não se tratava de uma moda fácil de usar e nem adaptável a qualquer tipo físico.



Figura 76

Na edição de 26 de julho, aparece uma página dupla de modelos copiados por Alceu diretamente dos “ateliês de Paris”. Ele aparece, nesse caso, como um transmissor da moda de Paris; através de suas mãos, ela ganhava as páginas da revista e podia ser observada pelos brasileiros. O

título era “Paris”, e os modelos eram para ocasiões de gala. Todos os vestidos eram bem acinturados e com corpete alongado e saias amplas, no melhor estilo *New Look*. Apesar disso, nenhum dos modelos era de Christian Dior, mas sim atribuídos a Marcel Rochas, Lucien Lelong e Carven. Isso demonstra que o novo estilo das roupas acabou influenciando a todos os grandes criadores do período, que depois da guerra dedicam-se a trajes de sonho para festas intermináveis. O retorno das festas acaba repercutindo na coluna de Alceu; inúmeras foram as edições em que a seção de moda se voltava para trajes específicos de bailes e noites de gala.



Figura 77

Apesar de não encontrar na seção ilustrada de Alceu o termo *New Look* de maneira direta, vemos sua representação em inúmeras colunas. Como exemplos, têm-se as seções de 06 de setembro. A primeira intitulava-se “Pelo tornozelo”, e tinha como subtítulo, “Paris e New York”, com destaque para três estilistas: Dior, Lelong e Sack. O texto intitulava-se: “Vestidos de baile pelo tornozelo”, apresentando a opinião dos três costureiros citados acima, sendo os dois primeiros de Paris e o terceiro de Nova Iorque. O texto descrevia os tecidos dos três modelos, com

cintura de vespa³¹⁷ e saia muito rodada na altura dos tornozelos, a silhueta típica do *New Look*. Devemos ressaltar que a própria criação de Dior se dá nos EUA, e tem como inspiração esse país, o grande vitorioso da guerra, no qual muitos estilistas se refugiaram durante o conflito. Sem perder de vista a elegância francesa, podemos dizer que o novo estilo sintetizava os dois pólos opostos, ou seja, França e EUA.

O novo estilo apresenta uma íntima relação com o modelo conservador americano: surge uma mulher mais coberta, recatada, sonhadora e romântica. Uma moda com tais características nos remete novamente ao século XIX, época em que ocorreu o movimento chamado Romantismo, que teve vertente nas artes plásticas e na literatura. Ressaltava a subjetividade, o individualismo, o lirismo, o predomínio da sensibilidade e da emoção sobre a razão. Houve também desdobramentos no campo dos estudos históricos, enaltecendo o passado e solidificando as identidades nacionais. Contudo, uma moda “romântica”, não tem necessariamente as mesmas características; assemelha-se, também, ao sentido do adjetivo romântico que significa “sonhador”, “amoroso”. Condiz com o momento pós Segunda Guerra, quando o individualismo se acelera e “todos” desejam viver o “sonho americano” de consumo desenfreado.



Figura 78

Na mesma edição, como seqüência da seção anterior, aparece “Até o tornozelo”. O texto segue: “Apresentamos os últimos modelos de Saks, Bonwit, Teller e L. Taylor, em desenhos de Alceu. São vestidos de baile até o tornozelo, ultimo capricho da moda americana e francesa para a *jeune filles*”. Os modelos são

americanos, propiciados por criadores ou lojas de departamento, colocando a nova silhueta como um gosto novo e extravagante tanto da França como dos EUA. O estilo, principalmente em sua versão até os tornozelos e com saia rodada, seria adequado para vestir mulheres jovens, garotas, mocinhas – possíveis traduções para o termo francês.

³¹⁷ Termo utilizado para definir a cintura finíssima e os quadris ressaltados e arredondados que compunham tal estilo.



Figura 79

Em 13 de setembro, a seção “figurinos” refere-se a “Três Costureiros”. O texto descreve: “Essas duas páginas são uma sensacional coleção de vestidos arrojados e muito modernos. Nota-se uma tendência a aumentar os quadris, arredondando os ombros e

estreitando a cintura.”. Essa descrição é o perfeito retrato do *New Look*. O aumento dos quadris ocorre para valorizar essa área do corpo feminino, que está relacionada com a reprodução e fertilidade. O arredondamento dos ombros dá à mulher uma forma mais frágil e feminina, em contraposição aos ombros quadrados e masculinizados da época da guerra. A cintura estreita serve para ressaltar ainda mais os quadris e mostrar uma mulher um tanto escultural e irreal. Os estilistas em destaque na seção são Balmain, Balenciaga e Jacques Fath.



Figura 80

Numa seção dedicada aos “Bailes de Formatura”, em 15 de novembro, Alceu sugere lindos vestidos para essa ocasião. O texto descreve os modelos, principalmente os tecidos. As criações são assinadas por nomes americanos: H. Bendel, Binwit, Emily e Engel. Apresentam bem o modelo do *New Look* para vestidos de

gala, ou seja, saias muito amplas e cheias, com volume, sustentadas por uma fina cintura, detalhes como laços. Alguns modelos apresentam cascatas de babados. Destaca-se o volume na parte traseira, o que corrobora a inspiração na década de 1880 do século XIX.

A mesma edição traz uma fotoreportagem muito importante sobre o *New Look*, intitulada “Saias Curtas ou saias compridas”. A matéria é assinada por Violet Mc Kenzie de “King Feature”, especial para *O Cruzeiro*. Aparentemente, trata-se de uma matéria comprada

de uma agência de notícias.³¹⁸ Acima do texto principal, uma pequena foto anuncia os dois



criativos do momento: “Christian Dior e Salvatore Ferragamo, francês e italiano. Patrocinadores das saias longas.”. O texto a seguir revela a discussão nos EUA sobre o novo comprimento das saias. “Nova York – As saias serão curtas no próximo ano, quer queiram ou não queiram os especialistas em moda.”

Figura 81

Como questão de relevância nacional, segue-se a discussão: “Essa é a afirmativa que fazem milhares de grupos de mulheres por todo o país (os Estados Unidos), enquanto as forças opostas silenciam num fim de batalha para estabelecer a linha da bainha. Apanhado exatamente no meio da *terra de ninguém*, entre o *exatamente abaixo do joelho* e o *no meio do tornozelo*, encontra-se o homem na rua.” Tal variação confundiria os homens. Chama atenção a linguagem militar empregada, como se o campo de guerra das mulheres fosse a moda.

Porém: “Não interessa para onde vão as saias – para cima ou para baixo – o que é certo é que custarão o seu dinheiro.” O homem aparece como o provedor das roupas das mulheres. Esse é apenas um argumento na interminável discussão sobre o comprimento das peças. Algumas pessoas do meio da moda acreditavam que as saias se encurtariam, como aconteceu depois da Primeira Guerra. “Depois as saias subiram, ficando mais altas do que os preços da Bolsa de Valores.” A reação ao alongamento das saias era coisa séria: “Em protesto contra a baixa das saias até que fiquem poucas polegadas acima do chão, dezenas de clubes do *um pouco abaixo do joelho* estão se levantando por todo o país.”. Esses clubes também são comentados pelas autoras Valery Mendes e Amy de la Haye em seu livro sobre a história da moda no século XX.³¹⁹

A mesma página apresenta outras fotografias com legendas importantes. Numa delas, duas jovens estão numa lanchonete, uma sentada com a saia logo abaixo do joelho, e outra de pé com a saia mais longa; entre ambas, há um homem. A legenda provoca a discussão: “Saias longas ou saias curtas? Acima são mostradas as duas modas. Mas, qual vencerá?” Na imagem,

³¹⁸ MADIO, Telma Campanha de Carvalho. **A fotografia na imprensa diária paulistana nas primeiras décadas do século XX**: O Estado de S. Paulo. Disponível em: www.scielo.br, acessado em 15/04/2009.

³¹⁹ MENDES, *op. cit.*, p. 129.



a mulher com a saia mais curta apresenta um ar mais sedutor, tanto que o homem olha para ela. A roupa aparece, portanto, como fator de sedução do sexo oposto – no caso, através de uma maior exposição do corpo feminino.

Figura 82



Figura 83

No rodapé dessa página, aparece uma linha do tempo das saias, ilustrada por fotografias. “1917 – Saias compridas... 1919 – Ainda compridas... 1921 – Começam a subir... 1926... Subiram mais... 1929 – Desceram um pouco... 1944 – Subiram muito...”. Interessante notar que os momentos das saias mais curtas são 1926 e 1944, apesar do comprimento ser praticamente o mesmo, variando a posição da cintura. O texto faz crer que, em 1944, as saias subiram muito mais.



Figura 84

A foto principal, de página inteira, apresenta uma modelo sobre a mesa, tendo a saia medida por costureiras para garantir que a barra fique na altura correta do chão, dentro da “Nova moda”. Essa é a forma correta de medir a altura da bainha, a partir da distância entre ela e o chão. Nessa época, a distância indicada era de 30 centímetros.

O texto segue relatando um protesto em Dallas, nos EUA, contra o abaixamento das saias. A líder do movimento, Sra. Warren J. Woodard, declarou: “Há trinta anos passados as mulheres usavam saias compridas até os tornozelos e tinham que suspendê-las para entrar num carro. Dez anos mais tarde as saias estavam acima dos joelhos e tivemos que puxá-las para baixo para subir. Estão nos impingindo tolices. Um pouco abaixo do joelho é que é o lugar exato. E este inverno no Texas é assim que vamos usar nossas saias.” Surge, portanto, uma resistência aos “caprichos” da moda, acusando a mesma de criar “tolices”.

Havia também homens contrários à nova moda. Curley Bowers, de uma sociedade de maridos afirmou: “Represento os homens casados da Geórgia e nós somos contra as saias compridas. Não queremos saias até os joelhos escondendo as lindas pernas dos nossos pêssegos da Geórgia.” Na Grã-Bretanha, o próprio secretário dos “National Marchant Tailores”, T. R. Hewitt, disse em Londres: “Os alfaiates ingleses consideram que o presente comprimento de saia é o ideal relativamente a forma feminina.” Portanto, os alfaiates ingleses não apoiavam o alongamento.

Por outro lado, Eugene K. Denton, presidente das modistas de Nova York, declarou que “baixando a bainha, a mulher torna-se mais provocante e sedutora, bem como elegante.” Essa seria uma espécie de sedução pelo enigma. O texto prossegue com a discussão: “Em Hollywood, onde a mais ligeira mudança de modas é uma questão de importância, as opiniões parecem divididas.” Uma de suas famosas atrizes na época, Dorothy Lamour, afirmou: “Por que devem as mulheres seguir todos os caprichos da moda? As saias compridas são um dos mais tolos caprichos.” A moda é vista como cheia de caprichos, que as mulheres se vêem

muitas vezes obrigadas a seguir. De alguma maneira, ela parece uma entidade insuflada de vida, personificada. Por outro lado, a moda podia apontar o espaço de rebeldia feminina, quando se toma um posicionamento contrário a sua “vontade”. Era sem dúvida um campo de expressão de muitas vontades, desejos e pensamentos femininos, que não se revelavam tão claramente em outros meios.³²⁰

A matéria parece, em tudo, reforçar as vantagens e a preferência de homens e mulheres pela saia mais curta. Só discordariam aqueles que queriam vender as saias longas. Fabricantes embaraçados, apoiados pelos costureiros, teriam declarado: “As mulheres vão aceitar essas saias, quer gostem ou não.” Essa frase denotaria um papel de submissão das mulheres à moda? Queriam dizer, talvez, que a moda sempre acabava vencendo. Para concluir, o texto o autor declara: “Mas, para cima do tornozelo ou pouco abaixo do joelho – é sempre a moda.”

Essa conclusão deixa entrever uma visão intrínseca à moda: a idéia da mudança. Antes desse momento, raramente viu-se uma discussão tão relevante sobre a mudança das silhuetas nas páginas da revista. No tempo de Thérèse Clemenceau, era apenas ela quem discordava ou concordava com um novo modismo. Posteriormente, tais modismos eram apenas apresentados e não muito discutidos, parecendo, no geral, bem aceitos. Contudo, o *New Look* originou várias dessas longas matérias, criando comitês de mobilização internacionais dos que eram a favor ou contra, e ocupando outras seções da revista, como as colunas de Elza Marzullo que debatiam o tema em “Beleza e Elegância”.



Figura 85

Em 14 de fevereiro de 1948, Alceu Penna intitulava sua seção de “Novos vestidos”. Nela, faz-se alusão à crise econômica mundial, através da crítica ao desperdício de tecido: “Eis aí uma velha moda, que os figurinistas de Nova Iorque lançaram com sucesso, mas que em certos países da Europa, onde a economia abrange todos os setores, não encontrou, apenas por causa da economia, muita popularidade. As elegantes, no entanto, deram um jeito de arranjar um pouco mais de tecido, e acompanharam as nova-

³²⁰ Idéia parecida apresenta: WEBER, *op. cit.*, p. 11.

iorquinas.” Faz a comparação entre a situação cômoda dos estadunidenses, que podiam dar-se ao luxo de vestidos que esbanjavam tecido, em contraposição à Europa, que se reconstruía, e onde as chamadas “elegantes” faziam esforços para manter-se na moda e honrar o título.

A referência à “velha moda” pode indicar a inspiração no passado com modelos mais longos e com mais tecido. A dificuldade da reconstrução européia obrigava a uma economia que não permitia tais excessos. Apenas as mais ricas davam-se ao luxo e, provavelmente, tampouco as mulheres brasileiras poderiam aderir, em sua totalidade, a tal moda. Os desenhos são de Alceu, mas os lançamentos, segundo o texto, são dos “figurinistas de Nova York”.



Figura 86

Em 27 de março do mesmo ano, uma fotorreportagem assinada por Elza Viany, suposta correspondente da revista em Hollywood, aborda o impacto do New Look entre as atrizes norte-americanas, com o título “Nova moda no cinema”. O texto analisa como a

novidade foi recebida e assimilada pelo meio cinematográfico. “Houve um reboiço completo quando as linhas da nova silhueta foram anunciadas: cintura de vespa, quadris aumentados, saias muito mais longas, ombros naturais, e saias-balão.” Trata-se de uma descrição das formas clássicas lançadas por Dior.

“Milhares de protestos ecoaram de todas as partes do mundo. No Texas, em Azusa, em Mênfis, mulheres desfilaram pelas ruas em protesto.” Destaca-se a reação negativa que a novidade causou em alguns dos estados americanos, fato que já havia sido mencionado na reportagem sobre o comprimento das saias, analisada anteriormente neste capítulo.

Finalmente, a polêmica chega ao cinema: “Os estúdios de Hollywood, a princípio, protestaram, em vista dos milhares de dólares de modificações que a nova silhueta acarretaria. Mas tudo em vão. Sua majestade, a Moda, não recuou um passo. E, pouco a pouco, os protestos foram desaparecendo. Nos jornais, anúncios começaram a apresentar coletes que diminuem a cintura. Agora, toda a revista que se preza só trás fotografias de modelos envoltos em longas saias, que quase alcançam os tornozelos.” A atualização do cinema em relação à

moda começou a ser mais fortemente buscada a partir de 1930³²¹. Excetuando os filmes de época, todas as produções procuravam apresentar um figurino atualizado com as novas tendências da moda, considerando que os figurinos deviam ser mais chamativos que as roupas do cotidiano, dentro da lógica de um cinema que pretende fazer sonhar; o estilo extravagante da alta-costura desse período parecia casar perfeitamente esses objetivos³²². Ainda que a adaptação a uma nova moda acarretasse altos custos, tal transformação deveria ser feita para que o filme não parecesse desatualizado.

O texto trata a moda como um ente, uma majestade, capaz de impor suas vontades a milhares de súditos. Essa ditadora personalizada é apresentada numa visão semelhante à visão da história como algo que existe por si, independente dos sujeitos³²³. Contudo, a moda – assim como a história – depende dos sujeitos que a produzem, que a vestem e que a escolhem.

O texto menciona o movimento comercial que a nova conformação do corpo feminino trouxe, através do uso das cintas redutoras, a fim de atingir a tão sonhada cintura de vespa. Sob a nova silhueta, os corpos se transformam, sugerindo um novo corpo idealizado³²⁴: “As mulheres altas e esguias, naturalmente, são as mais favorecidas.”

Encerrando o texto, a matéria reforça a aceitação rápida da nova silhueta pelas atrizes. “Algumas dessas heroínas são aqui apresentadas, procurando evidentemente, virar a cabeça das fãs brasileiras.” As atrizes do cinema norte-americano são chamadas “heroínas”, tamanho o fascínio que exercem sobre as fãs, que certamente se vêem influenciadas por sua maneira de vestir. A imagem delas, associada à nova moda, é mais um fator que possibilitaria a aceitação da nova moda no Brasil.

Na edição de 02 de outubro, a seção *Elegância e Beleza*³²⁵ – assinada por Elza Marzullo – intitulava-se “As atitudes e a *nova linha*”. A colunista apresentava sua opinião sobre o *New Look* e a postura feminina por ele exigida. “O *New Look* é essencialmente feminino. E, de fato, trouxe ele aquela velha silhueta que dava graça e beleza aos salões da inquieta Europa. Revive ele aquelas figurinhas delicadas que, entre o recato elegante e a graça dos gestos, movimentaram as ruas estreitas e os salões de baile onde o ritmo envolvente da valsa casava com o dos bailarinos.” Ela faz a associação entre a nova moda e o estilo de vida europeu do século XIX, de meados até a década de 1880, mais ou menos, descrevendo os bailes e o perfil da mulher que os freqüentava.

³²¹ MENDES, *op. cit.*, p. 81

³²² LANDIS, *op. cit.*, p. 177

³²³ Filosofias da história do século XIX, como o positivismo de Augusto Comte.

³²⁴ CROCI, *op. cit.*, p. 131

³²⁵ Essa seção era dedicada a comentários sobre moda, beleza e comportamento feminino, apresentava apenas um texto com a opinião de sua colunista. Foi analisada no trabalho de SERPA, *op. cit.*, p. 58.

A autora afirma que o novo estilo é “essencialmente feminino”. Apesar do ar saudosista, ela faz uma ressalva: “Mas...as mulheres mudaram. Não são mais aquelas que ficavam em casa, aprendendo a nobre arte de ser mulher, mas simplesmente moças desportistas, moças que trabalham, que lutam pela vida, que se amontoam nos trens elétricos dos subúrbios...” Importante percepção da mudança no modelo de mulher. Trata-se da visão de uma mulher moderna, urbana, participante do mercado de trabalho; é uma nova referência de mulher encontrada na fonte. Isso significa que nem todas as mulheres viviam num sonho dourado de recepções, que permitiam saias gigantescas. Contudo, veremos mais adiante qual a intenção da colunista ao ressaltar essa mudança.

Segue seu argumento: “Nós não somos contra isso. Pelo contrário. O que nos chama a atenção é a falta de graça, de feminilidade, das atitudes da vida moderna.” Trata-se, portanto, de uma condenação à modernidade como oposta à feminilidade; uma postura conservadora, no sentido de contrária a mudança. Essa nova mulher contrastaria, portanto, com o modelo feminino do século XIX, que o *New Look* pretendia resgatar. Ou seja: a mulher pode ocupar-se de todas essas tarefas, desde que não perca o “necessário decoro e indispensável feminilidade.” Transmite-se a idéia de que o trabalho masculiniza a mulher.

A “nova linha”, segundo Elza, “exige essa graça, essa delicadeza de atitudes, de gestos, de voz, de recato, sem o que se estabelece o berrante contraste entre a pessoa e a roupagem.” Ela pinta o retrato de uma mulher contida, dona de casa que não precisa trabalhar, uma popular “madame”; seria essa quem verdadeiramente combinaria com a nova moda. Por outro lado, a trabalhadora precisará de um grande esforço para não parecer fantasiada de delicadeza, quando, na verdade, é rude. “Gestos comedidos e simples, graça e ritmo nos movimentos, suavidade da voz, do olhar, decoro, atitudes simples e discretas, eis o que é absolutamente indispensável para quem usa a ‘nova silhueta’ e, digamos, para todas mesmo.” A descrição do modelo ideal da usuária desse novo estilo repete muitas vezes a palavra “decoro”; tem-se a idéia da discrição como uma qualidade louvável. No fim das contas, essa mulher tão perfeita nos parece um tanto artificial.

Sobre o *New Look*, recaíram críticas que o comparavam a uma nova prisão da mulher, reavivando a imagem de uma mulher espartilhada, justamente a que foi vencida pela modernidade e o feminismo do início do século. Inclusive, no período imediatamente anterior, que fora o da Segunda Guerra, a mulher gozou de uma maior liberdade de ação na sociedade, expressa também pelas roupas mais práticas. Características como as saias mais longas e os

decotes mais fechados acabavam fazendo eco a atitudes conservadoras como as da colunista.

326

Para encerrar o texto, Elza Marzullo reforça os estereótipos da mulher de classe, que vai casar bem com o novo estilo, contrastando-a àquela mulher que parecerá apenas fantasiada. “Portanto, reflitam nesse fato de que a ‘nova silhueta’ é uma expressão da feminilidade...mas que, infelizmente, na maioria, está apenas na roupa...”. Ou seja: a maioria das mulheres que a vestem não expressam realmente a feminilidade pretendida.



Figura 87

A mesma edição apresenta, na página ilustrada de Alceu Penna, a “linha 1948”; é um comentário sobre as características da moda para aquele ano, fortemente influenciada ainda pela nova silhueta. Ao descrever os vestidos, ele aponta para as características mais marcantes de cada modelo; por exemplo, “ombros arredondados, Grés”.

Ao final da observação, ele coloca o nome do criador da peça. “Cinturas de vespa, Dior”; “Quadril arredondados, Balenciaga”; “Cinturões corpetes, Balmain”; “Linha justa na frente e ampla atrás, Lelong”; “Muito tecido, Grés”. Todas elas apontam na direção do novo estilo predominante na moda.



Figura 88

Fechando sua colaboração de moda para essa edição, Alceu apresenta uma página intitulada “Paris”. São modelos de vestidos para o dia e tailleurs de “J. Griffe, Dessés e Carven”. “Conservam ainda a nova linha, com cintura reduzida e originalidade nas golas.” O traço principal que indica a nova silhueta é a cintura fina. Isso é a comprovação de que ela invadiu os trajés, um ano após seu lançamento. Sua aceitação iria tornar-se plena na década seguinte. O espaço cada vez maior

³²⁶ VEILLON, *op. cit.*, p. 97

dedicado à mesma em *O Cruzeiro* reforça sua aceitação pelas consumidoras brasileiras.

No dia 16 de outubro daquele ano, uma importante primeira página da revista anuncia: “Abaixo o *New Look*”. Em forma de editorial, o texto é assinado por Ruth Fernandes. Trata-se de uma crítica feroz e direta ao novo estilo, fazendo eco a algumas reportagens anteriores que apresentavam os movimentos contrários ao mesmo no exterior. Segundo a autora, o desejo de mudança viria do próprio Dior, criador do *New Look*. “O idealizador das saias compridas é o mesmo artista que se insurge contra sua obra.” Significa que ele mesmo propõe mudanças na moda; ele realmente torna-se o grande pioneiro das novidades no mundo da alta-costura por uma década; ele mesmo cria e ele mesmo transforma.

O foco da discussão é novamente a saia longa. Conforme Ruth, esse visual faz as mulheres parecerem com “viúvas do bom gosto.” Parece irritada com o estilista, quando diz: “É como se esse Christian Dior tivesse distribuído uns horrendos objetos pessoais seus que as pessoas teriam vergonha de devolvê-los, para não magoá-lo.” Ela evoca o passado, para melhor elucidar a personalidade do costureiro em questão: “Ninguém teria coragem de ir contra esse saudosista que abrindo os baús antigos sentiu-se sem forças para abafar seu sentimentalismo piegas.” São críticas ferinas ao estilo de moda criada por aquele que se tornará o sinônimo de elegância pelos próximos dez anos. Descreve o estilo dos “românticos vestidos, rendas, espartilhos e toda uma multiplicidade de coisas que constituíram as mais poderosas armas da mulher no princípio do século, a ponto de se querer revivê-las.” Em certa medida, a crítica tem fundamento: a idéia de um vestuário bastante complexo para a mulher, que remete ao século XIX, parecia um tanto retrógrada para as mentes mais críticas da época. O pós-guerra de Dior tinha mesmo um ar piegas, de eterna comemoração.

A seguir, a autora traça a incongruência de tal inspiração, afirmando: “Infelizmente a fisionomia social se modifica ao simples trocar dos nossos vestuários. E nos encontramos diferentes!!” Tal afirmação indica a possibilidade de percebermos, por meio dos trajes, profundas mudanças sociais, marcas do passar do tempo e das mudanças de idéias.³²⁷ A autora vê-se no dever de traçar uma diferença entre a mulher do século XIX, época em que se inspirou o *New Look*, e a do século XX. “Não mais aquelas figurinhas franzinas e pálidas, onde uma tossezinha seca ajudava a que o ‘senhor’ tivesse pena e a tratasse com mais carinho, com mais doçura do que recomendavam os casamentos arrumados pelos pais, entregues as filhas embrulhadinhas em papel de seda como último presente da administração patriarcal.” Trata-se de uma crítica de cunho feminista, que questiona a submissão das mulheres da virada

³²⁷ CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

do século, vestidas como embrulhos à mercê dos pais e maridos. Apresenta-se, em contrapartida, uma nova visão de mulher.

As mulheres contemporâneas à autora eram, para ela, “uma multidão de mulheres ombreando com os homens, conquistando terreno em todos os sentidos (...) ao invés de sonharem com seus futuros maridos saem a campo a procura deles...Mentalidades arejadas, higienicamente desinfetadas. Mulheres que fazem jus no século da eletricidade, da bomba atômica, do detefon e do neocide.” Há um tom ácido nessa crítica e na escolha dos elementos que definem um mundo moderno, povoado de mulheres independentes, que agora podem escolher seus maridos. Se esta liberdade era mesmo real, tenho lá minhas dúvidas. Por exemplo, no texto “As mulheres nos anos dourados”, vemos que as mudanças acarretaram dúvidas em relação à maneira como as mulheres deviam comportar-se³²⁸. A autora atribui o fato do curto reinado das saias longas ao novo tipo de mulher.

O texto alardeia as vantagens das saias mais curtas que “permitem ver as pernas queimadas pelo sol de Copacabana, debaixo do fino véu da meia de Nyllon.” Destacam-se dois elementos. O primeiro deles é o hábito de tomar sol, tendo a mais famosa praia brasileira como cenário – ou seja, a capital e sede da revista, o Rio de Janeiro. Este ponto de vista defende, portanto, que, ao menos no Brasil, cai melhor a moda das pernas de fora, que, podemos dizer, tratar-se de uma postura pró-desnudamento. O segundo ponto é a menção ao moderno material do qual eram feitas as meias após a Segunda Guerra Mundial – o Nyllon³²⁹. O material foi desenvolvido para substituir a seda, tecido que se tornou escasso durante o conflito, porque era usado na fabricação dos pára-quadras. Devido a sua maior resistência, foi pouco a pouco substituindo completamente o original.

Referindo-se ao corpo, ela também critica a cintura de vespa: “E os corpos estarão enquadrados dentro da mesma lei. Sem espartilhos. À vontade.” O corpo deveria ser belo por seus próprios recursos, afirma ela. A moda não deveria incentivar o retorno das cinturas presas, reprimidas. A autora termina o texto com a determinação de extinguir o novo estilo: “Abaixo quanto antes o *New Look*. Abaixo com esse ar cheirando a bolor e a naftalina. Desejamos ver caras alegres e sadias.” Essa última frase seria uma referência ao aspecto das modelos que, em geral, representavam o novo estilo: neurastênicas, magras e maduras.³³⁰

³²⁸ BASSANEZI, *op. cit.*, p. 616

³²⁹ VEILLON, *op. cit.*, p. 121

³³⁰ LURIE, *op. cit.*, p. 92.



Figura 89

Em contraste com tal manifesto, a mesma edição apresenta na seção de Alceu Penna vestidos de “Baile”. Os modelos seguem totalmente as linhas tão criticadas na primeira página: saias longas e volumosas e cinturas afinadas. Seriam

sugestões para os bailes de formatura, “quando as jovens começam a cuidar de seus vestidos de baile.” As sugestões dele seguem “o mais requintado gosto e dentro das linhas do dia”. Ao que tudo indica, as criações são do próprio Alceu, o que mostra que ele estava alinhado com o estilo da nova silhueta e com o ar sonhador desse tempo. A princípio, o *New Look* parece combinar mais com os trajes de noite, mas estava presente também no cotidiano, como vimos em outras edições analisadas nesse mesmo item. O estilo era sugerido em tailleurs e vestidos para o dia, apesar da crítica de Marzullo, segundo a qual ele não combinava com os trens lotados.

Em 13 de novembro, quem retoma a discussão é a própria Elza Marzullo, em sua seção “De mulher para mulher”. Nela, a colunista transcreve trechos de uma entrevista internacional com o costureiro do momento, Christian Dior. O título anuncia: “Fala Christian Dior, o pai do *New Look*.” Tratava-se de uma entrevista dada por ele em seu período de férias, da qual “extraímos alguns trechos que consideramos úteis as nossas leitoras.” Ressurge o grande debate da época: o comprimento das saias. Em relação a isso, “o mestre da costura afirma que é uma questão de proporções. Há dois anos impunha-se o alongamento repentino da silhueta. O vestido até o joelho era horrível; a linha da cintura dividia a mulher em duas partes iguais. Agora, porém, pode-se procurar uma proporção mais feliz entre o comprimento do busto e das pernas.” Ele estaria se referindo, de maneira negativa, às formas retas do período da guerra, afirmando que, após o término do conflito, houve uma urgência de mudança.

Seguem-se os argumentos favoráveis à nova linha: “ele considera os sapatos de salto alto um pedestal indispensável. Os sapatos planos só são admissíveis com roupa de esporte.” A silhueta proposta por ele exigia acessórios complexos, que acentuavam as características

femininas. “O chapéu é igualmente necessário para completar a silhueta.” No entanto, esse último deve ser sem excessos como plumas, volume, etc. “É preciso que a cabeça pareça pequena e desembaraçada.” Nem todas as mulheres podiam equilibrar belos chapéus em suas cabeças; algumas precisavam substituí-los por baldes d’água ou trouxas de roupa suja. Portanto, a mulher que veste o *New Look* é de classe média e alta.

Discute-se ainda a importância quase científica que tem a questão da proporção para a roupa. “a altura de um casaco ou de uma bainha é medida ao centímetro, às vezes ao milímetro. A costura exige tanta exatidão nas proporções como a arquitetura.” Esse destaque dado ao ofício, que exige verdadeiramente exatidão matemática, coloca tal saber no mesmo nível de importância de outros já consagrados – lado a lado com uma arte consagrada, a de saber congregar as proporções perfeitas e a beleza. Essa comparação cabe bem no universo da Alta-Costura. Construir um traje de alta-costura pode ser tão ou mais complexo do que construir uma casa, e, nessa época, a elaboração dos trajes tornavam isso mais evidente. “O costureiro é um arquiteto que constrói sobre uma base inalterável: o corpo feminino. Um vestido bem feito deve ser tão bem equilibrado que pareça impossível mudar ou suprimir qualquer de seus detalhes. Tudo nele é indispensável: é isso o estilo. Cada detalhe domina o todo.” Semelhantes conceitos são usados para explicar estilos artísticos e arquitetônicos na história da arte.³³¹ A mesma idéia é confirmada por grandes ícones da moda, como Coco Chanel, que afirmou: “A moda passa, o estilo fica.”³³²

Sobre os tipos de corpos aos quais se destina seu estilo, o autor tenta frisar que o mesmo pode ser adaptado a diferentes físicos. “o que acontece quando uma mulher gorda quer encomendar um vestido de sítide, responde: não acontece nada. Convenço-a de seu erro ou recuso o pedido. Mas esse é um caso extremamente raro. A maior parte das mulheres conhece bem seus defeitos. Muitas até são torturadas por curiosos complexos de inferioridade.” A preocupação das mulheres com o corpo já aparece aqui como algo que chama a atenção, inclusive do criador. Ele, no entanto, é capaz de convencê-las daquilo que lhes cai melhor.

Surgem também outras considerações importantes, como a afirmação de que “as mulheres não se vestem apenas para seu próprio prazer, mas, também para seduzir...” Ou seja: a escolha de um traje passa pela busca de uma boa aparência, mas também pelo objetivo de

³³¹ GOMBRICH, *op. cit.*, p. 15

³³² A Era Chanel

tornar-se sedutora para os homens. Estamos falando de um período em que o próprio cinema retrata algumas “devoradoras de homens”, por assim dizer ³³³.

A importância da mulher sedutora é destacada por Dior: “Neste ponto estou alerta: meus modelos têm sempre uma arma de sedução, estando em primeiro lugar a cintura fina. Todas as minhas criações têm a cintura acentuada, marcada.” Esse é o modelo que o estilista considera adequado, tanto para as mulheres magras, que desejem valorizar suas formas, como para as gordas, que desejem simular uma cintura. “Uma outra arma de sedução está no decote: ele suaviza um rosto, remoça uma silhueta. Criei, este ano, decotes assimétricos...”. As armas de sedução da mulher imaginada por ele são físicas e suas criações ajudam a ressaltá-las.

Notamos quanta importância a revista *O Cruzeiro* deu ao longo dos anos de 1947 e 1948 às transformações propostas por Christian Dior, no pós Segunda Guerra. A revista participa da polêmica internacional em torno do tema, que acaba trazendo novamente uma mulher moldada por essa nova silhueta. Proliferam “sérias” discussões sobre comprimentos das saias, que revelam, nas entrelinhas, o papel da roupa como definidora de um modelo feminino, e a manifestação dos desejos masculinos em torno desse corpo “vestido” da mulher. Vimos manifestações favoráveis ou contrárias à nova moda, por razões novas e diversas; seja pelo esbanjamento de tecido em época de crise, ou por “combinar” apenas com certas camadas sociais, e até por conferir certo ar de retrocesso. Procurei analisar as opiniões de Alceu Penna em torno do tema, que se manifestaram mais através de seus desenhos e suas escolhas de representação. Analisei também outras reportagens e colunas que se dedicaram ao tema.

³³³ Caso do filme *Gilda*, lançado em 1947, no qual a personagem título é vivida pela atriz Rita Heyworth que aparece muitas vezes nas capas e no interior de *O Cruzeiro* entre os anos de 1947 e 1949.

CONCLUSÃO

Após uma longa pesquisa, que contou com o levantamento de mais de mil imagens da revista *O Cruzeiro*, e com a seleção de um recorte temporal e das colunas a serem analisadas, é chegado o momento de fazer um fechamento da pesquisa. Porém, devo lembrar que, como todos os trabalhos acadêmicos, muitas portas e janelas permaneceram abertas. É necessário retomar o problema proposto na introdução do trabalho, a fim de observar que desdobramentos ele encontrou ao longo do estudo. Uma das perguntas foi: como a revista lidou com a influência estrangeira na moda? A princípio podemos pensar em uma aceitação plena da moda externa, mas vimos que isso dependeu do contexto de cada coluna e de quem era o responsável pelos comentários de moda.

As primeiras colunas eram escritas por madame Thérèse Clemenceau, uma comentadora francesa, de quem o magazine comprava comentários que pareciam prontos, e não exclusivamente endereçados às leitoras brasileiras. Aparentemente, quem fazia a mediação entre as leitoras e a colunista era a própria revista. Apesar disso, a coluna *Dona* apresentava uma linguagem bastante íntima com a leitora, o que pode ser uma característica geral do período. As seções de moda dessa época tinham textos muito longos, devido à necessidade de descrever, em mínimos detalhes, os modelos para compensar a escassa quantidade de imagens. Thérèse tinha, ao mesmo tempo, uma linguagem próxima e uma cultura distante da brasileira. A época em que ela escreveu refletia um momento em que a França ainda não havia sido abalada pela concorrência no quesito da moda. A influência do vestuário estadunidense ainda era pequena, destacando-se pelas roupas esportivas e, mais largamente, pelos figurinos do cinema.

Outro objetivo foi visualizar uma imagem de mulher que emergia da fonte em cada um de seus momentos, ou no espaço temporal analisado como um todo. O período da coluna *Dona* pareceu apresentar a imagem de uma mulher moderna, urbana e de hábitos cosmopolitas. Ela freqüentava as altas rodas da sociedade, assim como sua autora. Tratava-se, portanto, de uma mulher de elite, que se cobria com finas rendas e se aquecia com peles.

Durante o período que chamei, em meu trabalho, de “época de transição” (entre um controle aparentemente maior da visão externa e o florescimento de uma visão interna da

moda) houve também a influência do nacionalismo. Era a época do Estado Novo no Brasil, quando as cores da bandeira nacional invadiram a moda e vestiram a mulher durante algumas edições de *O Cruzeiro*. Essa moda patriótica parecia mais uma sugestão do que uma realidade, um reflexo do momento de exaltação da nação, reforçado pela entrada do país na Segunda Guerra Mundial. Além disso, nesse período, apareceram práticas estrangeiras de lazer, adaptadas a lugares brasileiros, como o banho de mar em Ipanema, o “footing” em Copacabana, o “week-end” nas serras, etc. Assim, a moda estrangeira aproximava-se do universo nacional.

As mulheres retratadas pelas colunas de moda do período em questão pareciam fazer parte de outras camadas da população, e não apenas das mais abastadas. Falava-se da dificuldade em manter um grande guarda-roupa, e as matérias apresentavam alternativas para esse problema. Foi uma época de mudanças na revista, mudança que, a partir de 1931, levou a uma ampliação de seu público leitor. A desenhista Rachel sugeriu diversos espaços de sociabilidade para as mulheres de seu tempo. Suas colunas indicavam trajes para se ir da serra ao litoral, da festa à feira-livre. Dessa maneira, suas personagens pareciam circular mais e ocupar melhor o espaço público, ainda que se envolvessem em tarefas que repercutiriam mais no espaço privado. O caso mais emblemático da seção (corroborando a idéia de uma ampliação do espectro social das leitoras) é a indicação de trajes para ir à feira. Parece que não eram mais apenas dondocas que interessavam à revista, mas também as donas de casa.

Finalmente, a partir da década de 1940, a revista *O Cruzeiro* passou a contar com as seções de moda comandadas pelo desenhista Alceu Penna. Ele tornou-se uma referência nacional em assuntos de moda. Alceu foi até as fontes de lançamento da moda internacional, primeiro aos EUA e depois à Europa, dando maior destaque à França. Durante a guerra, a indústria de confecção estadunidense ganhou força; além disso, contava com uma importante arma de divulgação: o cinema. Começaram a surgir criadores também em Nova York. Foi durante os conflitos, no ano de 1941, que Alceu viajou para o país, e podemos perceber um aumento às referências norte-americanas na fonte.

Passado o conflito, Alceu presenciou na Europa o restabelecimento da moda francesa. Enviava para a revista *O Cruzeiro* uma correspondência freqüente, a fim de manter suas leitoras atualizadas com o mais novo debate internacional do meio: o surgimento do *New Look*. O ponto mais relevante de sua contribuição foi o fato de que, finalmente, a revista contava com um brasileiro para interpretar e comentar a moda estrangeira. Ele cercou a

mesma com suas opiniões e, timidamente, construiu uma idéia nacional da mesma, que será muito importante para a consolidação de uma visão brasileira da moda.³³⁴

A idéia nacional da moda consistia, a princípio, em uma gradual tomada de consciência de que a cópia servil deveria ser evitada, levando em consideração a existência de um gosto e de um corpo nacional. Consistia em valorizar o que Alceu chamava de uma costura brasileira. O processo de geração de uma moda genuinamente nacional, se é que isso seria possível, não se conclui no período analisado. O processo mesmo de firmar essa imagem inicial é lento e pode ser observado ao longo do período pesquisado. A moda nacional ainda era tímida, porque, até o fim da época pesquisada, não tínhamos nomes fortes para competir com o exterior. Nascia, contudo, a idéia de que tínhamos capacidade para criar moda.

A mulher desenhada por Alceu oscilava entre as festas glamorosas – o que podemos notar pela grande quantidade de colunas dedicadas aos trajes para bailes e ocasiões sociais – e o cotidiano. Este último poderia incluir tarefas como fazer compras, lavar a roupa, servir os convidados. Isso nos leva a crer que tal idéia não abarca apenas a mulher de elite. Tal circunstância é observada, por exemplo, nos momentos em que o ilustrador sugeriu vestidos simples, de tecidos baratos.

Algumas vezes, encontramos reflexões sobre a relação entre a moda estrangeira e um suposto “gosto nacional”. Quando, na década de 1930, o estrangeiro Kovack criticou a falta de autenticidade do vestir da brasileira, o autor afirmou que as diferenças físicas e culturais deveriam ser levadas em conta. Mas somente em 1948, no texto de uma reportagem sobre um desfile de moda, o brasileiro Alceu Penna criticou a invasão da moda estrangeira e a colocou em contraposição com a “costura nacional”. Este foi um importante momento de afirmação de algo próprio no país, no que diz respeito à criação de trajes.

Após a leitura de colunas diferentes quanto a épocas e autores, não podemos deixar de notar a existência de algumas semelhanças entre as mesmas. A moda era quase que exclusivamente dedicada à mulher. Quando o homem aparecia nessas colunas, era de maneira decorativa, normalmente para pagar a conta – ou seja, como provedor. A moda infantil aparecia próxima da feminina, sugerindo que a mulher era quem devia preocupar-se com o asseio dos filhos. Nas colunas de Rachel, algumas vezes as crianças apareceram junto com os adultos em ocasiões como o casamento e, no período de Alceu, ganharam páginas exclusivas que antecederam os modelos femininos. As seções de moda encontravam-se, em diferentes

³³⁴ BONADIO, Maria Cláudia. Ano, passim.

momentos, próximas a seções que comentavam a vida da alta sociedade, respondiam dúvidas sentimentais e davam receitas – ou seja, a parte da revista dedicada aos “assuntos femininos”.

As seções de moda e a opinião de seus autores ajudaram sem dúvida a pintar um quadro, uma imagem da mulher do período de sua publicação. Essas visões nem sempre coincidiram, e se expressaram fortemente através da silhueta que moldava o corpo. Entretanto, alguns temas eram recorrentes dentro do universo dessas colunas, que davam conta da posição social ocupada pela mulher. Ela aparecia sempre buscando o papel de esposa, seja quando se via obrigada a vestir-se bem para ser notada e conseguir um noivo, ou quando devia manter-se bela para salvar o casamento. O ponto máximo era a preocupação com o vestido de noiva. O casamento era a instituição preferida em todas as colunas; cada uma, em sua época e de sua maneira, abordou o matrimônio, expressando seu ideal sobre o mesmo através das sugestões de vestidos. De alguma maneira, cada autor, em cada período, atribuiu valores para a peça, que também encarna a visão desse ritual.

As mulheres privilegiadas pelas seções pareciam ocupar-se das atividades familiares; eram donas de casa. A referência à mulher trabalhadora era uma exceção e aparece como contraponto à mulher dita elegante. Certamente, tais mulheres habitavam os centros urbanos. Algumas vezes, a revista tentou dar dicas às menos favorecidas para que, mesmo com baixo custo, pudessem vestir-se bem. Delineia-se, portanto, o dever de estar elegante mesmo com pouco dinheiro. As mudanças na sociedade e a troca dos colunistas fizeram com que, ao passar dos anos, o foco do público leitor fosse ampliado; transitou-se das muito ricas para a classe média e, em raros momentos, atingiu-se em menor medida classes mais baixas. Tal fato se deu também pelo aumento da tiragem e circulação do magazine. Apreendemos a preferência por um público leitor de maior poder aquisitivo, dependendo dos modelos sugeridos nas colunas de moda, para cujas ocasiões destinavam-se, e os tecidos dos quais eram feitos. Devemos lembrar que a possibilidade da cópia, sem conotação negativa, estava sempre aberta e era mesmo incentivada pela própria revista. Um exemplo foi o período de distribuição de moldes e a preocupação em desenhar o traje também visto de costas. Algumas vezes, os textos que descreviam as roupas já mencionavam a facilidade de reproduzi-las em casa.

Por fim, a moda vinha sempre acompanhada de termos como: moderna, nova, novidade. A revista, ao reservar um espaço para o tema, pretendia estar de acordo com os quesitos de uma publicação moderna. A moda seria um dos símbolos da modernidade. Contudo, a forma como ela era apresentada reflete muitas opiniões conservadoras, que pareciam estar escondidas sob um verniz de mudança. A posição da mulher não mudara

muito: esperava-se uma boa esposa e boa mãe. A ocupação do espaço público deveria ocorrer pela via do passeio, pela necessidade de abastecer a casa, dificilmente pela trabalhadora fora do lar. Foram intermináveis as discussões sobre o comprimento das saias; perguntava-se se a moda mostrava ou escondia demais o corpo da mulher. Torna-se importante para a discussão a maneira pela qual a roupa moldou o comportamento da mulher, sua imagem naquele momento. O traje parece muitas vezes uma resposta aos desejos da sociedade, e apenas em fins da década de 1940, a fonte afirma que a mulher tinha um papel de escolha sobre o que usar. Muitas vezes, a moda apareceu como uma ditadora implacável das novidades, mas contrabalançada pela idéia de que as mulheres desejavam as mudanças; a variação, portanto, simplesmente responderia a essa necessidade.

As atitudes modernas da mulher, que poderiam expressar-se através da moda, apareciam mais como um discurso. Quando transcendemos a fonte, isso se torna ainda mais claro. Por exemplo: a partir de 1946, os trajes de banho apresentados eram anunciados como a “última novidade”, mas entre eles não estava nenhum biquíni. Havia, neste caso, uma espécie de omissão, uma vez que o biquíni era a última e mais bombástica criação dentre os trajes de banho. Porém, a aceitação geral de tal peça pela sociedade parecia impossível, justamente devido a uma posição conservadora. Então, eram suas leituras mais sutis que acabavam apresentadas como uma novidade aceita por todos.

Um dos pontos mais relevantes da pesquisa foi observar a importância que o fenômeno da moda representou em todos os momentos analisados. Para Thérèse Clemenceau, a importância histórica da moda estava clara. Tal opinião surge, principalmente, no comentário sobre um livro de história do vestuário. A moda ganhou espaço na revista desde suas primeiras edições, e tal espaço ampliou-se ao longo do tempo. Da coluna *Dona* e outras correlatas que estabeleciam algum elo com a moda, como as de cinema, passou-se para um grande número de matérias especiais sobre o tema. Dentre elas, encontravam-se fotografias isoladas de desfiles, apresentações de moda no exterior, matérias que desvendavam o guarda-roupa das atrizes hollywoodianas, a elegância das cantoras de rádio, os concursos de *miss* e as colunas sociais. Além disso, havia reportagens sobre os lançamentos de moda internacionais e, claro, as colunas fixas do tema. Essa diversidade deveu-se tanto às melhorias tecnológicas quanto à ampliação e reforma da revista, feitas na década de 1930, o que possibilitou à mesma um maior alcance. Podemos aferir também que, se tanto espaço era dedicado ao tema, ele provavelmente era considerado importante tanto por quem fazia a revista como por seus leitores.

O trabalho possibilitou a observação dos conceitos de moda dos próprios autores das seções. Pinçando uma opinião pessoal aqui e ali, tratei de esclarecer quais conceitos sobre o tema eram partilhados pelos colunistas nos diferentes períodos. As alterações na silhueta que a mulher vestia expressavam o ideal de beleza de cada época. Vimos o fim da androgenia da década de 1920, que passou para um traje mais romantizado, até a chegada de uma época difícil como a guerra, em que o traje simplificou-se muito. No momento posterior, pretendeu-se resgatar o sonho através de trajes glamorosos e sonhadores.

Em todos os momentos, podemos perceber o papel que a história desempenhou para a moda e vice e versa. A fonte trazia constantes referências a elementos do passado, que voltavam à moda, com a finalidade de se aproximar de um tempo que já se foi e que acabava sendo retomado de maneira idealizada. Surgiam críticas semelhantes às atuais; afirmava-se que nada de novo era criado, e que havia apenas uma cópia da moda do passado. Tais críticas apareceram já nas colunas analisadas na época de madame Thérèse.

Acredito que este trabalho possa contribuir para a historiografia brasileira na medida em que faz uso de uma fonte que, em períodos recentes, vem sendo explorada de forma mais ampla – a revista *O Cruzeiro*. O trabalho aborda um tema ainda carente dentro dos estudos acadêmicos, que é a história da moda brasileira, estabelecendo suas relações com o exterior e sua expressão na imprensa nacional. Mas, principalmente, pretende-se contribuir para as discussões do objeto entre os historiadores e demais pesquisadores, preocupados com as transformações sócio-culturais, das quais a moda é um espelho inevitável.

BIBLIOGRAFIA

ARENDDT, Hanna. **A vida do espírito.** O pensar. O querer. O julgar. V. 1- O pensar. Rio de Janeiro: UFRJ, 1992.

ARIÈS, Philippe. **História social da criança e da família.** 2.ed. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.

ARNOLD, Rebecca. Visual americano: as fotografias de moda de Louise Dahl-Wolfe dos anos 1930 e 1940. **Fashion Theory**, São Paulo, v.1, n. 3, p. 45-60, set. 2002.

BAUDELAIRE, Charles. **Sobre a modernidade:** o pintor da vida moderna. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

BAUDOT, François. **Moda do século.** São Paulo: Cosac Naify, 2002.

BAUDOT, François. **Moda y Surrealismo.** Madrid: H. Kliczowski, 2002.

BERGSON, Henri. **Matéria e memória.** Ensaio sobre a relação do corpo com o espírito. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar:** a aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

BONADIO, Maria Cláudia. **O fio sintético é um show! :** moda, política e publicidade. Tese (Doutorado em História). Universidade Estadual de Campinas, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença:** contribuição para uma economia dos bens simbólicos. Porto Alegre: Zouk, 2006.

BURKE, Peter. **A Escola dos Annales (1929-1989):** a Revolução Francesa da historiografia. São Paulo: UNESP, 1997.

BURKE, Peter. **O que é história cultural?** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BURKE, Peter. **Testemunha ocular: história e imagem.** São Paulo: EDUSC, 2004.

BURKE. **A fabricação do rei:** a construção da imagem de Luís XIV. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

CALANCA, Daniela. **História social da moda.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

CALLAN, Georgiana O'Hara. **Enciclopédia da moda.** São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

CARDOSO, C. F.; VAINFAS, R. (org.) **Domínios da história: ensaios de teoria e metodologia**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

CARVALHO, José Murilo de. **A formação das almas: o imaginário da República do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CARVALHO, Liliane F. Discursos sobre o feminino: Moda e mulheres do século XIX sob os olhares de Baudelaire e Feydeau. **ModaPalavra**, UDESC, vol. 3, n.3. Florianópolis, 2004.

CASTRO, Ruy. **Carmem**. Companhia das Letras: São Paulo.

CERTEAU, Michel de. **A escrita da história**. Rio de Janeiro, Forense, 1987.

CIAMPA, A. Costa. **A estória de Severino e a história de Severina**. São Paulo, Brasiliense, 1987.

COCCIOLO, Laura; SALA, David. **Storia illustrata della moda e del costume**. Verona: Demetra, 2001.

CRAINE, Daiane. **A moda e seu papel social**. Classe, Gênero e Identidade das roupas. São Paulo: Senac, 2006.

CROCI, Paula; VITALE, Alejandra. (compiladoras) **Los cuerpos dóciles**. Hacia un tratado sobre la moda. Ed.: La Marca, Buenos Aires, 2000. p. 18-20.

DAOU, Ana Maria. **A belle époque amazônica**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

DEL PRIORE, Mary. (org.) **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

DESCARTES, René. **As paixões da alma**. São Paulo: Escala, 2005. 141 p.

ECO, Umberto; LIVOLSI, Marino e SIGURTA, Renato. **Psicologia do vestir**. Lisboa: Assírio e Alvim, 1989.

ELIAS, Norbert. **A sociedade de corte: investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

ELIAS, Norbert. **O processo civilizador**. Uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

ELMIR, Cláudio Pereira. As armadilhas do jornal: algumas considerações metodológicas para a pesquisa histórica. **Cadernos de Estudos**, n.13, dez. 1995, p.19à 29. Porto Alegre: PGH – UFRGS.

EMBACHER, Airton. **Moda e identidade: a construção de um estilo próprio**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 1999.

ESTEVES, Martha de Abreu. **Meninas perdidas: os populares e o cotidiano do amor no Rio de Janeiro da Belle Époque**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

FREYRE, Gilberto. **Modos de homem & modas de mulher**. 4. ed. Rio de Janeiro: Record, 2002.

GARAVELLO, Maria Elisa de Paula Eduardo. **A Costura Social do Vestuário**. 1991. Tese (Doutorado em Antropologia) Universidade de São Paulo, São Paulo.

GAULTIER, Teófile. **Baudelaire**. São Paulo: Boitempo, 2001.

GERTZ, René Ernaini. O Brasil e o mundo durante o primeiro governo Vargas (1930-1945). In: **Cinema e Segunda Guerra**. Porto Alegre: Ed. da Ufrgs, 1999. p. 249-254.

GINZBURG, Carlo. **Mitos, emblemas e sinais: morfologia e história**. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

GOLDEMBERG, Mirian (org.) **Nu e Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

GOMBRICH, E. H. **História da arte**. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

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

GRASSE, Marie Christine. **Coups de soleil e bikinis**. Milão: Museu Internacional da Perfumaria, 1997.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. As novas doutrinas. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 13 out. 2002. Caderno Mais!

GUMBRECHT, Hans Ulrich. Da boa comida, um elogio necessário. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 02 mar. 2005. Caderno Mais!

GUMBRECHT, Hans Ulrich. **Em 1926: vivendo no limite do tempo**. Rio de Janeiro: Editora Record, 1999.

HADOT, Pierre. **O que é filosofia antiga?** São Paulo: edições Loyola, 1999.

HALBAWCS, Maurice. “Memória coletiva e memória individual” e “Memória coletiva e memória histórica.” **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HEIMANN, Jim Ed. **50's fashion: vintage fashion and beauty ads**. Colônia, Alemanha: Taschen, 2007.

HOBSBAWN, Eric. *A era dos extremos: o breve século XIX: 1914 – 1991*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

HOBSBAWN, Eric; RANGER, Terence. **A Invenção das Tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

INSTITUTO DE LA INDUMENTARIA DE KIOTO. **Moda**: una historia desde el siglo XVIII al siglo XX. Tomo I: siglo XVIII y siglo XIX. Colônia: Taschen, 2006.

JIMENEZ, Marc. **O que é estética?** São Leopoldo: Unisinos, 1999.

JUNIOR, Gonçalo. **Alceu Penna e as garotas do Brasil**. Moda e imprensa 1933 – 1980. São Paulo: CLUQ, 2004.

KÖHLER, Carl. **História do Vestuário**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

LANDIS, Deborah Nadoolman. **Dressed**. A century of Hollywood costume design. Nova York: Collins, 2007.

LANZIOTTI, Maria José Barreras. **Pedagogia da sedução**: os publicitários e os anúncios de automóvel no Brasil dos anos 1953 - 1976. 2002, 301 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social), PUC-RS, Porto Alegre.

LAVER, James. **A roupa e a moda uma história concisa**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LEITÃO, Débora Krischke. **Brasil à moda da casa**: imagens da nação na moda brasileira contemporânea. 2007, 271 f.. Tese (Doutorado em Antropologia Social), UFRGS, Porto Alegre.

LESSA, Renato. **Veneno Pirrônico**: ensaios sobre o ceticismo. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1997.

LIMA, Laura Ferrazza de. **Sonho ou ritual de passagem**: o vestido de noiva como um lugar de memória feminino. Trabalho apresentado no XXIII Simpósio Nacional de História da ANPUH na seção Gênero, Corpo e Sexualidade. Orientação do professor Benito B. Shimidt.

LIPOVESTSKY, Gilles. **O luxo eterno**: da idade do sagrado ao tempo das marcas. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das letras, 2003.

LURIE, Alison. **A linguagem das roupas**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

LUSSIER, Suzanne. **Art Deco Fashion**. London: V&A publications, 2003.

MACCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003

MACEDO, Joaquim Manuel de. **Memórias da rua do ouvidor**. Rio de Janeiro: H. Garnier, 1878.

MADIO, Telma Campanha de Carvalho. **A fotografia na imprensa diária paulistana nas primeiras décadas do século XX**: O Estado de S. Paulo. Disponível em: www.scielo.br, acessado em 15/04/2009.

MARRA, Claudio. **Nas sombras de um sonho: história e linguagens da fotografia de moda.** São Paulo: Senac, 2008.

MARTIGNETTE, Charles G; MEISEL, Louis K. **The great american pin-up.** Itália: Taschen, 2002.

MENDES, Valerie e HAYE, Amy de La. **A moda do século XX.** São Paulo: Martins Fontes, 2002;

MORAIS, Fernando. **Chatô: o rei do Brasil, a vida de Assis Chateaubriand.** São Paulo: Companhia das letras, 1994.

MOSER, Paul; MULDER, Dwayne e TROUT, J.D. **A teoria do conhecimento: uma introdução temática.** São Paulo: Martins Fontes, 2004.

MUSEU LUDWIG DE COLÔNIA. **Fotografia do século XX.** Colônia, Alemanha: Taschen, 2005.

NEDELL, Jeffrey. **Belle époque tropical.** Sociedade e cultura de elite no Rio de Janeiro na virada do século. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

NETTO, Accioly. **O império de papel.** Os bastidores de O Cruzeiro. Porto Alegre: Sulina, 1998.

NORA, Pierre. **Les lieux de mémoire.** [Paris]: Gallimard, 1997

PENNA, Gabriela Ordones. **Vamos Garotas!** Alceu Penna: moda, corpo e emancipação feminina (1938-1957). 2007. Dissertação (Mestrado em Moda) Faculdade de Design de Moda, Centro Universitário Senac, Santo Amaro, S. P.

PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres.** São Paulo: Contexto, 2007.

PERROT, Michelle. Práticas da memória feminina. **Revista Brasileira de História.** São Paulo: ANPUH, v.9, n. 18, p. 09-18, ago/set. 1989.

PINSKY, Carla Bassanezi (org.). **Fontes Históricas.** São Paulo: Contexto, 2006. p.111 – 153.

PLATÃO. *Diálogos* : Teeteto, Crátilo. 2. ed. rev. Belém: Universidade Federal do Pará, 2001.

PRECIOSA, Rosane. *Produção Estética.* Notas sobre roupas, sujeitos e modos de vida. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007.

RACINET, Auguste. **Le Costume Historique.** Colônia: Taschen, 2006.

RICOEUR, Paul. Entre o tempo vivido e o tempo universal: o tempo histórico. **Estudos Avançados.** Campinas: Papirus, 1997.

ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências.** Uma história da indumentária (séculos XVII – XVIII). São Paulo: Senac, 2007.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. **A origem da desigualdade entre os homens**. São Paulo: Escala, 2005. 77 p.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Poder e aparência: novas sociabilidades urbanas em Florianópolis entre 1950 – 1970**. 2005. 673 f. Tese (Doutorado em História) – Programa de Pós Graduação em História – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

SEELING, Charlotte. **Moda: o século dos estilistas 1900 – 1999**. Colônia: Ed. Könemann, 1999.

SENNET, Richard. **Autoridade**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SERPA, Leoní. **A máscara da modernidade**. A mulher na revista O Cruzeiro (1928 – 1945). Passo Fundo: UPF, 2003.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas: a moda no século dezenove**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

SPOHR, Rui. **Memórias alinhavadas**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1997.

STEELE, Valerie. **Fetichismo: moda, sexo & poder**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

TASSO, Rossana Dutra. **Mulher, uma questão de identidade: a perspectiva discursiva**. 2006. 240 f. Dissertação (Mestrado em Letras) Instituto de Letras, UFRGS, Porto Alegre.

TEIXEIRA, Sérgio Alves. A camisola do dia e seu divino conteúdo. **Horizontes Antropológicos**, v. 10, n. 22, 2004. p. 299-300.

THOMPSON, Paul. **A voz do passado: História Oral**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

VEILLON, Dominique. **Moda e Guerra: um retrato da França ocupada**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

VOVELLE, Michel. **Imagens e imaginário na história**. São Paulo: Ática, 1997.

WEBER, Caroline. **Rainha da moda: como Maria Antonieta se vestiu para a Revolução**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

WILSON, Elizabeth. **Enfeitada de sonhos – moda e modernidade**. Rio de Janeiro, Edições 70, 1985.

WORSLEY, Harriet. **Um século de moda**. Veneza: Ed. Könemann, 2004.

www.modamanifesto.com

www.universo.wordpress.com