

“As Garotas do Alceu”
Moda, corpo e emancipação feminina

Gabriela Ordones Penna*

* Gabriela Ordones Penna: Bacharel em Publicidade e Propaganda pela PUC-MG. Mestranda em Moda, cultura e Arte pelo Centro Universitário SENAC-SP. Bolsista CAPES.

RESUMO

A moda e o corpo atuaram como importantes meios de comunicação da mulher com a sociedade. O ilustrador Alceu Penna explorou a capacidade de influência e reflexão exercidas por eles, na coluna “As Garotas do Alceu”, despertando um desejo de emancipação, quando não existia espaço para isso. Este trabalho consiste em demonstrar, por meio do estudo de imagens da Coluna, como Penna contribuiu para a construção de uma imagem moderna da mulher, mostrando nos corpos e na moda das “Garotas”, imagens da emancipação feminina. O período a ser estudado é entre as décadas de 1940 e 1960.

Este texto contém reflexões que fazem parte do meu anteprojeto, para a dissertação de mestrado em Moda, Cultura e Arte, no Centro Universitário SENAC-SP, a ser concluída.

Alceu Penna, autor da coluna ‘As Garotas do Alceu’, veiculada na revista O Cruzeiro, trouxe reflexões importantes a respeito da emancipação feminina. O corpo e a moda das “Garotas” serviram de suporte para a transmissão de uma imagem moderna da mulher, algo bem distinto da realidade da época. As décadas de 1940 e 1950 são interessantes para o estudo, pois foram menos propícias ao aparecimento de uma coluna ousada como essa, devido à austeridade do período da Segunda Guerra Mundial e à volta de valores conservadores no pós-guerra.

A moda e o corpo, atuando como um espelho de uma época, revelaram e revelam um imaginário específico, estabelecendo uma comunicação com o mundo em que estão inseridos. A cultura, os costumes, as regras de conduta social, o modo de pensar e agir de uma sociedade podem ser revelados, por meio das roupas e da maneira com que o corpo é tratado, revelado ou escondido: “(...) as mudanças da moda ligam-se a transformações mais vastas e completas, do modo de ser, sentir e pensar de uma sociedade(...)”¹

¹ SOUZA, Gilda de Melo e. O espírito das roupas: a moda no século dezenove. São Paulo, 1987, p. 23

Especialmente para as mulheres, eles atuaram como importantes canais de comunicação com a sociedade, evidenciando posicionamentos e desejos, sendo, muitas vezes, seu único meio de expressão.

Nas décadas de 1920 e 1930, por exemplo, o vestuário e a forma corporal feminina incorporou traços masculinos. As mulheres usavam achatadores de seios e vestidos largos, que não marcavam a cintura. A moda e o corpo revelaram, nessa época, um momento em que a mulher desejava mais liberdade em uma sociedade patriarcal e rígida. Esse desejo foi, em muito, proporcionado pela experiência de trabalho durante a 1ª Guerra Mundial: “Vestir-se como homem (...) tem como objetivo permitir que as mulheres demonstrem que possuem o que até então era visto como qualidades e habilidades masculinas (...)”²

Nesse sentido, a coluna “As Garotas do Alceu”, reflete a capacidade comunicatória do corpo e da moda, assim como a reflexão dos costumes e a cultura de uma sociedade, tornando-se, assim, importante para o cenário feminino.

O Cruzeiro surgiu em 1928, no Rio de Janeiro, propriedade do empresário Assis Chateaubriand, era anunciada como “A revista que acompanha o ritmo da vida moderna”. Foi inicialmente pensada, para ser a publicação líder do império de comunicações do empresário: Os Diários Associados. Seu projeto editorial moderno contava com muitas fotografias e diagramação cuidadosa. Nos anos 1940 e 1950, a revista O Cruzeiro vivia o seu auge. A década de 1950 marca um início de um desenvolvimento maior na industrialização da imprensa brasileira, que se refletiu com mais intensidade nas revistas ³. “No Brasil dos anos 50, a revista O Cruzeiro se destacava como um dos meios de comunicação mais importantes da época: (...) presente nos lares de classe média urbana e lida por toda a família reproduzindo e construindo valores”⁴.

Em 1938 surge a Coluna ilustrada “As Garotas do Alceu” na revista O Cruzeiro. Esta era sempre temática. Em 02 de novembro de 1946, o título era

² BARNARD, Malcom. *Moda e Comunicação*. Rio de Janeiro, 2003, p.201

³ BUITONI, Ducilia Schroeder. *Mulher de papel. A representação da mulher na imprensa feminina brasileira*. São Paulo: Loyola, 1981, p. 84

⁴ BASSANEZI, Carla. URSINI, Bombonato Leslye. *O Cruzeiro e as Garotas* in: *Cadernos Pagu – Fazendo história das mulheres, Núcleo de estudos de gênero*. Campinas, 1995, p. 247

“Garotas em passeios” e, em 18 de setembro de 1943 “Garotas e o beijo”. As ilustrações das “Garotas” vinham sempre acompanhadas de textos bem-humorados, que contou, entre outros, com a contribuição de Millôr Fernandes (pseudônimo Vão Gogo) e Accioly Neto (pseudônimo Lyto).

Sem personagens definidos, a Coluna apresentava, semanalmente, uma diversidade de lindas e ousadas jovens. Tomando como inspiração a mulher, bem como os modismos cariocas, o ilustrador criou um universo de inspiradoras beldades. “Pelas páginas de O Cruzeiro, o país botou na cabeça que, além de metrópole e centro gerador de cultura, hábitos e modismos, o Rio tem também as mulheres mais bonitas”.⁵

A Coluna ilustrada levou milhares de leitores a copiarem a moda, os gestos, penteados e até mesmo a maquiagem das “Garotas”: “(...) elas parecem ter adquirido vida própria. Seus vestidos e penteados foram copiados, suas poses e atitudes chegaram a serem imitadas. Saíram das páginas da revista e foram parar nos “cadernos de recordação”, corte e costura e economia doméstica de algumas meninas ou nos sonhos e expectativas afetivas de certos rapazes. Assim, pode-se dizer que os desenhos de Alceu Penna propagaram modos e modas”⁶.

O Rio de Janeiro tornou-se o principal cenário para as “Garotas”. Na década de 1940, Getúlio Vargas promoveu a indústria nacional, sob seu governo autoritário. O Rio, mais do que nunca se tornava um pólo atrativo para todos aqueles que tentavam “ganhar a vida” com sucesso: “O Rio passa a editar não só as novas modas e comportamentos, mas acima de tudo os sistemas de valores, o modo de vida, a sensibilidade, o estado de espírito e as disposições pulsionais que articulam a modernidade como experiência existencial e íntima”⁷.

Nesse período, uma intensa influência norte-americana é exercida no país. Fruto de uma política de boa-vizinhança, do presidente Truman, com os países Latino-americanos, muitas das nossas figuras, como Carmen Miranda foram

⁵ JUNIOR, Gonçalo. Op cit, p. 14

⁶ BASSANEZI, Carla. URSINI, Bombonato Leslye. Op cit, p. 247

⁷ SEVCENKO, Nicolau. NOVAIS, Fernando. História da vida privada no Brasil: República da Belle Époque a Era do rádio. São Paulo, 1998, p. 522

excursionar em terra *Yankee*, assim como o *star-system* hollywoodiano penetrava no Brasil com intensidade desconhecida.

Com a chegada de Juscelino Kubstichek ao poder, em 1956, instaurou-se uma política desenvolvimentista e de abertura do mercado. O Brasil assistiu então à invasão de indústrias estrangeiras, principalmente a automobilística: “Da simples lâmina de barbear ao mais requintado automóvel, não havia nos anos 50 e 60 bem de consumo que não pretendesse “moderno”, “novo”, “inédito”⁸.

Contrariando o movimento de progresso, a situação da mulher no pós-guerra deu um retrocesso. Ela voltou a ser a rainha do lar. Seu grande destino e contribuição à sociedade eram cuidar da família. O dever de uma moça solteira era cuidar da reputação como moça de família, permanecendo virgem até o matrimônio. As aproximações, os namoros deveriam ser pautados com descrição e cautela: “Além de supostamente comprometer as chances das candidatas à esposa, a prática do flerte por parte das mulheres revelava uma iniciativa feminina na conquista do homem, o que era condenável”⁹. A mulher estaria perfeitamente realizada se tivesse um lar para cuidar, com marido e filhos.

Diante desse quadro, Alceu Penna atribuía contornos a uma figura feminina diferente do modelo, “a rainha do lar”, em sua coluna. As “Garotas” eram mais descoladas e liberais. Embora partilhassem desse mundo, sonhando com um belo casamento, não se prendiam a todas as normas de boa conduta. Eram mais independentes e ousadas.

O ilustrador contribuiu para a formação de uma imagem moderna da mulher, transmitindo, através dos corpos e modas das “Garotas”, imagens da emancipação feminina. “As Garotas do Alceu” prenunciaram, pregaram e difundiram as tendências de liberdade, independência e emancipação da mulher ocidental, às vezes à frente das atitudes mostradas pelo cinema e pela moda. Suas meninas eram, no mínimo, ousadas para os valores morais de seu tempo.”¹⁰

⁸ FIGUEREDO, Anna Cristina Camargo Moraes. Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada –

Publicidade, cultura de consumo e comportamento político no Brasil (1954-1964). São Paulo, 1998, p.31

⁹ BASSANEZI, Carla. Mulheres nos Anos Dourados in: PRIORI, Mary - *História das Mulheres no Brasil*. São Paulo, 1997, p. 614

¹⁰ JUNIOR, Gonçalo. Alceu Penna e as garotas do Brasil, moda e imprensa 1933/1980. São Paulo, 2004, p.12

As ilustrações mostravam as “Garotas” freqüentando bailes de carnaval desacompanhadas e paquerando explicitamente: “Podiam tomar a iniciativa da conquista ou do beijo na boca, cometer pequenas infidelidades, optar por roupas indecentes”¹¹. Não se preocupavam em transmitir “idéias erradas” aos rapazes, através de seus gestos e de sua moda.

A beleza, nesse período, para as mulheres, com todos os recursos da indústria de cosméticos, poderia ser fabricada: “Todas essas mulheres andavam soterradas debaixo de toalhinhas, anáguas, combinações e sutiãs de enchimento e preconceitos.”¹². O corpo da mulher na época era um tabu e não se nutria muita intimidade com ele.

Em contraste com essa realidade, as “Garotas” pareciam estar sempre à vontade com seus corpos. A expressão do corpo dessas meninas era quase como uma conversa íntima, bem à vontade. Os contornos do corpo ficavam à mostra em roupas decotadas. O ousado biquíni, a evolução do “duas-peças”, ganhava espaço, e as “Garotas” o adotaram. “(...) a alemã Miriam Etz (...) 22 anos em 1936 (...) foi a primeira mulher a usar um duas peças no Arpoador, talvez no Brasil”¹³.

“Elas ousavam um pouco em termos de moda gostavam de short, de slac, de maiô, ostentavam rabos de cavalo e podiam até fumar”.¹⁴ Através de seus olhos meigos e sedutores, de seus corpos sensuais e misteriosos, elas correspondiam ativamente às investidas dos rapazinhos: “Suas meninas de olhos expressivos, de gestos delicados e cheios de graça, de cinturas finas, de longos cabelos e de saias rodadas, cujo tecido era informado com duas ou três pinceladas – a gente sabia se era seda ou algodão – eram tão fortes que, me parece, os leitores conviviam com elas como se convive com um ser vivo”¹⁵.

No carnaval, Alceu Penna concebia diversos modelos de fantasias. Ele os concebia para serem copiados. Os bustiês justos, ressaltando o busto farto, saias

¹¹ BASSANEZI, Carla. Op cit, p. 249

¹² SANTOS, Joaquim Ferreira dos. Feliz 1958: o ano que não devia terminar, Rio de Janeiro, 2003, p. 56

¹³ CASTRO, Ruy - Ela é carioca: uma enciclopédia de Ipanema. São Paulo, 1999, p.39

¹⁴ BASSANEZI, Carla. Op cit, p. 248

¹⁵ ANASTÁCIO, Marina - Monografia - Garotas do Alceu: moda feminina brasileira nas páginas de “O Cruzeiro”, entre 1938 e 1958, citação Ziraldo, 2003, p.11

acinturadas e volumosas, mostrando levemente a barriga e o colo do peito. Ilustrou fantasias para os periódicos O Globo Juvenil, O Cruzeiro e A Cigarra.

As “Garotas” contribuíram também para a transformação no conceito de feminilidade. A idéia de que mulher feminina era a que dominava as prendas domésticas e cuidava da casa, transformou-se em mais libertadora, sensual e delicada. Em um texto da coluna se lia: “Quem acaricia as Garotas, aos abraços repetidos aos beijos enfurecidos? O mar.”¹⁶

As “Garotas”, embora se diferenciavam dos padrões femininos de sua época, compartilhavam dos sonhos da grande maioria, como fazer um belo casamento. Essas beldades refletiram a mulher da época, porém se diferenciando pela maneira mais livre com que tratavam seus corpos e a moda. Alceu Penna antecipou uma imagem da mulher moderna, que decide sozinha o que fazer de sua vida, e foi introduzindo aos poucos esses conceitos no imaginário dos leitores.

BIBLIOGRAFIA

ANASTÁCIO, Marina Bruno Santo. **Garotas do Alceu**: moda feminina brasileira nas páginas de “O Cruzeiro” entre 1938 e 1958. Rio de Janeiro, UFRJ, 2003. Originalmente apresentada como monografia ao Departamento de História do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2003.

BARNARD, Malcom. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BASSANEZI, Carla. URSINI, Bombonato Leslye. O Cruzeiro e as Garotas in: **Cadernos Pagu – Fazendo história das mulheres, Núcleo de estudos de gênero**. Campinas, 1995.

BASSANEZI, Carla. Mulheres nos Anos Dourados in: PRIORI, Mary - **História das Mulheres no Brasil**. São Paulo, 1997.

¹⁶ BASSANEZI, Carla. Op cit, p. 249

BITTONI, Dulcília Schroeder. **Mulher de Papel**. São Paulo: Loyola, 1981

CASTRO, Ruy - **Ela é carioca**: uma enciclopédia de Ipanema. São Paulo, 1999

FIGUEREDO, Anna Cristina Camargo Moraes. **Liberdade é uma calça velha, azul e desbotada**: Publicidade, cultura de consumo e comportamento político no Brasil (1954-1964). São Paulo, 1998.

JUNIOR, Gonçalo. **Alceu Penna e as garotas do Brasil**: moda e imprensa 1933/1980. São Paulo: Clube dos Quadrinhos, 2004.

LAVIER, James. **A roupa e a moda**: uma história concisa. São Paulo: Companhia da Letras, 1989.

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

Revista **O CRUZEIRO**. 04/09/1948, n.46.

SANTOS, Joaquim Ferreira dos. **Feliz 1958**: o ano que não devia terminar. Rio de Janeiro: Record, 7ª edição, 2003.

SOUZA, Gilda de Mello. **O espírito das roupas**: a moda no século dezenove. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

SEVCENKO, Nicolau. NOVAIS, Fernando. **História da vida privada no Brasil**: República da Belle Époque a Era do rádio. São Paulo, 1998.

PEREIRA, Simone Luci. **Imprensa e Juventude nos anos 50**. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

