

Moda oficial e alternativa: embate entre culturas femininas nas décadas de 40 e 50.

Official and alternative fashion: shock between female cultures in 40's and 50's.

Jaqueline Moraes de Almeida

Departamento de História da Universidade Estadual de Campinas

jaquelinemoraesalmeida@gmail.com

Resumo

Em que medida as revistas de grande circulação nacional podem revelar aspectos da cultura feminina das décadas de 1940 e 1950? O que mulheres - algumas analfabetas naquele momento - tem a dizer sobre a sua situação durante a “década dourada” brasileira? Ou ainda, podemos falar de outra cultura feminina, mais próxima ao ambiente do trabalho e, portanto, à moda considerada alternativa?

Palavras-chave: Moda; Gênero; Cultura

Abstract

Could the magazines of great national circulation demonstrate aspects of female culture in 40's and 50's? What the women, some of them illiterate, have to say about their situations during the brazilian “golden years”? In other words, could we talk about other female culture, closer to the work environment and, therefore, closer to the “alternative” fashion?

Key words: Fashion; Gender; Culture

Na falta de outras formas de poder, elas usavam símbolos não-verbais como meio de se expressar.

Na segunda metade da década de 1940, logo após o término da Segunda Guerra Mundial, a revista mensal *A Cigarra* – propriedade da editora *O Cruzeiro* – contava com uma tiragem de 105 mil cópias. Levando em

consideração o elevado índice de analfabetismo no Brasil daquele momento¹, o *mensário* pode ser considerado de grande circulação, de modo a favorecer a criação de hábitos, gostos e ideias no âmbito nacional². Apesar de manter o título de “variedades” e apresentar uma série de assuntos, a Revista contava com seções específicas para o público feminino: na década de 1940, o “Suplemento Feminino” e, em grande parte da década de 1950, a seção “A Cigarra Feminina”. Além dessas, as páginas sobre cinema, em especial, dialogavam com os brotos, de forma a explicitar quase em forma de segredo as dicas e conselhos das mais belas atrizes de Hollywood. Lana Turner aconselhava, em 1947, “*para embelezar os cabelos, meia-hora de sol diariamente*”³.

A preocupação com a manutenção e expressão da beleza se fez presente em revistas como *A Cigarra* e *O Cruzeiro*, principalmente durante a “década dourada”. O alívio do término da Guerra somado às pretensões do capitalismo fizeram emergir, com maior intensidade, os diversos tipos de preocupação com o corpo. Denise de Sant’Anna afirma que: “*Antes dos anos 1950, especialmente para as mulheres, o embelezamento nunca implicava intervenções profundas sobre a aparência física. Embelezar-se era um gesto mais extraordinário do que ordinário, típico das ocasiões especiais [...]*”⁴. Com uma linguagem muito pedagógica, as propagandas eram difundidas em jornais e revistas, de modo a apresentar produtos novos e conquistar um imaginário voltado ao consumismo.

¹ Dados da revista *O Cruzeiro* de 15 de fevereiro de 1958 revelaram que 49% da população brasileira com mais de dez anos de idade não sabia ler nem escrever. Disponível em: *O Cruzeiro*, n. 18, fevereiro de 1958.

² Apesar de manter correspondentes e vendedores em várias partes do país, a revista *A Cigarra* era mais divulgada e lida nas capitais do Rio de Janeiro – então atual sede da redação – e de São Paulo.

³ Disponível em: *A Cigarra*, janeiro de 1947, p. 99.

⁴ SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. Brasil: O belo, o esbelto, o sadio. In: FISCHLER, Claude; MASSON, Estelle. *Comer. A alimentação de franceses, outros europeus e americanos*. São Paulo: SENAC, 2010.

Figura 1: Propaganda de cosmético.



Fonte: *A Cigarra*, novembro de 1949.

Assim também a roupa - instrumento e expressão do corpo – mostrou-se de maneira evidente e imponente, ocupando páginas e páginas dos mensários consumidos pelo público feminino. Trajes para lazer – incluindo banho de praia, festas, carnaval, conjuntos básicos para o dia-a-dia, roupas glamourosas para as noites. Em “A Cigarra Feminina”, Alceu Penna - grande artista gráfico e, para alguns, estilista – era o grande expositor das novidades do mundo *fashion*, exportadas em grande parte de Paris, Londres e Estados Unidos. Na década de 50, a linguagem gráfica das *magazines* não se mostrou semelhante àquela da década anterior, em que as fotografias em preto e branco explicitavam mulheres reais trajando conjuntos sóbrios e um tanto quanto simples – principalmente em termos de materiais, como tecidos e acessórios. O fim da Segunda Guerra possibilitou a ascensão do último respiro da Alta Costura e a lembrança, transformada em objeto, da condição feminina do século XIX. Nas palavras de Michelle Perrot:

Quando a guerra acabou, auxiliares e substitutas devolveram o lugar e voltaram àquele lar que lhes pintavam como um ideal e um dever urgente. Longe de serem instrumentos de emancipação, as guerras profundamente conservadoras, recolocam cada sexo em seu lugar,

reiterando as representações mais tradicionais da diferença dos sexos.⁵

O trecho, ainda que curto, levanta uma série de questões a respeito do lugar ocupado pelas mulheres ao final da década de 40 e grande parte da década seguinte. Uma delas, não poderia ser diferente, concentra-se nas dinâmicas e processos localizados no universo do trabalho feminino – trataremos dessa reflexão mais adiante. Dando continuidade ao raciocínio que evoca a moda, o retorno da Alta costura parisiense, através do lançamento, em 1947, do *New Look* de Dior, foi um dos fatores responsáveis pelo retorno de algumas mulheres – a maioria, sem dúvida, pertencentes às classes financeiramente altas – àquela condição estática, semelhante à lembrança que se tem das mulheres do século XIX⁶. Novamente, os movimentos físicos estavam limitados: espartilho, comprimento e volumes das saias, sapatos com salto alto. Para algumas mulheres, como Susan Mary Alsop, esse novo estilo significou a vitória do bom gosto: “*É impossível não exagerar ao falar da beleza do New Look. Estamos salvas. As roupas de bom gosto estão de volta!*”⁷.

Em compensação, algumas mulheres se manifestaram claramente contra as imposições da então moda oficial vigente. Ao visitar os Estados Unidos, em ocasião do recebimento do prêmio Neiman Marcus (equivalente ao Oscar da Moda), Christian Dior fora vaiado por pessoas ali presentes. Algumas mulheres, trajando saia com comprimento pouco abaixo dos joelhos e terninho, seguravam cartazes com os seguintes dizeres: “*Little-bellow the knee, Club of Chicago*”, “*Women! Join the fight for freedom in manner of dress.*”, “*Mr. Dior, we abhor dresses to the floor.*”⁸.

⁵ PERROT, Michelle. *Mulheres Públicas*. São Paulo: UNESP, 2008.

⁶ Lipovetsky escreve que: “*A exemplo da arte, a Alta Costura lançou-se em um processo de rupturas, de escalada, de mudanças profundas, que a tornaram aparentada, a despeito de sua não linearidade, de suas reviravoltas, de suas ‘voltas atrás’ (o New Look de Dior), à vanguarda.*”. Ver: LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

⁷ Susan Mary Alsop, To Marietta from Paris, 1947. In: BLACKMAN, Cally. *100 anos de moda*. São Paulo: Publifolha, 2011.

⁸ BLACKMAN, Cally. *100 anos de moda*. São Paulo: Publifolha, 2011, p. 178.

Certamente, a aquisição de vestidos importados diretamente das *maisons* de Paris era privilégio de poucos – situação que remete à ideia de relação entre moda e status social, defendida por vários teóricos. Entretanto, enquanto sistema organizado burocraticamente, a Alta Costura oferecia condições favoráveis à divulgação dos modelos idealizados pelos grandes costureiros. E mais, esse sistema “*difundiu em todas as classes o gosto das novidades, fez das frivolidades uma aspiração de massa*”⁹ – nas palavras de Lipovetsky. O caráter hegemônico proposto pela “moda de cem anos”, ao mesmo tempo em que uniformizou indivíduos de diferentes classes e nacionalidades, permitiu que estes se aproximassem de forma participativa do universo *fashion*. Esse entrosamento acabou por questionar as estruturas rígidas da *haute couture*, de forma a possibilitar trocas culturais e afirmações de gostos por meio da moda.

No Brasil não foi diferente. Já em agosto de 1947, *A Cigarra* apresentou, na seção “Suplemento Feminino”, uma série de croquis relacionados à alta moda parisiense. Uma ilustração, em especial, assemelha-se muito à famosa fotografia do *suit bar* (1947) de Dior.

Figura 2: Croquis de Alceu Penna



Fonte: *A Cigarra*, agosto de 1947, p. 102

⁹ LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009, p. 90.

A revista, *O Cruzeiro* – também publicada pela editora O Cruzeiro – contava com um número de tiragens muito superior ao da *A Cigarra*. Em março de 1954, esta se responsabilizava pela divulgação de 48.000 cópias, enquanto aquela, dirigida por Accioly Netto, mantinha uma tiragem de 525.000 exemplares. Além disso, o preço avulso de *O Cruzeiro* era inferior, custando naquele mesmo ano Cr\$ 5,00¹⁰. Alguns nomes, como Alceu Penna e Elza Marzullo, estiveram presentes tanto em uma revista como em outra, de modo a contribuir com as páginas voltadas ao público feminino. *Modelitos* da “última moda”, dicas sobre beleza e elegância, conselhos e preocupações declaradas e sentidas como próprias da condição feminina ocupavam a Revista, aproximando-a do formato de *A Cigarra*.

Mas uma coluna, em especial, chamava a atenção dos brotos da época – segundo os estudos de Gabriela Ordones Penna¹¹ – e também ao pesquisador do tempo presente: “As Garôtas”. Pela organização do sumário, tal coluna, curiosamente, não integrava o núcleo “para as mulheres”; ela estava classificada, sim, na categoria de humorismo. Não pretendemos nos estender ao estudo das “garotas”, pois uma pesquisa já fora desenvolvida sobre esse objeto. Desejamos, antes, indicar a novidade e o espanto introduzidos por Penna e A. Ladino, desenhista e autor dos textos da coluna, respectivamente. O que essa moças, afinal, teriam de incomum? Produzidas em estilo *pin-up* – algumas trajando calças, ao invés de saias -, elas opinavam sobre assuntos públicos, muitas vezes pertencentes ao universo masculino da época: “*Não sou muito catedrática, mas quero ser democrática, haja o barulho que houver, pois segundo diz Maria, nessa tal democracia a gente faz o que quer.*”¹². Segundo Gabriela Penna:

A coluna ao omitir-se dos tradicionais estereótipos femininos abriu espaço para uma nova figura feminina que estava querendo emergir. Esse novo tipo de mulher não era a realidade e precisaria esperar

¹⁰ Em março de 1954, o preço avulso da revista *A Cigarra* era de Cr\$ 7,00. Fonte: Arquivo Público do Estado de São Paulo. Disponível em: <<http://www.arquivoestado.sp.gov.br>>. Data de acesso: maio de 2013.

¹¹ PENNA, Gabriela Ordones. *Vamos Garôtas! Alceu Penna*. São Paulo: SENAC, 2010.

¹² Fonte: *O Cruzeiro*, abril de 1956, pp. 70-1.

para estar em sintonia com os movimentos, a partir dos anos 1960, que procuraram quebrar valores profundamente arraigados (...).

De fato, o final da década de 40 e, principalmente, os anos iniciais da década de 50 pareciam, através da imprensa, experimentar o tempo do conflito – no que diz respeito ao papel e lugar feminino de então. Se Rita Rayworth, por exemplo, incentivara o aparecimento de diversas “Gildas”, autoras como Helena Ferraz e Elza Marzullo tinham a missão de ensinar aos brotos as principais e louváveis características de uma “boa mulher”. A “Cigarra Feminina” de outubro de 1948 publicou uma entrevista, “A mulher que trabalha”¹³, com Noca de Oliveira, do Serviço Higiene:

VI: Agora, uma pergunta mais íntima: que pensa do casamento?

[Resposta]: É a base da moral de um povo e dele não deverá fugir a mulher prudente.

O pequeno trecho ilustra o conflito de uma mulher relativamente emancipada, que trabalha fora do ambiente doméstico, mas que carrega e transmite opiniões de uma cultura feminina ainda voltada à necessidade do matrimônio. No domínio da moda, essa confusão também esteve presente, expressando-se através do vestuário. Conforme vimos anteriormente, a imposição da Alta Costura de Dior, por exemplo, suscitou opiniões positivas e negativas. Para algumas mulheres, o retorno do “traje vitoriano” representara mais do que a quase aniquilação dos movimentos naturais do corpo feminino. A adoção desse tipo de vestimenta significava, de certa maneira, o apagamento das conquistas relacionadas ao segundo sexo. Até que medida, entretanto, essa moda “oficial” ocupou o guarda-roupa e o universo cultural das mulheres da época?

Em 2012, durante o desenvolvimento de uma pesquisa de Iniciação Científica, “Moda nos Anos Dourados: a representação dos costumes femininos através de ‘A Cigarra Feminina’”, elaborei um questionário relacionado aos costumes femininos – de maneira especial, aqueles relacionados à moda - durante os anos 1950. A partir dessas questões, algumas senhoras do interior

¹³ Fonte: *A Cigarra*, outubro de 1948, p. 109.

e da capital de São Paulo foram entrevistadas, em um exercício de memória e fala. Muitas delas, principalmente as que pertenciam a uma classe social menos abastada, não tinham acesso às revistas de grande circulação; também não frequentavam teatros e salas de cinema, por exemplo. As missas e bailes significavam, com frequência, espaços de exposição e sociabilidade; *lugares da moda*, por que não? “*Para cada situação, uma vestimenta*” – exclamava, de forma um tanto quanto saudosa, a maior parte das entrevistadas. Mesmo sem os desenhos de Alceu Penna e os conselhos de beleza e elegância de Elza Marzullo; mesmo sem conhecer o *New Look* de Dior e uma costureira famosa na cidade, elas usavam saias de comprimento longo, cinturas de vespa e estampas da moda.

Para a maior parte das mulheres entrevistadas, as calças não integravam o *look* feminino do período. “*As pessoas faziam comentários maldosos*”, dizia Elda Moraes (Muzambinho – MG) sobre as moças que se apresentavam usando a peça em espaços públicos. Entretanto, e apesar das normativas, várias mulheres, principalmente aquelas pertencentes às classes baixas, enxergavam as calças como uma necessidade do ofício que ocupavam: estavam nas fábricas, estavam nas roças.

Diana Crane, no capítulo “Vestuário feminino como resistência não-verbal: fronteiras simbólicas, vestuário alternativo e espaço público”¹⁴, elabora um interessante estudo sobre o vestuário alternativo de francesas, inglesas e norte americanas, nos séculos XIX e XX. Através de leis, romances, relatos, pinturas e fotografias, Crane recupera culturas silenciadas pelas estruturas de poder, indicando objetos (no âmbito do vestuário: gravatas, paletós, chapéus, calças) e comportamentos (relacionados ao lazer e ao trabalho, por exemplo) que colaboraram de alguma maneira no processo de emancipação feminina. A importância do vestuário, agente “não-verbal” no processo de mudança sociocultural, é evidente para a autora:

¹⁴ CRANE, Diana. *A moda e seu papel social*. São Paulo: SENAC, 2006.

A comunicação não-verbal que envolve a inversão simbólica desempenha um papel importante, afetando as pessoas tanto consciente quanto inconscientemente. Ao acrescentar novos itens para formar um traje completo e assim atrair um número cada vez maior de mulheres, o estilo alternativo do século XIX foi um importante elemento gerador de mudanças de atitude que constituíram os pré-requisitos essenciais para mudanças estruturais.¹⁵

Figura 3: Versão caseira do traje bloomer (EUA, 1862-1867).¹⁶



A fotografia acima ilustra uma adaptação do estilo *bloomer*¹⁷. A presença da calça masculina não anula totalmente as características da boa vestimenta feminina oitocentista, conforme podemos observar. Se a saia funcionava como garantia da feminilidade, as *pants* auxiliavam os movimentos físicos, possibilitando outras formas de trabalho e... de lazer. As atividades relacionadas ao esporte e à diversão também possibilitaram – assim como as

¹⁵ Idem, *Ibidem*, p. 268.

¹⁶ Idem, p. 231.

¹⁷ “A primeira e mais conhecida proposta de reforma de vestuário foi também a mais notória – o traje apresentado por Amelia Bloomer nos Estados Unidos, na década de 1850 -, pois subvertia a diferença entre os gêneros. Esse traje consistia em uma saia curta por sobre uma calça turca volumosa. Bloomer, militante feminista, e algumas de suas companheiras de luta usavam-no por ser ‘confortável, prático, seguro e bem-arrumado – sem intenção de lançar moda’”. Ver: CRANE, Diana. *A moda e seu papel social*. São Paulo: SENAC, 2006, p. 228.

atividades laboriosas foram para as classes inferiores - a emergência de novos comportamentos socioculturais e, portanto, maior diminuição das fronteiras entre gêneros. As diversas categorias esportivas e, mais tarde, a obrigatoriedade da Educação Física nas escolas possibilitaram às mulheres certa apropriação de práticas anteriormente pertencentes ao domínio dos homens, ou seja, identificadas com a masculinidade.

Como o século XX se apropria dessas “brechas” e conquistas, legitimando-as? De que maneira as culturas periféricas convivem com as normatizações transmitidas, muitas vezes, por meio da imprensa e da própria moda? E no Brasil, quais foram as demonstrações da resistência não-verbal? Pensando nas leitoras de *A Cigarra*, muitas pertencentes às classes médias e altas; em algumas daquelas senhoras entrevistadas, que usavam calças para trabalhar no campo; e, por fim, nos estudos desenvolvidos por Crane, a ideia de uma cultura feminina, no singular, deve ser questionada e problematizada. A própria imprensa, responsável pela “educação doméstica” das moças, oferece exemplos contraditórios, de mulheres emancipadas – trabalhadoras, politizadas, pertencentes a um universo intelectual, donas de si. Aquelas reflexões, propostas no início do parágrafo, incitam a continuação dessa pesquisa de mestrado, que tem as mulheres, vestidas ou não à moda Dior, como principais protagonistas.

Referências bibliográficas:

BLACKMAN, Cally. *100 anos de moda*. São Paulo: Publifolha, 2011.

CRANE, Diana. *A moda e seu papel social*. São Paulo: SENAC, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

PENNA, Gabriela Ordones. *Vamos Garôtas! Alceu Penna*. São Paulo: SENAC, 2010.

PERROT, Michelle. *Mulheres Públicas*. São Paulo: UNESP, 2008.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. Brasil: O belo, o esbelto, o sadio. *In*: FISCHLER, Claude; MASSON, Estelle. *Comer*. A alimentação de franceses, outros europeus e americanos. São Paulo: SENAC, 2010.

Fontes:

A Cigarra, edições O Cruzeiro, 1947, 1948, 1950, 1954, 1955.

Acervo do Arquivo Público do Estado de São Paulo.

O Cruzeiro, edições O Cruzeiro, 1954, 1956, 1958.

Acervo Pessoal.