

---

# ALCEU PENNA E A CONSTRUÇÃO DE UM ESTILO BRASILEIRO: MODAS E FIGURINOS\*

*Maria Claudia Bonadio*

*Maria Eduarda Araujo Guimarães*

*Centro Universitário Senac – Brasil*

**Resumo:** Neste estudo, observamos a importância do trabalho do artista gráfico Alceu Penna (1915-1980), através da análise de reportagens, ilustrações e textos por ele criados para a seção de moda da revista O Cruzeiro, entre 1934-1947, e de sua provável colaboração nos figurinos de Carmen Miranda. Notamos como, ao apresentar de forma muitas vezes crítica as últimas novidades da moda internacional e esboçar – a partir da criação de fantasias para o carnaval – uma “visualidade brasileira”, demonstra preocupação com a “criação” de um estilo brasileiro na moda, calcado nos ideais identitários propostos pelo Estado Novo. Consideramos, ainda, como sua experiência em olhar o Brasil a partir dos Estados Unidos e das imagens de “brasilidade” propostas por Hollywood são relevantes nesse processo.

**Palavras-chave:** Alceu Penna, estilo, identidade, moda.

**Abstract:** In this study we observed the important work of graphic artist Alceu Penna (1915-1980) through analysis of reports, illustrations and texts created by him for the section of the fashion magazine O Cruzeiro between 1939-1947, and its probable collaboration in the development of costumes for Carmen Miranda, noting how, in presenting so many critical times, the latest international fashion and draw from the creation of costumes for the Carnival, a “Brazilian visuality” demonstrates concern for the “creation” of a Brazilian style in fashion identity based on ideas proposed by the Estado Novo. Noticed yet, as his experience in looking at Brazil from the United States and the images of “Brazil” proposed by Hollywood are relevant in this process.

**Keywords:** Alceu Penna, fashion, identity, style.

---

\* Agradecemos a Gabriela Ordones Penna e Bruna Martins Pinto pela colaboração no trabalho de pesquisa sobre Alceu Penna.

## Alceu Penna e as imagens do Brasil

*Sei – por informações e pesquisas – da importância de J. Carlos para sua época, com seus almofadinhas e suas melindrosas; conheci o trabalho de Péricles, com o seu Amigo da Onça, mas estou seguro de que, nem um nem outro, conseguiu com seu desenho agir sobre o modo de ser do brasileiro, determinar maneiras de comportamento, de sentir, de escolher, de vestir. Em suma: criar uma moda brasileira.*

Ziraldo

Nascido em Curvelo (MG), Alceu de Paula Penna (1915-1980), aos 17 anos, mudou-se para o Rio de Janeiro para cursar arquitetura na Escola de Belas Artes e passou a visitar jornais e revistas visando a divulgar e vender seus desenhos. Em pouco tempo, passou a criar ilustrações para várias publicações, dentre as quais o suplemento infantil de *O Jornal* (1919-1974) e *O Globo Juvenil* (1937-1954). Ainda nos anos 1930, começou também a criar capas e ilustrações para *O Cruzeiro* (1928-1975).

Ao longo de sua carreira, atuou em diversas áreas de moda, figurino e *design*: 1) elaborou ilustrações para capas de revistas (*O Cruzeiro*, *A Cigarra* e *Tricô Crochê*), quadrinhos, livros, capas de discos infantis (série Disquinho, dirigida por Braguinha), embalagens e publicidade (Cigarros Souza Cruz, Melhoral, Biotônico Fontoura, entre outros); 2) criou cenários e figurinos para *shows*, cassinos, teatro, cinema e televisão; 3) desenhou fantasias para escola de samba; estamparia para a indústria têxtil e coleções de moda (Rhodia e Ducal). Por isso, pode ser considerado um artista gráfico versátil.

Seu trabalho mais conhecido e que lhe traria maior visibilidade é a seção “Garotas”, coluna impressa em cores que, entre 1938-1964, ocupou espaço de destaque nas edições semanais da revista *O Cruzeiro* e que “apresentava semanalmente, uma diversidade de ousadas jovens, acompanhadas de textos bem-humorados” (Penna, 2007, f. 24).

Anunciadas como “[...] a expressão da vida moderna, [...] inquietas e endiabradas” (Netto, 1998, p. 25), as “Garotas” eram desenhadas com traços que ficavam entre o sensual e o lúdico, vestidas sempre na última moda e desfrutando das praias, bailes, cinema, enfim, do melhor que a vida social do Rio de Janeiro podia oferecer. Durante 26 anos, povoaram as páginas de

*O Cruzeiro* e também o imaginário de moças e rapazes, pois despertavam a fantasia juvenil masculina, ao mesmo tempo em que funcionavam como modelo de moda e beleza para as mocinhas.

Dada a sua longevidade e o crescente número de estudos acadêmicos, memórias e exposições que abordam o tema,<sup>1</sup> a seção pode ser considerada uma das mais populares da revista, chegando até a ganhar, em 1943, uma versão para o rádio, transmitida pela Rádio Tupi do Rio de Janeiro, toda sexta-feira, às 19h30min.

Diversos estudos concordam sobre a importância de *O Cruzeiro* para a difusão de “imagens do Brasil”, especialmente durante o período que atingiu os maiores índices de vendagem, entre os anos 1940-1950 (Des Hons, 1985; Martis, 2007). Também existem trabalhos – como os de Penna (2007) e Bassanezi; Ursini (1995) – que analisam a importância da seção “Garotas” como forma de difusão de modas e comportamentos femininos (muitas vezes avançados para a época). Neste artigo, observamos como a coluna e as outras colaborações de Alceu Penna para a revista – como a seção de moda e as reportagens internacionais – refletiam e reproduziam, através de texto e representação das modas e da cultura das aparências, alguns importantes ideais que permeavam as ações político-culturais do Estado Novo, a saber: as “formulações sobre o que somos” (Lustosa, 1995, p. 22) e a consequente colaboração para a formação de uma visualidade, ou seja, “uma série de discursos e práticas que constituem distintas formas de experiência visual em circunstâncias históricas específicas” (Chaney, 2000 apud Menezes, 2003, p. 31, tradução nossa)<sup>2</sup> representativa da identidade nacional.

---

<sup>1</sup> Desde o início dos anos 1990 foram produzidos dois mestrados e dois artigos sobre a coluna, respectivamente: Joffily (2002), Penna (2007), Bassanezi; Ursini (1995) e Fernandes (2008). A seção é lembrada também em dois livros de memórias editados nos últimos cinco anos: *Feliz 1958: o ano que não devia terminar* (Santos, 2003) e *O mundo não acabou* (Villas, 2006). Também nos últimos cinco anos, as “Garotas” foram tema principal de uma exposição (*As Garotas do Alceu*, Museu de Arte da Pampulha, Belo Horizonte, 18 de abril a 1º de maio de 2005) e foram lembradas pelas exposições *Traço e imprensa: as artes gráficas, a ilustração e a caricatura no Brasil* (MAB/Faap, São Paulo, 25 de maio a 29 de junho de 2003) e *O Brasil na ponta do lápis: Alceu Penna, modas e figurinos* (Centro Universitário Senac, Campus Santo Amaro, São Paulo, 9 a 26 de maio de 2007), esta última elaborada a partir de pesquisa realizada por Maria Claudia Bonadio e Gabriela Ordones Penna.

<sup>2</sup> No original: “a set of discourses and practices constituting distinctive forms of visual experience in historically specific circumstances”.

Notamos também que sua viagem aos Estados Unidos entre 1939-1941 (que coincide com a participação do Brasil na Feira Mundial de Nova Iorque e o sucesso ascendente de sua amiga Carmen Miranda), distanciando-o do Brasil e colocando-o em contato direto com um país que começava a ser visto como “modelo de desenvolvimento” econômico e cultural pelos brasileiros e que, naquele período, já possuía uma indústria da moda desenvolvida, provavelmente o levou, como haviam feito os artistas plásticos modernistas nos anos 1920, a questionar-se “sobre como tornar compatível sua experiência internacional com as tarefas que lhes apresentavam sociedades em pleno desenvolvimento” (García Canclini, 2006, p. 78). Esse contato mais próximo com a moda internacional impulsiona o ilustrador a observar as particularidades de nossa “comunidade imaginada” (Anderson, 1983, p. 16-23) e, a partir da colagem desses elementos com a moda internacional, iniciar, através de suas colaborações para *O Cruzeiro*, a definição, em texto e imagem, das primeiras linhas de uma visualidade, que viria a permear e a caracterizar o que, a partir dos anos 1960, convencionou-se chamar moda brasileira,<sup>3</sup> observando até que ponto essa identidade nacional projetada na moda está conectada com as “tradições inventadas” pelo Estado Novo.

Observamos, ainda, como a concepção de brasilidade presente no trabalho do ilustrador é elaborada a partir do questionamento das imagens de Brasil propagadas pelo cinema e pelas modas norte-americanas, ao mesmo tempo em que alimenta e é alimentada por tais representações.

## O Estado Novo e o desenho de um novo Brasil

Entre as mudanças ocorridas no período dos anos 1930 em vários aspectos da vida nacional, aquelas referentes ao campo da cultura serão das mais

---

<sup>3</sup> Referimo-nos aqui aos elementos visuais que caracterizaram as promoções (desfiles, publicitárias e campanhas publicitárias) promovidas pela Rhodia Têxtil nos anos 1960 para a popularização dos filamentos sintéticos no país. Cenários, estampas, locações e personagens ligados às artes e à brasilidade calcada no nacional-popular eram utilizados por tais promoções a fim de agregar valor aos produtos e marcas têxteis da Rhodia, cujas coleções, em sua maioria, eram criadas por Alceu Penna. Em razão de sua abrangência, duração, impacto econômico e relevância, tais promoções podem ser consideradas um marco do início da organização do campo da moda no país. Sobre esse tema, ver Bonadio (2005). A produção de Zuzu Angel nos anos 1960, também utilizava com grande frequência temas (baianas, cangaço, etc.) e materiais que faziam alusão à brasilidade; sobre isso, ver Andrade (2006).

notáveis e, talvez, as que tiveram uma magnitude nunca mais igualada, pois buscaram criar uma identidade nacional que até aquele momento permanecia indefinida.

As transformações iniciadas com o fim da República Velha, marcado pela ascensão de Getúlio Vargas ao poder, no movimento que ficou conhecido como a Revolução de 1930, não foi, segundo Antonio Candido (1984, p. 26-27),

um começo absoluto nem uma causa primeira e mecânica, porque na história não há dessas coisas. Mas foi um eixo e um catalisador: um eixo em torno do qual girou de certo modo a cultura brasileira, catalisando elementos dispersos para dispô-los numa configuração nova. Nesse sentido foi um marco histórico, daqueles que fazem sentir vivamente que houve um “antes”, diferente de um “depois”.

O projeto político de Getúlio Vargas implicava, fundamentalmente, a centralização do poder, o qual, durante o período da República Velha, estava fragmentado no poder das províncias mais importantes: São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. Para tanto, era necessário que os brasileiros se identificassem com a nação como um todo.

As propostas para uma cultura brasileira que surgiram na década anterior, com o Movimento Modernista, encontrariam sua consolidação sob o regime getulista. Em sua primeira fase, o Movimento Modernista tinha uma preocupação maior do ponto de vista estético, buscando, ao mesmo tempo, criar uma ruptura com o modelo europeu até então vigente e encontrar uma originalidade na cultura brasileira. Segundo Antonio Candido (2000, p. 121) o movimento em sua fase inicial teve como objetivo o

desrecalque localista; assimilação da vanguarda européia. Sublinhemos também o nacionalismo acentuado desta geração renovadora, que deixa de lado o patriotismo ornamental de Bilac, Coelho Neto ou Rui Barbosa, para amar com veemência o exótico descoberto no próprio país pela sua curiosidade liberta das injunções acadêmicas. Um certo número de escritores se aplica a mostrar como somos diferentes da Europa e como, por isso, devemos ver e exprimir diversamente as coisas.

A segunda fase desse movimento, iniciada nos anos 1930, reflete um processo de politização e passa a

preocupar-se mais diretamente com os problemas sociais e produz ensaios históricos e sociológicos, o romance de denúncia, a poesia militante e de combate. Não se trata mais, nesse instante, de “ajustar” o quadro social do país a uma realidade mais moderna; trata-se de reformar ou revolucionar essa realidade, de modificá-la profundamente para além (ou para alguém) da proposição burguesa: os escritores e intelectuais esquerdistas mostram a figura do proletário (o Jubiabá, por exemplo) e do camponês (Vidas Secas) instado contra as estruturas que os mantêm em estado de sub-humanidade, por outro lado, o conservadorismo católico, o tradicionalismo de Gilberto Freyre, as teses do integralismo, são maneiras de reagir contra a própria modernização. (Lafetá, 1974, p.18-19).

É a passagem do projeto estético para um projeto que pode ser caracterizado como ideológico e o início da fase moderna nas concepções de cultura no Brasil.

As mudanças políticas iniciadas a partir de 1930, com a revolução liderada por Getúlio Vargas e, posteriormente, com o advento do Estado Novo, em 1937, transformaram de forma radical o nacionalismo brasileiro. A centralização política terá como corolário a centralização do poder simbólico de tal forma que o Estado tomará como sua a responsabilidade de construir a identidade nacional. Além disso, segundo Silvana Goulart (1990, p. 16),

o nacionalismo pressupunha a identificação de todos os membros da sociedade a um destino comum, originado no passado, assim como identificava como nação uma coletividade histórica, um conjunto de valores morais que constituísse um todo orgânico, cujos objetivos se realizavam por meio do Estado: o responsável pela manutenção da ordem moral, o tutor da virtude cívica e da consciência imanente da coletividade. O nacionalismo justificava-se, portanto, na “consciência do atraso”, o que também justificava a defesa do papel predominante do Estado. Ele representava a possibilidade do Brasil superar a distância em relação às nações desenvolvidas pela modernização.

Como forma de exercer esse poder simbólico, o Estado brasileiro atuou em duas frentes. Uma delas é a área da educação, com a criação, em 14 de novembro de 1930, num dos primeiros atos do Governo Provisório, do Ministério da Educação, cuja jurisdição se estende também à saúde pública. A outra, no plano da cultura, é o fomento a estudos e pesquisas que tenham o Brasil e os brasileiros como temas centrais. A inserção do poder público também se deu diretamente na produção cultural, culminando com a criação,

em 1939, do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que atuará como órgão regulador das atividades culturais e de censura a obras literárias, peças teatrais, programas radiofônicos e letras de músicas. O Estado, segundo Ernest Schurmann (1989, p. 34),

a fim de consolidar de forma duradoura o sistema de dominação de classe, acabaria por criar os meios de coerção capazes de impedir que as classes dominadas, revoltadas com a exploração que lhes era imposta, viessem a tomar consciência de sua situação e de suas possibilidades políticas e organizar-se para subverter a ordem estabelecida. Foi através desses meios de coerção que caberia ao Estado, pelo poder emanado da sua soberania, impor o respeito à sua autoridade em relação às normas instituídas. Entre tais meios destacava-se tanto a repressão, de ordem militar e policial, como a persuasão, de ordem ideológica, sendo que, nas primeiras formações sociais da civilização, principalmente no âmbito desta última caberia um papel relevante à cultura em geral e à arte e à música em particular. Foi assim que, instituída ora como essencial, ora como complementar, se passaria a exercer a dominação cultural.

A recuperação que o governo de 1930 vai fazer do passado nacional, buscando garantir a sua legitimação, ocorrerá por meio de vários mecanismos culturais, entre eles a reedição de toda uma literatura sobre o Brasil, desde os primeiros cronistas, e o incentivo à produção de novos estudos sobre o país. Para tanto, será fundamental a relação do Estado com os intelectuais, artífices dessa construção. Esse período é descrito por Carlos Guilherme Mota (1977, p. 27-28) como o “redescobrimento do Brasil”, o qual, no período de 1933 a 1937,

pode ser registrado na sucessão de produções historiográficas posteriores à Revolução de 1930. A Revolução, se não foi suficientemente longe para romper com as formas de organização social, ao menos abalou as linhas de interpretação da realidade brasileira – já arranhadas pela intelectualidade que emergia em 1922, com a Semana de Arte Moderna, de um lado, e a fundação do Partido Comunista, de outro.

O governo de Getúlio Vargas também deu uma grande ênfase à legitimação da cultura popular, de que serão veículos o rádio, a imprensa, o cinema e o teatro.

Ao procurar criar uma imagem de Brasil para que, enfim, os brasileiros pudessem se reconhecer como tais, tendo por elo os elementos de uma cultura

comum, o governo de Getúlio Vargas transforma elementos da cultura popular em cultura nacional.

O samba e o carnaval serão as duas produções culturais mais claramente utilizadas nessa estratégia.

Com o primeiro desfile organizado das escolas de samba, em 1932, inicia-se a sua institucionalização como uma forma privilegiada de representação da cultura nacional (Augras, [s.d.]). Nos anos seguintes, cada vez mais o carnaval passa a ser instrumento consolidador de uma identidade nacional. Reflexo disso é a imposição, pelo DIP, às escolas participantes do desfile oficial do carnaval, de um enredo com temática ligada à cultura brasileira.

O rádio será o grande responsável pela consagração do samba como a música representante da “brasildade” e, entre o grande número de estações que havia no período, cumpre destacar o papel fundamental da Rádio Nacional do Rio de Janeiro e seu *casting*, formado pelos maiores nomes da música brasileira do período.<sup>4</sup>

Outros veículos também são incorporados na tarefa de consolidar uma imagem de Brasil, inclusive as revistas, ainda que com uma penetração maior nas camadas médias e altas, nas quais estavam os maiores contingentes de leitores. Entre elas, Maria Celeste Mira (2001, p. 23) destaca a revista *O Cruzeiro*, “criada por Assis Chateaubriand, em 1928, como parte da campanha que levou Getúlio Vargas ao poder”.

As revistas serão o meio de divulgação dos astros e estrelas da música. Entre estas, a que melhor incorpora a imagem de Brasil desenhada ao longo do período é Carmen Miranda.

Carmen, com sua roupa de baiana estilizada e seus turbantes, referências aos trópicos, foi a imagem que se juntou ao som do samba para criar uma representação ainda hoje imediatamente associada à identidade nacional brasileira.

O carnaval e o samba se transformam na representação da alma do Brasil e, portanto, da identidade nacional. Não por outra razão, será nos desenhos de fantasias de carnaval que Alceu Penna irá, de maneira mais efetiva, criar uma imagem de Brasil no universo da moda.

---

<sup>4</sup> Sobre a Rádio Nacional, ver Saroldi e Moreira (1984).



## Esboçando um estilo “brasileiro”

No Brasil das décadas de 1930 e 1940, a questão da moda nacional ainda não se colocava, inclusive porque as indústrias têxteis e de confecção – que a partir dos anos 1960 funcionariam como motores para o desenvolvimento desse campo<sup>5</sup> –, apesar de já terem alcançado desde os anos 1920 nivelamento técnico em relação às europeias e às americanas, “no sentido de capacitarem-se para a produção de tecidos concorrentes, o que supõe a produção de bens equivalentes com preço competitivo” (Neira, 2008), eram gerenciadas por empresários que estavam mais preocupados em garantir junto ao governo a criação de medidas protecionistas (como barreiras alfandegárias, por exemplo) do que em buscar na elaboração de uma moda de expressão nacional (Marinho, 2002). Além disso, as elites consumidoras de moda e formadoras de opinião ainda consideravam que ser elegante era vestir-se nos moldes da alta costura parisiense e, nas camadas médias da população, as linhas ditadas por Paris dividiam espaço com a moda propagada pelas atrizes do cinema americano.

Por esse motivo, a maioria das seções de moda veiculadas nas revistas nacionais nos anos 1940 atinham-se a apresentar e descrever (na maioria das vezes sem comentários adicionais) as novidades da moda internacional. Alceu Penna, entretanto irá além e, abrirá pouco a pouco algumas brechas para a discussão e proposição de um estilo brasileiro, tanto através da seção de modas como da proposição de fantasias para o carnaval.

### *Fantasias para carnaval, moda e brasilidade*

Em 14 de fevereiro de 1934, são veiculadas na revista *O Cruzeiro* as primeiras fantasias de carnaval elaborados pelo artista gráfico. Em duas páginas coloridas, aparecem arlequins, colombinas, seres da natureza e trajes históricos e uma fantasia composta por camiseta listrada, turbante, colares e pulseiras, pano da costa, e saia com estampa de pandeiro, notas musicais e violão, que parece fazer ao mesmo tempo alusão à baiana e ao malandro, dois tipos que naquele período ainda gozavam de certa marginalidade mas que, ao se fundirem numa imagem híbrida, são suavizados, numa curiosa antecipação

---

<sup>5</sup> Sobre esse processo, ver Bonadio (2005, esp. cap. 1), Durand (1987) e Castro, Camargo e Ramos (2008).

de processos que ocorreriam um pouco mais adiante tanto em relação à baiana – que ganha popularidade entre as elegantes cariocas, ao menos enquanto fantasia para carnaval a partir do sucesso do figurino de Carmen Miranda em *Banana da terra* (1939) e especialmente após seu sucesso nos Estados Unidos (Garcia, 2005) – como ao malandro, cujo vestuário a partir dos anos 1940 “adquire um sentido positivo, sem deixar de insinuar uma certa marginalidade consentida pela sociedade” (Rocha, 2006, p. 141).

Nos anos que se seguem baianas estilizadas, cujos balangandãs (figas, chaves, frutos, etc.) eram substituídos por colares e pulseiras de contas coloridas e com pano da costa amarrado na cintura, voltam a aparecer entre as fantasias criadas pelo ilustrador divulgadas na revista, e é também com uma baiana estilizada que Alceu é condecorado com o primeiro lugar na categoria Baile no concurso de fantasias para carnaval promovido pela Associação de Artistas Brasileiros e patrocinado pela Comissão de Turismo da Cidade do Rio de Janeiro em 1936.<sup>6</sup>

Até 1939, dentre as fantasias de carnaval elaboradas por Alceu Penna para a revista *O Cruzeiro*, predominam aquelas inspiradas na história, nas profissões e nos trajes típicos de países estrangeiros e nos personagens do carnaval veneziano; além da já citada baiana, apenas dois tipos fazem referência ao Brasil, o gaúcho “como querem que seja nos estúdios de Hollywood” (22 de fevereiro de 1936, p. 35), e o Caramuru (14 de fevereiro de 1939, p. 33). Após a temporada nos Estados Unidos, ainda ampliam-se a proposição de fantasias cujos nomes, cores, motivos e formas fazem alusão a elementos característicos de nossa “comunidade imaginada”, particularmente àqueles explorados pelas políticas culturais do Estado Novo, e em especial a cultura popular.

É possível aventar que a distância da terra natal e a observação do grande sucesso de Carmen Miranda no exterior tenham lhe aguçado o olhar sobre o Brasil e inspirado novas criações. Assim, ainda que dentre os temas nacionais as baianas estilizadas continuem sendo o tema mais frequente, a partir de 1942 (e até o fim de suas colaborações na revista, em 1964), fantasias

---

<sup>6</sup> Segundo Gonçalo Júnior (2004), a primeira participação de Alceu Penna no concurso de fantasias para carnaval promovido pelo Departamento de Turismo da Prefeitura do Rio de Janeiro, ocorre em 1935. Na ocasião recebe três prêmios em dinheiro que somados lhe rendem 1.000\$00. Em 1936, além do primeiro lugar no mencionado concurso, recebe ainda outros quatro prêmios.

com nomes Laranja da Bahia, Banana da Terra, Copacabana, Malandrinha e Malandragem, Tico-Tico, e Mulata passam a ser veiculadas na seção.

Alguns dos motivos, explorados de forma original para a época pelo ilustrador em suas criações para o carnaval, tornar-se-iam mais tarde símbolos de brasilidade e seriam utilizados inúmeras vezes pela moda brasileira contemporânea no intuito de delinear um estilo nacional para a moda, como o mandro, o calçadão de Copacabana (cujas linhas sinuosas compunham a saia da fantasia veiculada em 31 de janeiro de 1942, p. 55),<sup>7</sup> o chintz (tecido com estampa de flores em tamanho grande e cores vivas representado na ilustração da fantasia de mulata (3 de janeiro de 1948, p. 95), cuja legenda indicava que o vestido deveria ser confeccionado no tecido mencionado<sup>8</sup>) e a paradigmática baiana estilizada – especialmente através da figura de Carmen Miranda.<sup>9</sup>

As baianas, mesmo já sendo um tema bastante trabalhado por Alceu Penna anteriormente a 1939, ganham nova conotação a partir desse ano, sendo frequentemente utilizadas na seção como símbolo de brasilidade. A primeira representação do traje com esse sentido ocorre em 4 de fevereiro de 1939 (curiosamente, seis dias antes da estreia do filme *Banana da terra*) na seção denominada “O mundo em foco”, na qual, sob um fundo do mapa mundial, aparecem, entre outras, fantasias de chinesa, portuguesa, cubana, indiana, tiroleza, *midinette* (termo hoje obsoleto, que à época denominava as vendedoras de lojas de moda francesas) e uma baiana com barriga de fora (bem ao estilo que seria consagrado por Carmen Miranda), bata branca e turbante colorido enfeitado com bolinhas coloridas, numa evidente referência ao Brasil.

---

<sup>7</sup> O tema seria novamente explorado por Alceu Penna na seção de carnaval em 13 de fevereiro de 1954 (p. 71), e em 1963, quando criou o vestido Calçadas do Rio, inspirado nos desenhos dos mosaicos das calçadas de Copacabana, em branco e preto, bordado em pedrarias, para Vera Lúcia Ferreira Maia (filha da cantora Nora Ney) utilizar no desfile de trajes típicos durante o concurso de Miss Mundo, disputado em Londres no mesmo ano.

<sup>8</sup> As cores e motivos representados por Alceu Penna nessas fantasias se aproximam bastante dos padrões do tecido denominado chitão, que teve sua fabricação iniciada no Brasil dos anos 1950. O nome chitão surgiu em razão da largura do tecido lançado no período pela Fiação e Tecelagem São José, a qual tinha o dobro da metragem comumente ofertada no mercado. Apesar de sugerir à leitora que confeccionasse a peça em chintz, é provável que a inspiração de Alceu fosse na verdade a chita – tecido muito usado desde o século XIX pelas camadas mais baixas da população, inclusive as negras e mulatas que trabalhavam nas ruas do Rio de Janeiro. A opção pelo chintz provavelmente vai de encontro aos anseios do público leitor da revista, formado pelas camadas altas e médias da população, para o qual usar uma fantasia denominada Mulata, confeccionada em tecido tão ordinário, provavelmente era uma quebra demasiada nos padrões de gosto (Imbroisi; Melão, 2004).

<sup>9</sup> Sobre a apropriação desses temas pela moda contemporânea, ver Leitão (2006, esp. cap. 3).

Uso semelhante ocorre numa das primeiras colaborações para a revista *O Cruzeiro* realizada durante a estada de Alceu Penna nos Estados Unidos. A seção “Carnaval nos grandes bailes” (15 de fevereiro de 1941, p. 40) trazia em sua segunda página quatro fantasias como nomes de países ou continentes, denominadas respectivamente África (vestido longo, justo e zebreado), Europa (vestido vermelho estampado com coroas douradas), América (vestido que provavelmente fazia referência aos Estados Unidos, pois era composto por corpete preto e saia nas cores da bandeira desse país) e Brasil, cuja representação gráfica era uma figura de baiana estilizada, com bata branca com mangas em folhos (bem ao estilo proposto pelo figurinista Adrian no filme *Letty Linton* (1932), saia branca rodada, pano da costa amarrado na cintura, turbante com cestinha de frutas, colares e pulseiras. O que se observa é que em 1939 o traje de baiana já era percebido por Alceu Penna como *uma* (dentre outras) representação possível de brasilidade; entretanto, em 1941 a baiana representada na seção, ao ser denominada de Brasil, ganha, pelo menos na percepção do ilustrador, *status* de signo maior de brasilidade (ver Figura 1).



Figura 1. Carnaval nos grandes bailes. *O Cruzeiro*, 15 de fevereiro de 1941, p. 40-41.

Fonte: acervo do jornal *Estado de Minas* (agradecemos a Aníbal Penna pela cessão do direito da imagem).

Apesar de algumas dessas fantasias serem inspiradas em temas oriundos da cultura negra e popular, ao menos nas fantasias que criava para divulgação na revista tais referências eram bastante amenizadas através da estilização; a fantasia Malandrinha (veiculada em 6 de março de 1946, p. 56), por exemplo, era composta por vestido branco com busto enfeitado com listras vermelhas e sapato com o mesmo padrão, que em nada lembrava a marginalidade ou agressividade muitas vezes associada aos malandros, e “vestia” uma moça com rosto de traços suaves e feição meiga. O mesmo acontece na fantasia denominada Malandragem (17 de janeiro de 1947, p. 70), composta por chapéu de palha, calça branca e uma camiseta de listras verdes e brancas com amarração na cintura.

Durante os anos 1940 e também durante toda a atuação de Alceu Penna na revista *O Cruzeiro*, ou seja, entre 1934-1964, as fantasias de baiana serão as sugestões mais frequentes em termos de fantasias para carnaval com inspiração nacional, aparecendo também com assiduidade entre na seção “Garotas” veiculada nessa época do ano e geralmente de forma destacada, ocupando o centro da página. Como na seção para carnaval, tais baianas eram sempre muito estilizadas e apresentavam trajes com linhas e silhuetas sintonizadas com a moda então em vigor (característica presente também nas fantasias de malandro, que muitas vezes apareciam na seção “Garotas”).

A costura entre a moda e as fantasias apresentadas na seção de carnaval será presente durante todo o período de veiculação da seção. Durante os anos 1930, abundam fantasias em vestidos longos com corte em viés, com decotes nos ombros ou nas costas, ombros volumosos bem ao estilo hollywoodiano ou mulheres de cartola e fraques estilizados (em provável referência à Marlene Dietrich, tanto em *Anjo azul* (Der blaue Engel, 1930) como nas roupas que usava no dia a dia). Já no início da década de 1940, Alceu Penna busca na moda norte-americana algumas das principais referências que apresenta na seção através de saias rodadas e bustiês, trazendo da moda europeia apenas os vestidos no estilo camponesa.

Entretanto, da mesma forma que suas criações na seção mostram muitas vezes uma forte conexão com a moda internacional, em outras apresenta também muitas fantasias com saias muito curtas (acima dos joelhos), que parecem ser completamente desconectadas dos estilos da moda internacional então em vigor. O que parece reforçar ainda mais a ideia de que o ilustrador se utiliza da liberdade de criação desvinculada do compromisso de divulgar as modas

internacionais, para esboçar, ainda nos anos iniciais de sua carreira, os primeiros traços de sua atuação como estilista de moda (profissão que só irá exercer com assiduidade nos anos 1960) e, por que não, do delineamento – ainda que de forma inconsciente – de um estilo brasileiro.

### *O Brasil na moda?*

As primeiras colaborações de Alceu Penna para a seção de moda de *O Cruzeiro* foram veiculadas em meados dos anos 1930, porém até 1941 sua atuação na seção será esporádica, pois só a partir do final desse ano é que se tornará responsável por ela, assinando-a semanalmente, até 1964.

A preocupação em evidenciar o nacional através da moda aparece já em uma das primeiras colaborações de Alceu Penna para a seção de moda da revista *O Cruzeiro*, denominada “Verão em Catalina”. Veiculada em 16 de novembro de 1940, trazia ilustrações apresentando maiôs e roupas de verão usados nas praias daquela ilha californiana. No texto, o ilustrador esclarece que tais desenhos foram realizados como forma de apaziguar a saudade das morenas cariocas. Ou seja, a primeira “inspiração” por ele encontrada para a seção de moda não foram os modelos desfilados no verão americano, mas a saudade das praias e morenas do Rio.

Vale destacar que, em função da Segunda Guerra Mundial, entre 1939 e 1945, Paris viu-se isolada dos principais mercados consumidores da moda. Os Estados Unidos que, desde a década de 1920, vinham ganhando espaço no cenário internacional em razão do sucesso dos figurinos cinematográficos, consolidam-se como polo de moda, especialmente no que diz respeito às roupas “prontas” (Baudot, 2000).<sup>10</sup> Portanto, nos primeiros anos em que Alceu Penna é responsável pela seção de moda, as novidades em termos de vestuário e acessórios apresentadas semanalmente na seção são predominantemente americanas e reproduzem modelos produzidos para as principais “casas de modas” dos Estados Unidos, como Bergdorf, Altman & Co, Saks, Bloomindalle’s, entre outras.

Merece especial atenção, no período aqui estudado, o texto que, escrito pelo próprio ilustrador, acompanhava as imagens. Com muita frequência,

---

<sup>10</sup> Sobre a situação da indústria da moda francesa ao longo da Segunda Guerra, ver Veillon (2004).

Alceu Penna utiliza-o para refletir sobre as especificidades da visualidade nacional na moda e também e se legitimar como agente de difusão de moda internacional no Brasil, através da constante alusão à sua estadia nos Estados Unidos, como por exemplo, em “Chuva ou sol, frio ou calor”, veiculado em 18 de janeiro de 1941, p. 56 (grifo nosso):

Chuva e Sol – Frio e Calor. Variantes do verão carioca em particular, e do brasileiro em geral. Depois de um dia de 40 graus, vindo a chuva, temos uma espécie de inverno vinte e quatro horas depois, com necessidade de toaletes menos estivais. Alceu de volta dos Estados Unidos, compoz estas páginas com idéias para tais variações climatericas.

Essa legitimação como um agente privilegiado na transposição da moda internacional para o Brasil permite-lhe também ampliar aos poucos o espaço para a apresentação de uma moda com características nacionais. Ainda que inicialmente tal preocupação se atenha ao clima, pouco a pouco a utilização de matéria-prima têxtil nacional também vai ganhando espaço, como em 25 de abril de 1942 (p. 57), quando destaca, numa matéria denominada “Algodão”: “Para nós, brasileiros, as modas de algodão, de que somos produtores, desde a planta até o tecido, possuem particular interesse. Vejamos aqui como existem modelos bonitos para todas as horas do dia.”

Tal condição lhe permite produzir uma seção de moda mais opinativa e algumas vezes até crítica à moda internacional, em especial às representações de brasilidade propagadas pela moda americana daquele período, como podemos observar na seção veiculada em 3 de maio de 1942 (p. 41-42), cuidadosamente denominada “South American way”:

As modas sul-americanas estão fazendo sucesso na América do Norte. Nas presentes páginas [...], vemos algumas estylizações recentemente lançadas em Nova York [...]. Em cima, dois chapéus com inspiração gaúcha e mexicana.

[...] Um lindo bolero que a famosa casa de modas de Nova York, Altman, baptizou com o nome de “Pampeiro”, tem inspiração nos pampas gauchos e nas cochillas riograndeneses.

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

[...] dois lindos modelos lançados pela casa “Altman” [...]. O primeiro chama-se “Copacabana”, em velludo, renda negra organza branco. Aliás de Copacabana, só se for o negro e o branco das calçadas...

O outro modelo foi denominado, não se sabe bem por que, também, como sendo “Samba”. É em taffetá listado de branco e vermelho [...].

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

Aqui temos uma trouxinha, “boleadeiras” e um lenço meio cigano. A trouxinha vem das lavadeiras bahianas, as “boleadeiras” dos pampas. Agora o lenço, que se chama “carioca”, deve ter vindo do Rio... Vocês, garotas bonitas, da cidade maravilhosa já viram algo de semelhante, fóra do carnaval?

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

O entusiasmo, entretanto, logo é substituído pela crítica irônica que questiona os porquês da denominação “Samba” ao vestido em tafetá listrado de branco e vermelho e a escolha do nome “Carioca” para o lenço “cigano”, peça que, segundo o ilustrador, só era usada, no Rio, como fantasia carnavalesca.

A imagem de brasilidade, proposta pela moda apresentada nessa matéria, alinha-se à dos filmes hollywoodianos que “ressaltavam a exuberância natural da paisagem e as características da cultura local, principalmente àquelas relacionadas à cultura popular, ou ao folclore” (Garcia, 2005, p. 145), ao mesmo tempo em que transformavam “a América Latina numa unidade indistinta em suas manifestações culturais, pondo-nos todos a usar sombreros mexicanos, a fazer a *siesta* e a dançar algo semelhante à rumba” (Moura, 1984, p. 10).

Essa homogeneização da visualidade, hábitos e culturas latino-americanas proposta pelos Estados Unidos não agradava Alceu Penna e já havia sido criticada por ele em “E o samba?”, texto publicado na revista em 2 de novembro de 1940 (p. 23), logo após o lançamento em Nova Iorque de *Serenata tropical* (Down Argentine way, 1940), primeiro filme hollywoodiano estrelado por Carmen Miranda:

[...] por minha parte, estou decepcionado. Não compreendo mesmo porque, usando uma “estrela” brasileira, a Fox arranhou um argumento passado na



Argentina! Para agradar também nosso vizinhos do Prata? Creio que estamos em face de um legítimo “golpe de estado”, como se diz na deliciosa *gyria guanabarina*. Não vae agradar a ninguém, nem aos brasileiros, por esta razão e por muitas outras, e aos argentinos, que prefeririam naturalmente ver, em lugar de Carmen Miranda, uma cantora *authentic* de tangos. No mais o nosso samba, que todos no Brasil imaginam ser conhecidíssimo agora na América do Norte, é confundido lamentavelmente com música cubana. Vejam só o que diz o anúncio que reproduzimos e que foi estampado em quase todas as revistas e jornais daqui: *The irresistible rhythm of Rhumbes and Conges!* [...] Só resta agora esperar pelo outro filme de Carmen [...], este passado no Rio de Janeiro. Vamos esperar, porque o primeiro “não valeu”.

As críticas revelam que, apesar de nutrir simpatia pela cultura norte-americana – tanto que no período em que permanece nos Estados Unidos a seção “Garotas” é ambientada naquele país e apresenta, sempre sob um ângulo positivo, alguns traços culturais norte-americanos – Alceu Penna via com ressalvas as generalizações elaboradas pelos americanos em relação à América Latina, especialmente em relação à cultura brasileira.

Sua argumentação acerca da primeira aparição de Carmen Miranda no cinema hollywoodiano está em consonância com o espírito que se propagava pelo país no início dos anos 1940, quando o Brasil vive a consolidação das propostas do *getulismo* e o conseqüente “triunfo do nacionalismo” (Lauerhass Jr., 1986). Naquele período, as reações às influências estrangeiras geraram uma série de sambas *ufanistas*, onde se formulavam “fábulas do Brasil pobre, mas alegre, unido, ativo, o paraíso tropical, o Deus brasileiro, tomando por vezes colorações *chauvinistas* e quase *xenófobas*” (Matos, 1982, p. 47).

Exemplo desse nacionalismo é *Quero um samba* (Batista; Gomes, 1943), gravada por Aracy de Almeida, que traduz a clara opção dos autores pelo que é “brasileiro” em contraposição àquilo que é estrangeiro:

Não danço tango,  
Nem *swing* e nem rumba  
Gosto do choro  
Do batuque e da macumba  
Sou brasileira  
Tenho a pele cor de sapoti  
Gosto do samba porque faz  
Meu corpo sacudir

O Brasil idealizado do período, em parte pelo projeto oficial, mas também em parte pela construção ideológica de obras como *Casa-grande e senzala*, de Gilberto Freyre (1933), cuja interpretação do Brasil criou a ideia de “democracia racial”, passou a ser representado por imagens – ainda que longe de representar um Brasil real – que se tornaram parte de um imaginário que o tempo não logrou desfazer em relação ao país, no qual o trinômio samba, carnaval e mulata continua como uma referência que se vincula ao país de forma inescapável.

### Figurinos de “brasilidade”: Alceu Penna e Carmen Miranda

Apesar das críticas à ambientação na Argentina, à ausência do samba no primeiro filme estrelado por Carmen Miranda e à visão estereotipada de Brasil veiculada pela moda norte-americana expressa em *South American way*, Alceu Penna também se deixou seduzir pelo estilo de vida norte americano.

É possível afirmar que nutria grande admiração pela cultura estadunidense. Sua viagem aos Estados Unidos, por exemplo, foi uma iniciativa particular, bancada com o próprio dinheiro, e não um convite de *O Cruzeiro*. O ilustrador tinha como objetivo atuar na imprensa norte-americana e, segundo relato oral de sua irmã Thereza Penna (Rio de Janeiro, janeiro de 2007), é provável que tenha publicado alguns de seus trabalhos na revista *Esquire*. A dificuldade em elaborar textos humorísticos em língua estrangeira teria sido um empecilho à continuidade desse trabalho, porém as barreiras encontradas na atuação junto à imprensa americana teriam sido compensadas pela oportunidade de criar figurinos para as apresentações de *shows* e a participação em filmes da cantora nos Estados Unidos.

Carmen Miranda e Alceu Penna se conheceram por volta de 1935, no Cassino da Urca, mas se aproximaram de fato em 1939, quando ele realizava a cobertura das apresentações da cantora na Feira de Nova Iorque. Segundo Gonçalo Júnior (2004), é nesse período que o ilustrador passa a criar alguns figurinos para a cantora e o Bando da Lua, sendo o responsável pela elaboração do costume de inspiração “cubana”, composto por calça de *smoking*, sapatos e camisas listradas, usado pelo grupo em algumas apresentações no exterior.

Não é possível determinar com precisão quantos e quais figurinos usados pela cantora em seus filmes foram criados por Alceu Penna. Sua colaboração ocorria de maneira informal e nos filmes da cantora não há créditos para

o ilustrador. Destacamos também que o tema, apesar de apontado por Ruy Castro e Gonçalo Júnior, ainda não mereceu uma investigação mais detalhada.<sup>11</sup> O próprio ilustrador deixou poucos registros acerca dessa colaboração, um dos quais no texto de apresentação da série “Carnaval americanizado”, veiculada em 27 de fevereiro de 1960 (p. 48):

Tôda platéia tem seus pecados. A do Scala de Milão vaiou diversas obras-primas da ópera atual. [...] O pecado mais feio da nossa platéia, foi talvez a má acolhida dada a Carmen Miranda na sua primeira visita ao Rio, após seu triunfo em Nova York. Acharam-na americanizada. No jeito, no ritmo, nas roupas. Por algumas dessas roupas, me responsabilizo eu... Gostaria de me responsabilizar por esta falha, se houve. Estilização, é estilização, Carmen não era cantora de folclore, era estilizada [...].

Também a comparação entre croquis criados por Alceu Penna e figurinos usados pela cantora em seus filmes, somada ao cruzamento de informações veiculadas nas biografias citadas e à investigação de reportagens sobre Carmen Miranda na revista *O Cruzeiro*, permitem apontar a existência de pelo menos dois figurinos provavelmente criados pelo ilustrador para ela: o que foi usado na cena do Cassino Madrilêno em *Aconteceu em Havana* (Week-end in Havana, 1941) e o da cena de abertura de *Entre e loura e a morena* (The gang's all here, 1943).

A evidência sobre a criação do figurino para *Week-end in Havana* aparece numa breve reportagem denominada “Conchita”,<sup>12</sup> publicada em *O Cruzeiro* em 28 de junho de 1941; nessa ocasião, Accioly Neto, então diretor-chefe da revista e amigo de Alceu, sob o pseudônimo Marius Swenderson, escreve:

Carmen Miranda, depois de terminar seu segundo filme, no qual realmente atuou como “estrela”, sendo unanimemente elogiada pela crítica, esperava para fazer uma temporada na Broadway. Os produtores da Fox Filmes, porem, em vista

---

<sup>11</sup> Era prática em Hollywood não dar créditos aos costureiros e figurinistas que eventualmente colaboravam com os figurinos de seus filmes. Exemplo bem conhecido dessa prática é a ausência de crédito ao costureiro Givenchy no filme *Sabrina* (1954), para o qual criou alguns dos principais figurinos usados por Audrey Hepburn (cf. Regen, 2007). Sobre a colaboração entre Alceu Penna e Carmen Miranda, ver Castro (2005, p. 274) e (Gonçalo Júnior, 2004, p. 66-68).

<sup>12</sup> Conchita provavelmente era o nome provisório da personagem de Carmen Miranda em *Honeymoon in Havana*, possivelmente o título inicial do filme que viria a se intitular *Week-end in Havana*, com a personagem Rosita Riva, interpretada por Carmen Miranda nessa produção.

do imenso sucesso de “Uma noite no Rio”, resolveram iniciar uma outra película de ambiente tropical, denominada *Honeymoon in Havana*, onde a brazilian bombshell foi crismada com o nome espanhol de Conchita. Neste filme, que será em tecnicolor e de grande luxo, como já tivemos ocasião de noticiar, Carmen Miranda veste numerosas baianas estilixadas, verdadeiramente sensacionais, e suntuosas toilettes de baile. O modelo abaixo que publicamos em primeira mão, é uma criação de Alceu Penna, que já desenhou outras indumentárias da “pequena notável”, será usado como vemos no cartaz, na cena do “Cassino Madrilêño”.

No filme passado em Havana, Carmen interpreta Rosita Rivas, cantora cubana de temperamento explosivo. O figurino criado por Alceu Penna foi usado na cena final do filme, quando a cantora aparece cantando a rumba *The Nango* (de Harry Warren e Mack Gordon, 1941), e era composto por uma

saia dourada, decorada com antúrios (uma planta comum no Brasil, mas de origem colombiana) e barra em tule nas cores verde, amarelo e vermelho; *top* dourado com mangas volumosas em tule nas mesmas cores da saia, e turbante enfeitado com bolas vermelhas e douradas, num visual muito próximo ao das rumbeiras.

O figurino usado por Carmen Miranda na cena de abertura do filme *The gang's all here* é provavelmente uma criação de Alceu Penna. Trata-se de um conjunto de saia e blusa em roxo-batata (blusa) e vermelho (saia) e cauda na mesma cor da blusa, enfeitado com pompons coloridos. A utilização de pompons como enfeite, em disposições semelhantes, é recurso frequentemente encontrado em croquis para fantasias de carnaval elaboradas pelo ilustrador no



**Figura 2.** Carmen Miranda trajando figurino provavelmente criado por Alceu Penna. Cena do filme *Entre a loura e a morena* (*The gang's all here*, 1943).

Fonte: [http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/9d/Gangs\\_all\\_here\\_trailer.jpg](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/9d/Gangs_all_here_trailer.jpg).



**Figura 3.** Croqui de Alceu Penna, cerca de 1940. O recorte em losango na região do tronco e o uso de chapéus amplos são características comuns aos dois figurinos.

Fonte: acervo Thereza Penna (agradecemos a Aníbal Penna e Thereza de Paula Penna [*in memoriam*] pela cessão do direito da imagem).

período. A comparação desse costume com um croqui de pastorinha que Alceu Penna criou em torno de 1940 traz à tona outras duas semelhanças: os recortes em losangos na região do abdômen e a utilização de um chapéu de abas largas, para dar equilíbrio à largura dos ombros. A película não dá crédito ao ilustrador, mas a hipótese ganha força quando levamos em conta a proximidade e a colaboração prévia entre ambos, a semelhança entre o croqui e o figurino e a frequência da utilização de pompons em figurinos criados por Alceu Penna já no final dos anos 1930<sup>13</sup> (ver figuras 2 e 3).

Exceção feita ao turbante e ao chapéu (que lembra um tabuleiro com frutas), esse figurino não apresenta elementos que façam alusão direta à “brasilidade” ou à latinidade, mas a observação de sua utilização no filme remete diretamente ao

Brasil e ao exótico. Passemos então à descrição da cena em que Carmen aparece trajando esse figurino.

O filme se inicia ao som de *Aquarela do Brasil* (de Ary Barroso, 1939), cantada em português por Aloysio de Oliveira, cujo rosto aparece sob um

<sup>13</sup> Analisando os croquis de fantasia de carnaval criados por Alceu Penna e publicados na revista *O Cruzeiro*, é possível observar o uso desse recurso já no final dos anos 1930, como por exemplo, na fantasia Pierrete, veiculada na edição de 8 de fevereiro de 1936 (p. 36) e em Bolha de Sabão, veiculada em 30 de janeiro de 1937 (p. 38).

fundo preto na tela. De repente, o quadro todo se ilumina, a cena se abre e mostra que o cantor entoa a música em cima de um navio chamado SS Brasil. As câmeras passam a focar, então, o desembarque de passageiros e produtos. Algumas pessoas saem do barco acenando alegremente e, em seguida, vemos alguns marinheiros passando com carrinhos que carregam sacos de açúcar e café. Em seguida, a câmera foca, de cima para baixo, o descarregamento de uma rede (içada por um gancho que a faz descer lentamente) cheia de frutas e legumes (bananas, abacaxi, abóbora, maçã, grãos de café, entre outros) e logo abaixo dessa rede surge Carmen Miranda, usando o citado figurino, também a entoar *Aquarela do Brasil*, acompanhada do Bando da Lua. Ou seja, o espectador tem a impressão de que os legumes e as frutas saem do turbante de Carmen (num efeito semelhante à mais famosa cena do filme, aquela em que inúmeros cachos de banana “saem” do turbante da cantora, enquanto ela entoa *The lady in the tutti-frutti hat* (de Leo Robin e Harry Warren, 1943) ou, se levarmos em conta o movimento descendente da câmera, a impressão é de que Carmen é quem “sai” ou é parte da mistura colorida de frutas e legumes.

Em seguida, surge em cena um homem trajando fraque, que desce de um automóvel conversível e entrega as chaves da cidade à cantora que, em agradecimento, canta em inglês *You discover, you're in New York* (de Leo Robin e Harry Warren, 1943). Ao fundo, alguns homens e mulheres sobriamente trajados acompanham a cena. Também as coristas, que no meio da música passam a cantar com Carmen, trajam discretas roupas pretas. Portanto, não há como negar que a cantora, com sua roupa colorida e espalhafatosa, surge ali para representar o Brasil, sua “alegria” e “tropicalidade”. Isso fica ainda mais evidente ao final da cena, quando Carmen coloca na cartola do homem de fraque um saquinho de café, e esse responde: “É a política da boa vizinhança.”

A ida de Carmen Miranda aos Estados Unidos seria parte dos esforços de aproximação cultural dos Estados Unidos com a América do Sul, que começa a acontecer ao longo dos anos 1930 – quando o quadro de guerra começa a se delinear – e ganham caráter oficial a partir de 1940, com a criação do Office for Coordination of Commercial and Cultural Relations between the American Republics, chefiado pelo milionário norte-americano Nelson Rockefeller.<sup>14</sup> Carmen Miranda, ao participar de diversos filmes de sucesso,

---

<sup>14</sup> Sobre o tema, ver Moura (1984) e Tota (2000).

produzidos pela 20<sup>th</sup> Century Fox, entre 1939-1945, assumiu o papel de representante da cultura musical-popular brasileira nos Estados Unidos. Levadas em conta tais circunstâncias, podemos considerar que, ao criar figurinos usados pela cantora no filme, Alceu Penna não só colaborou para a elaboração da imagem de “brasilidade” veiculada exterior, como teve uma atuação intuitiva na consolidação da política da boa vizinhança.

Entre as ações que foram desenvolvidas para a criação de uma relação cultural mais estreita entre os Estados Unidos e o Brasil podemos destacar o incremento de viagens de diretores norte-americanos para filmarem no Brasil, de que o exemplo mais conhecido é o do diretor Orson Welles, que aqui filmou *É tudo verdade* (*It's all true*, 1942), a criação do personagem Zé Carioca (1942) pelos estúdios de Walt Disney e a consolidação de Carmen Miranda como estrela de Hollywood.

No lançamento do filme *Serenata tropical*, Carmen Miranda declara que “pela primeira vez, uma autêntica manifestação da alma popular do Brasil surgiu, tal como ela é na realidade, num filme de Hollywood” (Tota, 2000, p. 118). Nesse filme, ela cantava, entre outras melodias, *Mamãe, eu quero* (Jararaca; Paiva, 1939), *Bambu, bambu* (Teixeira; Donga, 1939) e *Touradas em Madri* (Braguinha, 1939).

O final da Segunda Guerra Mundial cria um mundo dividido em dois blocos político-militares liderados, de um lado, pelos Estados Unidos e, de outro, pela União Soviética. O esforço de ampliação das áreas de influência de cada bloco resultou no aumento do estímulo à penetração da cultura norte-americana nos países da América Latina e, em especial, no Brasil. A produção em massa de bens manufaturados, de uso doméstico e pessoal, ajudou nesse processo, mas será no plano da cultura que cada vez mais a influência norte-americana se estenderá sobre o país. Do cinema ao *rock'n'roll*, os jovens ídolos norte-americanos irão tornar-se referência e modelo, principalmente para os jovens brasileiros.

Assim, durante a Segunda Guerra e nos anos subsequentes, o Brasil assiste à substituição da cultura européia pela cultura norte-americana, com a substituição do francês, que foi a representação do culto nos séculos XIX e começo do XX, pelo inglês.

Ao traçar um histórico do pensamento intelectual brasileiro em relação aos Estados Unidos, desde o século XIX, Thomas Skidmore (1994, p. 49) conclui que

a questão é clara: as sucessivas gerações dos principais intelectuais brasileiros viam os Estados Unidos como uma força crucial no futuro de seu país. Qualquer que fosse sua tendência ideológica, restava a esses brasileiros uma pergunta crucial: quanta margem havia para o Brasil criar a sua própria sociedade e qual o papel que desempenhariam os Estados Unidos nessa criação?

Essa é uma questão sobre a qual também Alceu Penna irá se debruçar, como vimos em suas reflexões sobre a relação da cultura brasileira com a norte-americana.

### Alceu Penna e as peculiaridades da “moda brasileira”

Impossível esquecer o impacto causado por seus desenhos: as cores, o movimento, a vivacidade e criatividade. O balanço das saias e dos corpos de suas Garotas ou o brilho e a sensualidade esfuziante de suas fantasias para *shows* e bailes de carnaval. Alceu misturava, como poucos, texturas, brilhos, babados, sonhos. O traço do ilustrador acompanhou e esteve à frente de muitas transformações que o Brasil viveu. (Castro, 2007).

A exemplo de outros autores do período, como Gilberto Freyre (1933) e Sérgio Buarque de Holanda (1936), que conceberam suas obras (*Casa-grande e senzala* e *Raízes do Brasil*, respectivamente) a partir de uma perspectiva sobre a cultura brasileira criada sob a ótica do distanciamento, pois os autores se encontravam no exterior ao darem início às reflexões que aparecem nesses textos, a produção de Alceu Penna terá esse componente na sua constituição. Além da visão de fora, ele também presenciava a construção de uma imagem de Brasil nos Estados Unidos, com a circulação de filmes, desenhos, músicas, enfim, uma produção que procurava, em razão da necessária “política de boa vizinhança”, estabelecer um pan-americanismo, mas que, na realidade, apenas aumentava os estereótipos culturais sobre o Brasil e os demais países da América do Sul.

Vale observar que, ao longo desse período, seus desenhos vão ganhando traços e formas característicos, deixando de lado o traço mais reto e as figuras geométricas – prováveis influências de J. Carlos – em prol de ilustrações marcadas pela sensualidade expressa num traço que passa a evidenciar as formas femininas, como cintura fina e bastante evidenciada, quadril e seios bem delineados, boca carnuda, bochechas coradas e cílios longos que delineavam



olhos bastante expressivos. Além disso, seus textos e ilustrações começam a esboçar sua percepção e seus questionamentos sobre a possibilidade da existência de uma visualidade “tipicamente brasileira” nas aparências.

Apesar de começar pela adaptação do estrangeiro ao nacional no vestir, é a partir da crítica à “brasilidade equivocada” propagada pelos americanos por meio da moda mostrada em *South American way*, ou seja, da observação sobre o “não éramos” é que Alceu Penna irá tecer (através do texto) algumas de suas reflexões mais originais acerca do que seria a moda brasileira.<sup>15</sup>

A elaboração de uma visualidade, ou um estilo brasileiro na moda, a partir da marcação da diferença, talvez possa ser explicada também em razão da lógica que caracterizava a cultura das aparências no Brasil do século XIX até os anos 1950, para a qual a distinção repousava sobre a possibilidade de seguir a moda internacional. Tal pensamento era reforçado pela indústria têxtil e de confecção nacional, cujo objetivo era seguir a linha e atingir o padrão de qualidade francês (Bonadio, 2005). Diante desse quadro, não é exagero afirmar que, nos anos 1940, roupas da moda com a “cara” do Brasil dificilmente seriam encontradas nas lojas ou revistas nacionais. Assim, o que restaria ao consumidor que, lá pelos anos 1940, buscasse alguma roupa tipicamente nacional?

Fantasia de carnaval e trajes folclóricos ou “típicos”. É sintomático que os trajes carnavalescos e, um pouco mais adiante, as roupas para festas juninas tivessem espaço privilegiado na revista *O Cruzeiro*.<sup>16</sup> Nas semanas que antecediam tais festejos, as fantasias criadas por Alceu Penna chegavam a ocupar mais de dez páginas da revista (a seção de moda ocupava em média duas páginas por edição) e veiculavam uma média de 40 croquis por edição, especialmente ao longo dos anos 1950, quando a revista vive o auge da sua popularidade, chegando a atingir vendas que ultrapassavam os 500 mil exemplares.

A liberdade criativa concedida ao ilustrador no período carnavalesco permite a ele “pensar” o país através da criação de figurinos (frequentemente

---

<sup>15</sup> Num processo semelhante àquele ocorrido no período colonial, quando, segundo Fernando Novais (1997), a identificação entre os habitantes da América portuguesa também ocorria dessa maneira, pois os luso-brasileiros, por exemplo, identificavam-se na negativa, ou seja, sabiam não ser “reinóis” (como eram comum chamar as pessoas nascidas na metrópole), mas ainda não se consideravam brasileiros.

<sup>16</sup> A partir dos anos 1950, Alceu Penna irá, durante o mês de junho, apresentar na seção de moda sugestões originais de trajes para festas juninas.

sensuais e muito coloridos) que representavam um Brasil culturalmente “mestiço” (Schwarcz, 1998), inspirado nas baianas “estilizadas” de Carmen Miranda,<sup>17</sup> na figura do malandro, na calçada de Copacabana, etc.

Se levarmos em conta que o vestuário e suas representações imagético-textuais são instrumentos de comunicação que podem subverter, ou pelo menos intervir num determinado grupo ou na maneira com que esse grupo se vê em relações aos outros (Crane, 2006) e ainda que essa visualidade proposta inicialmente como fantasia para carnaval será, a partir dos anos 1960, incorporada pela moda brasileira, ao menos em seus temas, podemos considerar o trabalho de Alceu Penna, no período estudado, como parte constituinte do “projeto” de invenção da identidade brasileira proposto pelo Estado Novo, a saber: calcada na valorização do nacional-popular – em especial o samba e o carnaval – e buscando o folclórico e o regional como forma de explicitar a nossa “diferença” perante o “outro”.<sup>18</sup>

## Referências

- ANDERSON. B. *Nação e consciência nacional*. São Paulo: Ática, 1983.
- ANDRADE, Priscila. *Zuzu Angel e o campo do design*. Dissertação de mestrado. PUC-RJ, 2006.
- AUGRAS, M. A ordem na desordem: a regulamentação do desfile das escolas de samba e a exigência de “motivos nacionais”. [s.d.]. Disponível em: <[http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs\\_00\\_21/rbcs21\\_08.htm](http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_21/rbcs21_08.htm)>. Acesso em: 5 ago. 2008.

---

<sup>17</sup> Segundo Tânia da Costa Garcia (2005, p. 108-111), o traje de baiana estilizado por Carmen Miranda não pode ser considerado uma “subversão” do traje da baiana, uma vez que, desde o século XIX, a roupa das negras escravas recebia influências de outras modas e culturas. Para tanto cita como exemplo as baianas representadas nos quadros dos viajantes do século XIX, que misturavam, por exemplo, acessórios com significados transpostos das religiões afro-brasileiras com vestidos estilo império tipicamente franceses.

<sup>18</sup> Utilizamos aqui essa palavra conforme o sentido a ela conferido por Peter Burke (2004) no capítulo “Estereótipos do outro”.

BANANA DA TERRA. Direção: Ruy Costa. Argumento e roteiro: João de Barro; Mário Lago. Produção: Sonofilms. Distribuição: Metro Goldwyn Mayer do Brasil. Rio de Janeiro, 1939. 75 min, p&b, 35 mm.

BASSANEZI, C.; URSINI, C. O Cruzeiro e as Garotas. *Cadernos Pagu*, n. 4, p. 243-260, 1995.

BAUDOT, F. *Moda do século*. Trad. Maria Thereza Rezende Costa. São Paulo: Cosac & Naif, 2000.

BATISTA, W.; GOMES, W. Quero um samba. Intérprete: Aracy de Almeida. In: *Quero um samba/Gosto mais do Salgueiro*. Rio de Janeiro: Odeon, 1943. 78 rpm.

BRAGUINHA (João de Barro). *Touradas em Madri*. Intérprete: Carmen Miranda. In: *South American way/Touradas em Madri*. New York: Decca, 1939. 78 rpm.

DER BLAUE ENGEL. Direção: Josef von Stenberg. Berlin: Universum Film, 1930. 124 min, p&b, 35 mm.

BONADIO, M. C. *O fio sintético é um show!:* moda, política e publicidade (Rhodia S.A 1960-1970). Tese (Doutorado em História)–Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.

BURKE, P. *Testemunha ocular:* história em imagens. Bauru: Edusc, 2004.

CANDIDO, A. A Revolução de Trinta e a cultura. *Novos Estudos Cebrap*, São Paulo, v. 2, p. 27-37, abr. 1984.

CANDIDO, A. *Literatura e sociedade:* estudos de teoria e história literária. 8. ed. São Paulo: T. A. Queiroz, 2000.

CASTRO, R. *Carmen:* uma biografia. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

CASTRO, R. Texto de apresentação da exposição *O Brasil na ponta do lápis*. São Paulo, 2007.

CASTRO, A. L.; CAMARGO, L. O. L.; RAMOS, M. L. B. Das butiques à São Paulo Fashion Week: história e organização do campo da moda (notas sobre um trabalho de pesquisa em andamento). In: COLÓQUIO NACIONAL DE MODA, 4., 2008, Novo Hamburgo. *Anais...* Novo Hamburgo: Centro Universitário Feevale, 2008.

CRANE, D. *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*. São Paulo: Senac, 2006.

O CRUZEIRO. Rio de Janeiro: Diários Associados, 1928-1975. Semanal.

DES HONS, A. de S. *Le Brésil: presse et historie 1930-1985*. Paris: L'Harmattan, 1985.

DOWN ARGENTINE WAY. Direção: Irving Cummings. Los Angeles: 20<sup>th</sup> Century Fox, 1940. 89 min, color., 35 mm.

DURAND, J. C. *Moda, luxo e economia*. São Paulo: Babel Cultural, 1987.

FREYRE, G. *Casa-grande e senzala*. Rio de Janeiro: Maia & Schmidt, 1933.

THE GANG'S ALL HERE. Direção: Busby Berkeley. Los Angeles: 20<sup>th</sup> Century Fox, 1943. 103 min, color., 35 mm.

GARCIA, T. da C. *O "it" verde e amarelo de Carmen Miranda*. São Paulo: Annablume, 2005.

GARCÍA CANCLINI, N. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Edusp, 2006.

O GLOBO JUVENIL. Rio de Janeiro: O Globo, 1937-1954.

GONÇALO JÚNIOR. *Alceu Penna e as Garotas do Brasil*. São Paulo: Cluq, 2004.

GOULART, S. *Sob a verdade oficial: ideologia, propaganda e censura no Estado Novo*. São Paulo: Marco Zero; Brasília: CNPq, 1990.

HOLANDA, S. B. de. *Raízes do Brasil*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1936.

IT'S ALL TRUE. Direção: Orson Wells. 1942. p&b, 35 mm; color., 16 mm. Inacabado.

IMBROISI, R.; MELÃO, R. (Org.). *Que chita bacana*. São Paulo: A Casa – Museu do Objeto Brasileiro, 2004.

JARARACA; PAIVA, V. Mamãe, eu quero. Intérprete: Carmen Miranda. In: *Mamãe, eu quero/Bambu, bambu*. New York: Decca, 1939. 78 rpm.

JOFFILY, R. *Jornalismo de moda, jornalismo feminino e a obra de Alceu Penna*. Dissertação (Mestrado em Comunicação)–Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002.

O JORNAL. Rio de Janeiro: Diários Associados, 1919-1974.

LAFETÁ, J. L. *1930: a crítica e o modernismo*. São Paulo: Livraria Duas Cidades, 1974.

LAUERHASS, Jr. L. *Getúlio Vargas e o triunfo do nacionalismo brasileiro: estudo do advento da geração nacionalista de 1930*. Belo Horizonte: Itatiaia; São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1986.

LEITÃO, D. K. *Brasil à moda da casa: imagens da nação na moda brasileira contemporânea*. Tese (Doutorado em Antropologia Social)–Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

LETTY LINTON. Direção: Clarence Brown. Los Angeles: Metro Goldwin Mayer, 1932. 84 min, p&b, 35 mm.

LUSTOSA, I. *A descoberta da América: o lugar dos EUA no modernismo brasileiro*. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1995.

MARINHO, M. G. S. M. C. *Moda: condicionantes sociais de sua institucionalização acadêmica em São Paulo*. In: ALMEIDA, A. J.; WAJNMAM, S. (Org.). *Moda, comunicação e cultura*. São Paulo: Arte & Ciência, 2002. p. 13-26.

MARTIS, A. C. I. de S. *Bem na foto: a invenção do Brasil na fotografia de Jean Manzon*. Dissertação (Mestrado em História Social)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

MATOS, C. N. de. *Acertei no milhar: malandragem e samba no tempo de Getúlio Vargas*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

MENEZES, U. B. de. Fontes visuais, cultura visual, história visual: balanço provisório, medidas cautelares. *Revista Brasileira de História*, v. 23, n. 45, p. 11-36, 2003.

MIRA, M. C. *O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX*. São Paulo: Olho d' Água: Fapesp, 2001.

MOTA, C. G. *Ideologia da cultura brasileira (1933-1974): ponto de partida para uma revisão histórica*. São Paulo: Ática, 1977. p. 27-28.

MOURA, G. *Tio Sam chega ao Brasil: a penetração cultural americana*. São Paulo: Brasiliense, 1984.

NEIRA, L. G. A invenção da moda brasileira. *Caligrama*, v. 4, n. 1, jan./ago. 2008. Disponível em: <[http://www.eca.usp.br/caligrama/n\\_10/04\\_neira.pdf](http://www.eca.usp.br/caligrama/n_10/04_neira.pdf)>. Acesso em: 16 dez. 2008.

NETTO, A. *Império de papel: os bastidores de O Cruzeiro*. Porto Alegre: Sulina, 1998.

NOVAIS, F. Condições de privacidade na colônia. In: NOVAIS, F. *História da vida privada no Brasil*: v. 1. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

PENNA, G. O. *Vamos Garotas! Alceu Penna, moda, corpo e emancipação feminina. (1938-1957)*. Dissertação (Mestrado em Moda, Cultura e Arte)–Centro Universitário Senac, São Paulo, 2007.

REGEN, A. *Alta-costura e cinema: o papel da estrela no roteiro da moda*. Dissertação (Mestrado em Moda, Cultura e Arte)–Centro Universitário Senac, São Paulo, 2007.

ROCHA, G. “Navalha não corta seda”: estética e performance no vestuário do malandro. *Tempo*, Niterói, v. 10, n. 20, p. 121-142, jan. 2006. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-77042006000-00007&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-77042006000-00007&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 19 out. 2009.

SABRINA. Direção: Billy Wilder. Los Angeles: Paramount Pictures, 1954. 113 min, color., 35 mm.

SANTOS, J. F. dos. *Feliz 1958: o ano que não devia terminar*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SCHURMANN, E. F. *A música como linguagem: uma abordagem histórica*. São Paulo: Brasiliense: CNPq, 1989.

SCHWARCZ, L. Nem preto nem branco, muito pelo contrário: cor e raça na intimidade. In: SCHWARCZ, L. *História da vida privada no Brasil: v. 4*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SKIDMORE, T. E. *O Brasil visto de fora*. São Paulo: Paz e Terra, 1994.

SAROLDI, L. C.; MOREIRA, S. V. *Rádio Nacional: o Brasil em sintonia*. Rio de Janeiro: Funarte, Instituto Nacional de Música, Divisão de Música Popular, 1984.

TEIXEIRA, P.; DONGA. Bambu, bambu. Intérprete: Carmen Miranda. In: *Mamãe, eu quero/Bambu, bambu*. New York: Decca, 1939. 78 rpm.

TOTA, A. P. *O imperialismo sedutor: a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

VEILLON, D. *Moda e guerra: um retrato da França ocupada*. Trad. André Telles. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

VILLAS, A. *O mundo não acabou*. São Paulo: Globo, 2006.

WEEK-END IN HAVANA. Direção: Walter Lang. Los Angeles: 20<sup>th</sup> Century Fox, 1941. 81 min, color., 35 mm.

Recebido em: 29/10/2009

Aprovado em: 26/03/2010