

Alceu Penna e as representações gráficas do casamento e da juventude na revista *A Cigarra* (1947-1955)*

Maria Claudia Bonadio**

Thaís Fernandes Boaventura***

Resumo. Neste artigo queremos observar como as imagens em conjunto com o design gráfico desempenham um papel importante na imprensa feminina e, sobretudo, como procedimentos gráficos e ilustrações estes podem colocar em questão os papéis de gênero – e em especial aquele relativo ao casamento – em vigor no Brasil de meados do século XX e assim funcionar como brechas ao modelo então dominante. Observaremos ainda como, tais procedimentos colaboram também para a propagação de uma determinada imagem da juventude. Para tanto, iremos analisar as ilustrações e *layouts* do designer gráfico Alceu Penna para as seções femininas da revista *A Cigarra* (O Marido de Madame, Moda, Beleza e Mocinha) entre 1947-1955 – momento em que a revista atinge o auge de sua popularidade.

Palavras-chave: Imprensa feminina; Design gráfico; Casamento; Juventude.

Alceu Penna and graphic representations of marriage and youth in *A Cigarra* (1947-1955)

Abstract. Images coupled to graphic design have an important role in the feminine press. Similarly, the manner graphics and illustrations may question gender roles, especially those related to marriage, salient in mid-20th century Brazil and which disrupt the then dominant model. Procedures also collaborate for the spreading of youth images. Illustrations and layouts of the graphic designer Alceu Penna for the feminine sections of *A Cigarra* (O Marido de Madame, Moda, Beleza and Mocinha) between 1947 and 1955 are investigated, precisely at the apex of its popularity.

Keywords: Feminine press; Graphic design; Marriage; Youth.

* Artigo recebido em 26/01/2013. Aprovado em 16/07/2013. Pesquisa financiada pelo CNPq, Brasil.

** Doutora em História pela Unicamp, Campinas/SP, Brasil. Professora do Departamento de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora/MG, Brasil. E-mail: mariacbonadio@uol.com.br

*** Centro Universitário Senac, São Paulo/SP, Brasil.

Alceu Pena y las representaciones gráficas sobre el casamiento y la juventud en la revista *La Cigarra* (1947-1955)

Resumen. En este artículo queremos observar el importante papel que desempeñan las imágenes en su conjunto como el diseño gráfico en la prensa femenina y ver, fundamentalmente, cómo los procedimientos gráficos e ilustraciones pueden cuestionar los roles de género vigentes en Brasil (particularmente aquellos vinculados al casamiento), a mediados del siglo XX, abriendo brechas en el modelo hasta entonces dominante. También observaremos cómo esos procedimientos ayudan en la difusión de una determinada imagen de la juventud. Para ello, analizaremos las ilustraciones y *layouts* del diseñador gráfico Alceu Penna en las secciones femeninas de la revista *La Cigarra* (El Marido de Madame, Moda, Belleza y Señorita) entre 1947-1955, momento en el que la revista alcanza el auge de su popularidad.

Palabras Clave: Prensa femenina; Diseño gráfico; Casamiento; Juventud.

Introdução

O livro *Mulher de Papel* de Dulcília Buitoni foi lançado em 1981 pela Editora Loyola e, em 1986, uma versão condensada do livro, denominada “Imprensa Feminina”, foi publicada pela Editora Ática, na série de livros universitários denominada Princípios.¹ Ambos rapidamente transformaram-se em matriz referencial para os estudos do tema mulheres e imprensa, tanto é que uma busca com essas palavras no *Scholar Google* apresenta os seguintes resultados: “Mulher de Papel”, edição de 2009, primeira referência com 118 citações, “Imprensa Feminina” terceiro título listado, com 213 citações, e a edição de 1981 de seu primeiro livro, em quarto lugar, com 24 citações, num total de 337 citações às obras.²

¹ Depois de um tempo esgotado o “Mulher de papel” foi relançado em 2009 pela Summus Editorial.

² <http://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&q=mulher+imprensa&btnG=&lr=>. Acessado: 06 out. 2012. A busca foi realizada usando a classificação por relevância como critério. Em segundo lugar aparece o título “Mulher e educação: a paixão pelo possível” de Jane Soares de Almeida, São Paulo: Unesp, 1998.

Como os títulos evidenciam, os livros tratam das revistas femininas, tema que na década de 1980 ainda era pouco estudado no Brasil. A autora traça um panorama da história da imprensa comercial dedicada às mulheres no País e faz um balanço das principais características das revistas mais populares no segmento desde o século XIX até os anos 1970 e as representações femininas por elas propagadas.

No entender de Dulcília Buitoni, as revistas femininas construiriam um mundo “à parte” do dito “mundo real”, pois tais publicações tentariam “criar um mundo da mulher para que ela fique só dentro dele e não saia para fora” (1981, p.5).³ Assuntos como culinária, beleza, decoração, fotonovelas, contos ou moda apresentariam “pouca ou nenhuma ligação com o momento atual”. Nessa perspectiva, as revistas femininas, em sua maioria, cristalizaram-se como “vilãs”, uma vez que alienariam as mulheres da realidade e ainda lhe proporiam comportamentos conservadores e tradicionais.

Trabalhos publicados posteriormente como, por exemplo, aqueles produzidos por Carla Bassanezi a partir de sua dissertação de mestrado (publicada em 1996, pela Civilização Brasileira, sob o título *Virando as páginas, revendo as mulheres*) reforçam pelo menos parcialmente essa percepção, sobretudo no que diz respeito às publicações produzidas no período 1945-1964. Em seus estudos, a autora analisa as publicações *Jornal das Moças* e *Claudia*, com vistas a entender como essas revistas propagariam um modelo de conjugalidade e “harmonia do lar” através da veiculação de textos que definem os papéis do marido e da esposa. Concluí que especialmente em o *Jornal das Moças*, “o peso da manutenção da ‘felicidade do lar’” é depositado sobre as mulheres, mas, de modo geral, a revista defendia “neste aspecto da relação homem-mulher um claro sentido de desigualdade de gênero”, admitindo e reforçando “uma

³ Em seu estudo, Buitoni se aproxima da percepção sobre o tema propagada por Evelyne Sullerot em seu pioneiro “La presse féminine” (1964). Acerca dos primeiros estudos sobre imprensa feminina, ver Passerini (1993).

hierarquia de poderes na sociedade conjugal” na qual o polo dominante era o masculino (1996, p. 118).⁴

Carla Bassanezi discorre em seus trabalhos sobre como as revistas valorizam a importância das prendas domésticas, aparências e afins para manter o casamento, mas admite que neste jogo de poder há algumas brechas e que estas incidiriam no incentivo por parte das publicações a um “jeitinho feminino” de agradar o marido para obter benesses.

Se o trabalho de Dulcília Buitoni se tornou referência basilar para os estudos sobre imprensa no Brasil do século XX, o trabalho de Carla Bassanezi se consolidou como o principal estudo sobre mulheres, relações de gênero e imprensa nos Anos Dourados⁵, mesmo porque, além do já citado livro, a autora publicou o capítulo “Mulheres nos anos dourados”, no livro *História das Mulheres no Brasil* e também artigos sobre o tema.⁶ Tal como assinalam as autoras, concordamos que havia no período um modelo dominante de feminilidade propagado por inúmeras revistas, as quais, de acordo com os ideais familiares e de gênero então vigentes, traziam um conteúdo que “ensinava” às mulheres como ser boa esposa, mãe e dona de casa.⁷ Os dados apontados por tais trabalhos, no entanto, apoiam-se principalmente no conteúdo textual das publicações. O design gráfico somado às imagens que ilustram e constroem os sentidos na imprensa pouco

⁴ Eu seu estudo, Carla Bassanezi também analisa a revista Cláudia em seus primeiros anos de circulação, mas o período está fora da delimitação temporal proposta neste artigo.

⁵ Sobre os Anos Dourados ver (HOBSBAWM, 1995). Sobre o mesmo tema no Brasil ver (MELLO; NOVAIS, 1999, p. 506).

⁶ 217 citações ao capítulo e 53 ao livro. Observamos ainda, que nesta publicação a autora passa a assinar com o nome de casada, Carla Bassanezi Pinsky.

⁷ Por gênero entendemos a categoria de análise que define homens e mulheres numa perspectiva relacional, ou seja, “hombres y mujeres fueron definidos en términos el uno del otro, y no se podría conseguir la comprensión de uno u otro mediante estudios completamente separados (SCOTT, 1996) e considerando que masculino e feminino (bem como outras categorias) não são dados naturais imutáveis, mas uma construção histórica e cultural, “pode-se assim desconstruí-la em todos os níveis (teorias e práticas, representações e fatos, materiais, palavras e coisas” (PERROT, 1995, p.24).

são analisados em conjunto nos estudos que tratam de imprensa e relações de gênero.⁸

Embora o texto possa conduzir a determinada interpretação da imagem, como já apontaram os estudos de Benjamin (1985) e Barthes (2005), hoje se sabe também que a imagem e, por conseguinte o *layout* que compõe a página impressa pode direcionar a leitura do texto, bem como propagar significados próprios. Para Louis Marin, “a imagem percorre os textos e transforma-os: percorrida por eles, os textos transformam-na” (apud JOLY, 1994, p. 153).

A observância das imagens na constituição de sentidos nesse contexto é relevante, não apenas porque colaboram na constituição de sentido das narrativas textuais, mas porque elas “têm o poder de controlar o campo do sentido social e então produzir, promover ou implantar as representações de gênero” (LAURETIS, 1987, p. 19).

Neste artigo queremos observar como as imagens em conjunto com o design gráfico desempenham papel importante na imprensa feminina e, sobretudo, como procedimentos gráficos e ilustrações podem colocar em questão os papéis de gênero – e em especial aquele relativo ao casamento – em vigor no Brasil de meados do século XX e assim funcionar como brechas ao modelo então dominante. Observaremos, ainda, como tais procedimentos colaboram também para a propagação de uma determinada imagem da juventude. Para tanto, iremos analisar as ilustrações e *layouts* do designer gráfico Alceu Penna para as seções femininas da revista *A Cigarra* entre 1947-1955 –

⁸ Mais recentemente, a publicação do livro *Nova História das Mulheres no Brasil* (PEDRO; PINSKY, 2012) apresenta alguns que utilizam imagens como fontes, dentre os quais destaco aqueles redigidos por Denise Sant’anna e Carla Bassanezi Pinsky. No âmbito internacional os estudos sobre imprensa que trazem as imagens como fontes principais são mais comuns, exemplo, é o trabalho de Anne Higonnet (1993). Todavia, tanto na produção nacional, como internacional as imagens, o mais comum é a utilização de fotografias como fonte, sendo o design gráfico, ao menos no que diz respeito aos estudos de gênero, ainda pouco analisado.

momento em que a revista atinge o auge de sua popularidade.⁹ Nesse período, Penna era o principal “designer” da publicação e responsável pelo projeto gráfico de diversas colunas voltadas para as mulheres, dentre as quais se destacam “O Marido de Madame”, “Moda”, “Mocinha”, e a seção de Beleza.¹⁰

A Cigarra: uma revista feminina?

A Cigarra foi uma das mais longevas revistas já publicadas no Brasil. Lançada em 1914, circulou até 1975, perfazendo, portanto, mais de 60 anos de existência. Em seus primeiros anos era editada em São Paulo por Gelásio Pimenta, seu editor-fundador e em coerência com seu título – que fazia alusão à Cigarra que só trabalhava no verão, personagem da fábula atribuída a Esopo “A Cigarra e a Formiga”– destinava-se a “oferecer aos leitores o verão a cada quinzena” (CRESPO, 2004, p. 688) – informava seu subtítulo.

Nesse período era, sobretudo, uma revista literária de cunho conservador, que tinha entre seus colaboradores Olavo Bilac, Vicente de Carvalho, Monteiro Lobato, Coelho Neto e Cornélio Pires. Portanto, mesmo não sendo uma publicação exclusivamente direcionada às mulheres, “trazia uma extensa gama de assuntos mundanos, fartamente ilustrados, de forte apelo feminino” (EULEUTÉRIO, 2004, p. 654).

Em 1933, após a morte de Gelásio Pimenta, Assis Chateaubriand compra o título, que passa a ser publicado pelos Diários Associados e ganha periodicidade mensal. Nos anos seguintes, a revista passa a ser editada por Menotti del Pichia, e seu conteúdo é constituído basicamente de traduções de

⁹ Apesar d’*A Cigarra* atingir ápices de venda entre meados da década de 1940-1950, essa fase da publicação é ainda pouco estudada. A maior parte dos trabalhos sobre a revista, ou que a utilizam com a fonte foca o período em que está é publicada em São Paulo, exemplos desses estudos são: (LOTTTO, 2000; PRADO, 2003; EULEUTÉRIO, 2004; CRESPO, 2004).

¹⁰ Os números da revista pesquisados pertencem à coleção incompleta da revista digitalizada pelo Arquivo Público do Estado de São Paulo e à coleção particular de uma das autoras. Ainda que juntas constituam uma boa série, faltam alguns números, mas como se trata de um número exíguo isso não prejudicou a análise.

contos e novelas curtas, havendo ainda algum espaço para notícias de Hollywood e para as modas.

Entre meados dos anos 1940 e 1950, sob a direção de Frederico Chateaubriand a revista atinge o auge de sua popularidade. Em junho de 1944, por exemplo, a tiragem era de 58 mil exemplares, crescendo até 105 mil entre março e agosto de 1947 e caindo para 40 mil em 1952. No período, o sucesso de público era alardeado através da frase “O mensário de maior circulação no Brasil”, que aparecia na página do índice. Segundo dados do Ibope levantados por Maria Celeste Mira, em 1945, era a quinta revista mais lida em todo o País, ficando atrás apenas de *O Cruzeiro*, *Revista da Semana*, *Careta* e *Seleções*.¹¹

Ainda que os textos literários continuem ocupando um espaço importante na publicação, seu conteúdo compunha-se também de matérias jornalísticas sobre generalidades e esporte. É também durante a década de 1940 que a publicação assume mais firmemente sua vocação feminina, ampliando o espaço das seções e a variedade de temas dedicados às mulheres, os quais a partir de 1947 serão alocados no *Suplemento Feminino*, que mais tarde viria a se tornar *A Cigarra Feminina*, ambos sob a direção de Elza Marzullo.¹²

Nesses espaços serão reunidas mensalmente informações sobre moda, decoração, beleza, higiene, saúde, economia doméstica e conselhos sobre casamento e maternidade,¹³ ou nas palavras da jornalista:

¹¹ Os dados do Ibope confirmam a popularidade da revista, ainda que indiquem certo exagero no slogan “O mensário de maior circulação no Brasil”. Uma vez que a revista *Seleções* também era mensal, ao menos no período mensurado pelo Ibope, *A Cigarra* era, dentre as revistas mensais, a segunda de maior circulação no País.

¹² Pioneira do jornalismo de moda, Elza Marzullo (?- 1997) atuou em diversos veículos do grupo Diários Associados, sendo responsável pela edição do Caderno Feminino de *O Jornal* a partir da década de 1940, pela seção Elegância e Beleza na revista *O Cruzeiro*, a qual deu origem ao livro “Detalhes de elegância e beleza”, com capa e ilustrações de Alceu Penna, editado em 1948 pela Empresa Gráfica O Cruzeiro.

¹³ O Suplemento Feminino inicialmente usava fotos para mostrar às leitoras os modelos em voga. Em agosto de 1947 as fotos são substituídas pelas ilustrações de Alceu Penna.

todos os assuntos do mundo feminino, lar e sociedade, filhos e esposos, interiores, decorações, etc... todos os assuntos que objetivam orientá-la, para que crie à sua volta o conforto e a felicidade, a paz e a harmonia, fazendo de seu lar o seu reino – a ventura e a alegria dos seus “súditos (MARZULLO, In: A CIGARRA, dez. 1947, p. 97).

Em junho de 1948, a seção *Suplemento Feminino* ganha a denominação *A Cigarra Feminina*, que surge como “uma revista dentro da revista” e continua a se apoiar nos mesmos pilares do antigo suplemento, trazendo dicas de beleza, comportamento e moda, em maior número de páginas. No *Suplemento Feminino*, entretanto, não havia propriamente seções, e os temas “femininos” eram apresentados sob diversos títulos nas diferentes edições. Já em *A Cigarra Feminina*, tais assuntos serão reunidos em seções fixas, além de agregar colunas que já circulavam na revista, mas não faziam parte do *Suplemento Feminino*, pois eram classificadas à parte pelo sumário da revista. São exemplos as colunas *Consultório sentimental*, que fazia parte da revista já 1946, escrita por Maria Helena, e *Minha vida em suas mãos, de G. de Setubal*. Ambas eram muito parecidas e visavam à interação entre o público e a revista, propondo ajuda aos conflitos emocionais expostos pelas leitoras.

Além das tradicionais colunas de culinária e decoração, também compunham o caderno as seções “Mocinha”, assinada por Tia Marta, uma “títia camarada” que aconselhava jovens como “Sônia, Verinha e Ana Maria” (nomes fictícios usados na seção) e que tinham entre 15 e 19 anos; *Conselhos de Beleza*; *Elas e Eles*, que buscava orientar “as moças que procuram noivos, as sogras que procuram genro, as esposas que querem prender os maridos, as viúvas do bloco ‘não se pode opinar sem comparar’” (A CIGARRA, jun. 1948, p.120).

Outra seção veiculada no *Caderno Feminino* é *A mulher que trabalha*, assinada por Lourdes G. Silva, a qual procura discutir o conflito entre a “mulher mãe e dona de casa X mulher trabalhadora” – tema que é constante nas páginas de *A Cigarra*, sendo debatido nos mais diversas espaços da revista. De modo geral, a revista procura mostrar-se “neutra”, como um fiel da balança

que apresenta os prós e os contras da vida dedicada exclusivamente ao casamento e à família, e da mulher que divide o tempo entre a casa e o trabalho.

A observação atenta das opiniões veiculadas nas seções deixa claro, entretanto, que o trabalho feminino poderia ser aceito se isso não implicasse num abandono das tarefas do lar, tal como se observa em *Vamos trocar ideias?*, que em outubro de 1951, propõe às leitoras que mandem cartas expressando suas opiniões sobre o trabalho fora de casa:

A mãe de família e o trabalho fora de casa: Deve a esposa, a mãe aceitar o trabalho fora de casa, roubando-se a missão de cuidar do lar, ao trato dos filhos? A vida moderna como todo complexo de dinamismo dos tempos que correm, muitas vezes exige que a esposa se disponha a ajudar o marido na conquista do pão de cada dia, buscando nos escritórios, nas repartições públicas, nas fábricas, o complemento substancial do orçamento mensal com que fazer a frente às necessidades vitais da família (A CIGARRA, out. 1951)

Segundo o texto veiculado na revista, duas mulheres enviaram suas respostas, cada uma contando sobre sua vida. Uma era plenamente satisfeita em cuidar do lar e o fazia com prazer, servindo seu marido e seus filhos. O orçamento familiar era confortável, sem muitas sobras, mas nada que a obrigasse a procurar trabalho: “Sou apologista de que a mulher deve ser do lar, e exclusivamente do lar; é aí que ela preenche a sua missão verdadeira (...)”. A outra é a favor do trabalho, pois é através dele que consegue ajudar seu marido a manter a casa e cuidar da filha. Ela trabalha como funcionária pública, mas nem por isso se esquece dos afazeres domésticos, pois acorda cedo e começa a realizar limpeza na casa, às 10h sai para o trabalho e volta às 18h para preparar o jantar. Ela diz que a vida é difícil, mas que vão levando sempre com a fé em Deus e em uma vida melhor e mais digna (*Vamos trocar ideias?* In: A CIGARRA, out. 1951).

Como é comum nas revistas femininas, os editores usam recursos que tentam aproximar público e revista, tornando-se a melhor amiga da leitora. Para isso, faz uso de uma linguagem mais intimista, além do fato de possuir várias

seções onde o leitor pode expor sua opinião, estratégia que visa criar aos poucos um laço afetivo entre a revista e suas leitoras.¹⁴

A estratégia era empregada até mesmo no anúncio da pesquisa de opinião realizada entre novembro de 1949 e fevereiro de 1950, que visava verificar as seções que os leitores mais apreciavam. Denominada “A opinião do leitor”, a pesquisa informava o mensário, “visava deixar a revista com a cara do leitor, feita do seu gosto, e do resultado poderiam ocorrer certas mudanças”.

O resultado final da enquete classificou a seção de contos como a preferida do público, com 373 pontos. Já os conteúdos voltados especificamente para o público feminino obtiveram apenas o nono lugar com 159 pontos. Entretanto, a publicidade veiculada na publicação anunciava majoritariamente produtos de beleza, higiene e saúde da mulher e aqueles ligados aos cuidados com os filhos e a casa, o que indica que esse era possivelmente o principal público-alvo da publicação.

Na edição de junho de 1948, por exemplo, os anunciantes eram os absorventes femininos Tampax e Modess; o creme Rugol (que segundo a peça veiculada, era usado pelas “Mulheres Lindas”); Leite de Colônia (cuja propaganda insinuava que os efeitos na pele da modelo da ilustração foram tão eficientes, que nos bailes nunca mais lhe faltaram pretendentes), os esmaltes Cutex e Peggy Sage; Metrolina, que conforme o anúncio, era usado pela “Senhora Moderna” em sua “toilette íntima” e Lisoform – com a mesma função; Colônia Sevy; Oviriuteram (composto que prometia equilibrar as funções hormonais femininas) e Soutien Life, Lingerie Valisère e meias de nylon Rhodia. Para a limpeza e manutenção da casa, produtos General Electric, aspirador de pó Hoover e esmalte para móveis Enameloid; e, para os cuidados e higiene da família, escovas de dente Tek. Os outros anunciantes eram Dr. Dobbin, Cirurgião Dentista, Pílulas Carter para o fígado, Pulseira para relógio

¹⁴ Sobre o tema ver o subcapítulo “Claudia: a revista que queria ser mulher” em MIRA (2008).

JB, Esso, cigarros Continental, Mistol (para a higiene nasal), piano Schartzman, curso de desenho artístico por correspondência, Sal de Fruta Eno e expectorante Hustenil.

“O verão de cada mês!”.

Ainda que a revista apresente frequentemente em suas edições reportagens sobre temas “sérios” como o comunismo, as guerras, os problemas sociais e a política, a maior parte de seu conteúdo era composta de amenidades. Assim, se nos idos de 1914 *A Cigarra* era o “verão de cada quinzena”, nas décadas de 1940 e 1950, podia ser considerada “o verão de cada mês”! Além dos contos e novelas que ocupavam grande parte de suas páginas e dos já mencionados temas femininos, a revista trazia ainda a seção *Hora do Recreio*, que reunia passatempos como testes, curiosidades e palavras- cruzadas; reportagens sobre fofocas e novidades do cinema hollywoodiano, rádio e teatro e diversas colunas de humor.

Entre as décadas de 1940 e 1950, as reportagens veiculadas na revista eram produzidas pela mesma equipe de *O Cruzeiro* e abordavam principalmente temas leves, como esportes, costumes e fatos curiosos. Em setembro de 1951, a primeira matéria da revista era sobre a “História cruel nos bastidores do Box”. Na sequência, porém, o leitor podia se entreter com a amena e bem-humorada reportagem “Elas preferem os despenteados”, cujo tema era a preferência feminina pelos rapazes que usavam topetes. Em seguida, a natureza era o tema abordado na reportagem “A origem dos tigres” e por último um texto sobre D. Laura Drummond Alves Monteiro, que o repórter Richard Melsert afirmava ser a mais antiga das funcionárias públicas brasileiras a ocupar um cargo burocrático.

No mesmo período, a maior parte dos textos literários veiculados na revista eram traduções de aventuras, mistério, terror e fantasia, como, por

exemplo, “O Santo” do escritor e roteirista Leslie Chartieres (1907-1993), estória de aventura publicada em capítulos no início dos anos 1950 – que se tornou tão popular que nos anos 1960 ganhou uma versão televisiva no Reino Unido, estrelada por Roger Moore. Na mesma linha também eram publicados textos de Claude Ferrere, pseudônimo de Frédéric-Charles Bargone (1876-1957), ganhador do prêmio Goncourt de 1905, W. W. Jacobs, Vicki Baum, Andre Birabeau Stephen Vicente Benét (1898-1943), escritor e poeta americano ganhador do prêmio Pulitzer de 1929.¹⁵

Outros gêneros, como o romance e o drama, ainda que em menor escala, também tinham espaço no mensário, como as novelas assinadas por Nelson Rodrigues (sob o pseudônimo de Suzana Flag) ou os contos de Irvin Shaw (1913-1984).

Enquanto a literatura era concentrada em uma seção, o humor aparecia em vários espaços, como colunas periódicas ou em tirinhas que apareciam esporadicamente. Os quadrinhos “O Marido de Madame” (do qual trataremos adiante), a seção “Poste-Escrito” era de autoria de Millôr Fernandes, veiculado no final dos anos 1940 e substituído no início da década seguinte pela seção “A verdadeira história” de J. Rui, e colunas assinadas por Péricles (1924-1961) – famoso por seu personagem “O amigo da onça” (1943-1962) que aparecia semanalmente em *O Cruzeiro* – são exemplos de seções humorísticas veiculadas na revista.

As seções de humor, literária e feminina eram também bastante atrativas em termos visuais, sobretudo a partir de 1947, quando a revista ganha mais páginas coloridas e aprimora seus layouts e efeitos gráficos. Dentre os artistas gráficos que comumente atuavam na revista, estavam Armando Alves Pacheco (1913-1965), André Le Blanc (1921-1991), Santa

¹⁵ Grande parte dos textos estrangeiros publicados na revista era traduzida por Sérgio Buarque de Hollanda e Paulo Ronai.

Rosa (1909-1956) e Alceu Penna (1915-1980), os três primeiros atuando especialmente na seção literária e o último nas colunas dedicadas às mulheres.¹⁶

Se por um lado os ilustradores da seção literária muito provavelmente partiam do texto para criar imagens que ilustrassem as histórias ali veiculadas e colaborassem para gerar curiosidade em sua leitura, Alceu Penna, não só ilustrava as colunas femininas, como produziu uma determinada identidade visual para o espaço, no período 1947-1955, quando tem sua presença na revista é largamente ampliada.¹⁷

No período também é relevante o espaço ocupado pelas ilustrações de Alceu Penna, em média dez páginas por edição, ao passo que Santa Rosa, Andre Le Blanc e os outros ilustradores da seção literária assinavam uma ou duas páginas por edição. Outro diferencial que destacava o trabalho de Penna, é que as ilustrações das seções literárias muitas vezes eram preto e branco, ou usavam poucas cores. Já as imagens que figuravam nas seções femininas eram, em sua maioria, muito coloridas.

Portanto, a identidade visual conferida por Alceu Penna aos espaços que ilustrava e criava layouts, reforçava ainda mais o aspecto feminino, mundano e de entretenimento de *A Cigarra*. Nestas seções, até mesmo questões espinhosas que permeavam os casamentos de então, como a predominância dos maridos sobre as mulheres (HOBSBAWM, 1995), o papel de provedor do homem e de esposa, mãe e dona de casa da mulher eram retratadas de forma divertida ou, ensolarada no “verão de cada mês”.

¹⁶ Outros ilustradores de *A Cigarra* eram Mauro, E. Bianco, Humberto Barreiros e Jerônimo Ribeiro, sobre os quais não foram encontradas maiores informações.

¹⁷ A partir de maio de 1955, a revista recebe uma nova diagramação, organização e design gráfico. A seção feminina, antes veiculada no final da revista e com ilustrações coloridas, passa a circular no meio da revista e suas ilustrações deixam de ser coloridas. Além disso, a seção de moda, por exemplo, passa a receber fotografias e os desenhos de Alceu Penna ficam em algumas colunas femininas. Por esse motivo, o número de abril de 1955, é o último analisado.

Era do “jeitinho mineiro” e divertido que Alceu Penna iria não só criar uma identidade visual para as seções femininas da publicação, como também satirizar e, por consequência, colocar em questão a família patriarcal, que era ainda o principal modelo no Brasil dos anos 1950.

Alceu Penna e *A Cigarra* e juvenildade.

Em 1934, quando realizou suas primeiras capas para *A Cigarra*, Alceu Penna (1915-1980) ainda era um jovem artista gráfico, vindo da cidade mineira de Curvelo e recém-chegado ao Rio de Janeiro.¹⁸ Suas participações na revista acontecem de forma esporádica e especialmente em ilustrações para capas, até provavelmente 1944, quando passa a produzir também imagens que ilustravam a seção de moda no período em que a mesma foi assinada por Marion – cronista de moda que responsável pelos textos da seção no início dos anos 1940.¹⁹

Ainda que não seja possível precisar o motivo, no final de 1945, a seção de moda deixa de ser assinada por Marion, e ao mesmo tempo em que a participação de Alceu é interrompida. A seção é substituída por um texto mais enxuto que se concentrava em uma só página (antes tomava em média três ou quatro páginas da revista) que ocupava no máximo metade do espaço e era

¹⁸ Nesse período a revista, apesar de já haver se transferido para São Paulo, ainda preservava a identidade paulistana, pois seus anunciantes eram majoritariamente marcas e estabelecimentos paulistanos, como a City Pacaembu e Casa Alemã.

¹⁹ Nos números disponíveis no site do Arquivo do Estado, não há nenhuma informação sobre Marion. Assim, não é possível saber se era um pseudônimo, ou de fato o nome de alguma cronista da moda francesa como o nome sugere. Ainda que provavelmente vivesse no Brasil, uma vez que na edição de março de 1943, ao escrever sobre a importância do banho para a higiene da pele, diz que o banho é essencial, sobretudo em “climas quentes como o nosso” (*A CIGARRA*, mar. 1943, p. 82). Seu estilo, entretanto, era bastante diverso do de Alceu, o qual nas seções de moda que assinava por completo, ou seja, produzia texto e imagem, optava por dar mais ênfase às imagens do que ao texto. Já Marion, ainda atuava na linha das cronistas de moda do início do século, como Marinette na Revista Feminina, ou Madame Clemenceau, em *O Cruzeiro* (BONADIO, 2010; LIMA, 2012).

ilustrada com fotografias em preto e branco.²⁰ As colaborações de Alceu Penna em *A Cigarra* rareiam nesse período e aparecem em números esparsos sempre na seção de moda, somente em 1947 é que voltam a ser frequentes.

Em meados dos anos 1940, Alceu Penna já era um artista gráfico bastante conhecido no País, com um traço já amadurecido e uma visualidade própria, calcada no humor, sensualidade e cores vivas.²¹ Sua seção “As Garotas”, veiculada em *O Cruzeiro* desde novembro de 1938, era um sucesso de público, aparecendo frequentemente em chamadas na capa da revista como chamariz para a compra do periódico em suas capas, merecendo até uma versão radiofônica. Na mesma publicação assinava desde o início da década a seção de moda. Era muito requisitado para a criação de figurinos para espetáculos apresentados em Cassinos e Teatros, além de haver criado costumes para Carmen Miranda.²² A partir de 1945 e até 1952 passa também a atuar como artista gráfico para a publicação *Tricô & Crochê*, publicada pela Santista Têxtil – para a qual produzia ainda folhinhas sensuais. Nesse período realizava também projetos para capas de livro, discos, embalagens, publicidade e outros produtos. Em 1945, Alceu Penna era, portanto, um dos mais produtivos e populares artistas gráficos do País, sobretudo no âmbito da moda e dos figurinos.

Neste ponto, cabe perguntar: É possível classificar Alceu Penna como designer? Segundo Rafael Cardoso, “há uma certa dose de anacronismo em descrever como ‘designer’ alguém que provavelmente não reconheceria o sentido da palavra” (2005, p. 7). No Brasil, o mais comum é atribuir o termo aos profissionais que atuam na área a partir dos anos 1960, após a implantação

²⁰ Nos números consultados foram encontradas ilustrações de Alceu Penna em março e maio de 1946.

²¹ Sobre as características das ilustrações de Alceu Penna ver (PENNA, 2010; BONADIO, 2010).

²² Sobre os figurinos criados por Alceu Penna para Carmen Miranda, ver: (BONADIO; GUIMARÃES, 2010).

do primeiro curso superior de design industrial no País, ofertado a partir de 1963, na Escola Superior de Desenho Industrial, a Esdi – desde 1975 integrada à Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ). Entretanto, o autor ressalva que

durante os cento e cinquenta anos anteriores a tal data, eram exercidas entre nós atividades projetuais com alto grau de complexidade conceitual, sofisticação tecnológica e enorme valor econômico, aplicadas à fabricação, à distribuição e ao consumo de produtos industriais (CARDOSO, 2005, p. 8).

Assim, é possível afirmar que, mesmo não tendo uma formação específica na área do desenho industrial, Alceu Penna atuou como design gráfico.²³ Concordamos com Gabriela Penna quando ela afirma que Penna era “um artista gráfico versátil”.²⁴

As habilidades como designer gráfico ficarão ainda mais evidentes a partir de agosto de 1947, quando retorna à revista e suas colaborações se tornam mais frequentes e significativas, uma vez que passa a criar as ilustrações para o *Suplemento Feminino*, cujos textos sobre moda, beleza e elegância eram escritos por Elza Marzullo e posteriormente pela jornalista Helena Silveira (1912-1984).²⁵ Já nessas primeiras colaborações é possível vislumbrar que Alceu transporta para as imagens veiculadas no suplemento algumas características presentes em “As Garotas”, como a jovialidade, o despojamento e a descontração.

²³ Alceu Penna iniciou estudos em arquitetura na Escola de Belas Artes do Rio de Janeiro em 1933, mas nunca se formou. Segundo seu biógrafo Gonçalo Júnior (2010), durante o período, além das aulas de seu curso, assistiu também muitas disciplinas do curso de artes plásticas.

²⁴ Suas capas para a revista *Tricot & Crochê* aparecem no livro *Linha do tempo do design gráfico no Brasil* (MELO; RAMOS, 2012); e suas capas para a coleção *disquinho* são mencionadas no texto “Capas de discos: os primeiros anos”, de Egeu Laus (in: CARDOSO, 2005).

²⁵ Jornalista que irá expor na revista opiniões bastante avançadas em relação à época, as quais defendiam os direitos das mulheres relativos ao trabalho e colocavam em questão algumas das convenções sobre maternidade, comportamento e casamento então em voga.

A partir do momento em que passa a realizar ilustrações para várias das colunas dedicadas às mulheres, Alceu Penna parece preocupar-se em criar uma identidade visual que estabelecesse um diálogo entre esses espaços (que eram veiculados na sequência). Assim, era comum que uma determinada cor fosse utilizada como fundo para as ilustrações de diferentes seções femininas, utilizando “o projeto como meio de conjugar linguagens, redirecionar informações e criar identificação com o público” (CARDOSO, 2005, p. 13).

Na edição de outubro de 1951, por exemplo, um tom de amarelo limão era usado por Alceu Penna como fundo para as seções “O Marido de Madame” e “Moda”, e nas imagens, tons neutros (como marrom, cinza e preto) de algumas peças de roupa eram contrastados por cores vivas como rosa, azul-celeste, verde e roxo. Já em “Mocinha” e “Um teste para você” (cujo tema era o casamento), os tons suaves de azul predominavam, conferindo certa distinção e seriedade aos temas ali abordados, ainda que cores vivas também aparecessem e colaborassem para conferir um tom jovial às colunas – até porque, em razão dos conteúdos ali publicados, o público-alvo era as jovens, grupo que Alceu Penna conhecia e bem sabia agradecer.

Neste ponto, vale observar que nas seções de Alceu Penna em *O Cruzeiro* e *A Cigarra*, a concepção de juventude deixava de lado a ideia de “juventude transviada” – que então começava a emergir –, e retratava as jovens como “brotinhos”, ou seja, moças com corpos e mentes ainda em desenvolvimento, cheias de energia e vitalidade, ou como bem definiu Denise Sant’anna:

a ‘era dos brotos’ correspondia à valorização de atitudes arrojadas e imprevisíveis, por outro lado, também dava lugar a questionamentos, outrora raros, sobre as antigas obrigações familiares e os tradicionais deveres morais que, em grande medida, contrariavam a expansão da descontração corporal doravante difundida pela imprensa como se fosse uma qualidade essencial dos novos tempos (1994, p.2).

É possível que o destaque para as imagens juvenis e divertidas elaboradas por Alceu Penna fosse uma tentativa da direção de *A Cigarra* de atrair para a revista parte do público conquistado pelo ilustrador através da seção “Garotas” de *O Cruzeiro*. Os números apresentados no início deste texto indicam que entre o final da década de 1940 e meados da década de 1950, cresceu consideravelmente a popularidade da revista. Ainda que a ampliação da participação do ilustrador não tenha sido o único fator para o crescimento da popularidade da revista – visto que em pesquisa previamente apresentada o *Suplemento Feminino* não era o grande chamariz da revista –, pode-se acreditar que a maior participação do ilustrador tenha sido relevante nesse processo.

São inúmeros os exemplos da semelhança entre suas ilustrações e o formato das seções feitas para o *Suplemento Feminino* e para a coluna “As Garotas”. A seção “Mocinha”, por exemplo, além da proximidade semântica, irá, a partir de 1954, deixar de lado o texto corrido para ser veiculada em quadrinhos.

“Nove itens para um xampu perfeito”, veiculado em setembro de 1947 (*A CIGARRA*, set. 1947, p. 103), é outro exemplo de aproximação formal com a seção de *O Cruzeiro*. Nessa e em outras ilustrações para a seção de Beleza, o foco é o rosto das figuras – procedimento bastante comum também em “Garotas”.²⁶ Outra semelhança é que as figuras femininas representadas têm aparência jovem e parecem divertir-se e experimentar algum prazer no decorrer dos cuidados pessoais – o que ocorrerá em inúmeras situações relacionadas aos cuidados pessoais, como a maquiagem, as massagens e a ginástica –, antecipando assim uma prática que, segundo Denise Sant’Anna

²⁶ Segundo Maria Celeste Mira (2008), a utilização dos rostos femininos em foco nas capas das revistas seria uma estratégia para ampliar a proximidade entre leitoras e revistas e talvez o uso frequente desse procedimento por Alceu Penna, fosse uma das características de seu trabalho que ajudassem na aproximação e identificação com as leitoras.

(1995), iria se popularizar a partir dos anos 1960 na publicidade e revistas femininas, a de valorizar a higiene e a intimidade feminina (Fig. 1).

Figura 1. Nove itens para um xampu perfeito. (A CIGARRA, set. 1947)



NOVE ITENS PARA UM XAMPU PERFEITO

- a) — Escove o cabelo, em todas as direções, para retirar a casca e a poeira e abrir a circulação do sangue no couro cabeludo.
- b) — Amassa um pouco de azeite de oliva no de suas mãos, dobre as mãos e esfregue, com muita força, sobre o couro cabeludo.

- c) — Em seguida, uma com massagem para melhor distribuição e absorção do óleo.
- d) — Tudo molhado e sabido a generosa feita espuma, esfregue a água com bastante água quente, até não restar nenhuma espuma.
- e) — Não use sabão em massa, pois a flocos, que não se molha, serve ao seu cabelo.
- f) — Use de óleo para cabelos castanhos e de amêndoas para os cabelos claros.
- g) — Após estas ações, esfregue, para um xampu caseiro:

- Ovo e ralo, que limpam o couro cabeludo e tornam os cabelos mais brilhantes e macios.
- Limão, para combater a oleosidade excessiva e dar brilho aos cabelos.
- Se quiser que seu cabelo seja sempre doce, macio, brilhante e ainda mais, depois de seco, molhe-o e esfregue-o com leite.
- h) — Cabelos brilhantes e sedosos, um perfume especial.
- i) — Com um pouco de açúcar e limão, é a grande combinação de óleo para o cabelo.

Acervo: Arquivo Público do Estado de São Paulo.

Em “Convites de última hora”, de novembro do mesmo ano (p. 99), as moças que precisam se preparar rapidamente para o baile quase tiram risadas do leitor ao aparecerem um tanto desesperadas no preparo rápido da pele e do cabelo, mas felizes e satisfeitas ao final do processo – uma delas tem ar tão altivo que nem parece ter vivenciado tal sufoco!

Dentre as seções ilustradas por Alceu no período, as mocinhas só não estavam presentes na seção de moda, na qual davam lugar a moças com ares elegantes (por vezes esnobes) que imitavam poses características frequentemente utilizadas pelas modelos profissionais da alta costura. Era o tempo em que os ideais de juvenildade ainda não eram dominantes na moda, no qual Christian Dior considerava que “em se tratando de moda, há apenas duas idades, menina e mulher” (2009).²⁷ As meninas, uma vez ou outra, eram contempladas com alguns modelos, mas as mulheres eram o principal foco da seção. Naquele espaço, portanto, o traço de Alceu Penna era menos divertido e mais elegante, reproduzindo mulheres que vestiam modelos da alta-costura (ou mais raramente, das lojas de departamento ou estilistas norte-americanos), que transmitiam os ideais de sofisticação, classe e luxo que então caracterizavam a moda parisiense (LIPOVETSKY, 1987). (Fig. 2).

Entre as décadas de 1950 e 1960, os códigos de elegância vigentes prescreviam modelos diferentes para cada ocasião e até mesmo cada hora do dia, o que servia para Alceu Penna organizar a sua seção: em determinado mês divulgava modas para as tardes; em outro, roupas para formaturas; na edição de maio, as noivas, as demoiselles (damas de honra adultas) e as sugestões para a lua de mel eram o tópico principal.

Nas ilustrações reproduziam-se especialmente modelos de marcas de alta-costura, como Dior, Maggy Rouff, Marcel Rochas, Madeleine Rauch, Jacques Griffe, Lucien Lelong, Robert Piguet, Balenciaga, Balmain, Jacques Heim e Jacques Fath, mas também marcas americanas como Altman & Co., Lord & Taylor, Bergdorf and Goodman Franklin Simmons Jay Thorpe, Saks e Sally Milgrim.

²⁷ A partir de meados da década de 1960, a juventude se tornaria valor supremo para a moda e a partir de então, não mais as moças querem se parecer com suas mães, mas, as mães é que passam a desejar vestir roupas que as torne parecida com suas mães, como bem identificou o designer de moda Yves Saint Laurent citado por Gilles Lipovetsky (1989). Sobre o tema ver também Zimmermann, 2013.

Figura 2. *De Paris*. Ilustrações de Alceu Penna (A CIGARRA, ago. 1950)

Acervo Particular.

Nos números pesquisados não aparecem modelos nacionais, bem como roupas totalmente criadas por Alceu, tal como em *O Cruzeiro*, que começarão a ganhar espaço na revista na segunda metade da década de 1950, mas só predominarão a partir de 1960. Mesmo assim, seria inocente afirmar que suas ilustrações de moda, mesmo quando reproduzindo peças de costureiros, fossem cópias exatas dos modelos, pois a observação de croquis do ilustrador e de peças posteriormente veiculadas nas revistas permite afirmar que frequentemente se faziam algumas adaptações nos modelos.²⁸

²⁸ A partir da comparação dos cadernos de desenhos de Alceu Penna (Acervo Thereza Penna) e das seções publicadas em *O Cruzeiro*, podemos afirmar que, ao transpor para a seção os vestidos que desenhava nos cadernos por ocasião das visitas aos ateliês dos costureiros parisienses, ou a partir de fotografias, o ilustrador fazia frequentemente modificações, sobretudo nas cores e detalhes.

Já nos meses de Carnaval e Festa Junina, as roupas dos costureiros ou marcas internacionais eram substituídas por sugestões de fantasias para os festejos. Como também acontecia em *O Cruzeiro*, os trajes – criações de Penn a – seguiam sempre as linhas da moda então dominante, ainda que as padronagens, cores e ornamentos fossem trabalhadas com mais liberdade pelo ilustrador e muitas vezes fizessem referência a temas nacionais, que posteriormente seria amplamente explorados pela moda brasileira (BONADIO; GUIMARÃES, 2010; PINTO, 2009).

“O Marido de Madame”: um outro modelo de casamento

Embora a moda não fosse o tema central dos quadrinhos “O Marido de Madame”, a madame em questão, Lolita, ainda que aparentasse ser uma jovem adulta, vestia-se seguindo as linhas da moda parisiense. A personagem, uma criação conjunta de Alceu Penna (ilustração) e Álvaro Armando (texto)²⁹ ocupou, ao lado do seu marido Gonçalo, duas páginas por edição durante seis anos, entre 1948 e 1954.³⁰

“O Marido de Madame” parece não ter sido um grande sucesso de público, pois além da curta duração, a seção não é lembrada em relatos e memórias, tal como acontece com as “Garotas” – sem dúvida o maior sucesso de Alceu Penna. Ainda assim, há alguns pontos comuns entre os dois trabalhos, o que evidencia a existência de um estilo que percorria o trabalho humorístico

²⁹ Álvaro Armando é um pseudônimo utilizado provavelmente pelo casal de editores Helena Ferraz de Abreu e Maurício Ferraz. Há divergências nas informações a respeito do uso do pseudônimo: algumas referências apontam que quem o fazia era Helena, mas Gonçalo Junior, em seu livro *A Guerra dos gibis* (2004), afirma que Maurício era quem usava. Outra possibilidade é que o pseudônimo fosse usado por ambos, já que coincidia com a junção dos nomes dos filhos do casal, Álvaro e Armando, prestando então uma homenagem.

³⁰ Ao observar a revista, é possível supor que o casal tenha sido substituído por Verinha, Sônia e Ana Maria, as jovens da seção “Mocinha” que a partir de meados de 1954 passam a ser representadas em quadrinhos, porém, sem a mesma graça de Lolita e Gonçalo, uma vez que, apesar da linguagem visual jovem das HQs, os textos da seção ganham um caráter ainda mais moralista do que anteriormente.

de Alceu Penna, no qual as mulheres que representava pareciam reverter situações comumente associadas à submissão feminina³¹.

Em “Garotas” (1928-1964), as moças representadas eram sempre muito bonitas, sensuais e, ao mesmo tempo, divertidas e um pouco ingênuas – ainda que muitas vezes se considerassem ardilosas. Apareciam flertando em ocasiões sociais (por vezes, com mais de um rapaz ao mesmo tempo), paquerando o professor, abusando da bebida no Carnaval, ou em situação de comando perante os homens. Por outro lado, também estavam frequentemente em busca de um marido rico, um compromisso sério e, sobretudo, um casamento, que era, ou deveria ser, o objetivo maior de todas as moças no período. Frequentavam as praias da Zona Sul do Rio de Janeiro (principalmente Copacabana), iam ao centro da cidade, a eventos sociais, como bailes e festas, e até viajavam! Eram típicas representantes da classe média alta da cidade, em que as histórias eram ambientadas.

Tal como nos quadrinhos “O Marido de Madame”, o humor presente nos diálogos e expressões dos personagens suavizava os comportamentos desviantes retratados em “Garotas”, como aponta Gabriela Penna: “nesse sentido, ao mesmo tempo em que o humor possibilitava explorar questões incomuns na coluna e jamais discutidas em aberto, ele transformava aquelas ilustrações inanimadas em entidades mais próximas da realidade” (2010, p. 96).

A história em quadrinhos representava o cotidiano de um casal que parecia pertencer à classe média, do Rio de Janeiro, pois, vez ou outra, dificuldades financeiras eram apontadas, mas em algumas situações parecia ter uma vida mais confortável, contando inclusive com uma empregada. Outro

³¹ A seção é lembrada em dois livros de memórias editados nos últimos dez anos: *Feliz 1958: o ano que não devia terminar* (SANTOS, 2003) e *O mundo não acabou* (VILLAS, 2006). As “Garotas” foram também, tema da exposição *As Garotas do Alceu*, Museu de Arte da Pampulha, Belo Horizonte, 18 de abril a 1^o de maio de 2005. Há ainda três mestrados e dois livros, além de diversos artigos publicados desde o início dos anos 1990. Os livros são respectivamente de Júnior (2004) e Penna (2010), e os mestrados Joffily (2002), Penna (2007) e Campos (2010).

indício é que Lolita estava sempre usando as roupas da moda e Gonçalo vestindo terno e gravata, o que indica que provavelmente realizasse algum trabalho de escritório.³²

A descrição dos personagens, quando de sua primeira aparição na revista, permite que o leitor entreveja o que virá pela frente:

Ela: Bonita e elegante,
 Uma ‘gilda’ de mulher,
 Ele: tímido, hesitante
 Só fazendo o que ela quer’
 “Ela - chama-se Lolita.
 Ele – chama-se Gonçalo.
 Mas quando a esposa é bonita
 Quem canta não é o galo! (A CIGARRA, out. 1948, p. 111).

As imagens criadas por Alceu Penna reforçam a descrição em rimas. Lolita é representada dentro dos padrões de beleza então dominantes. Cabelos escuros de comprimento médio, num estilo que lembra o então adotado por Elizabeth Taylor, cintura fina e pele clara. Roupas à moda e gestos delicados completavam a caracterização da jovem senhora. Já seu marido não era dotado de grande beleza: o rosto não seguia os padrões dos astros cinematográficos, como Montgomery Cliff ou Gregory Peck, atores que então arrebatavam suspiros das moças; era arredondado, com grandes bochechas, queixo pequeno e pescoço curto! As linhas um tanto desproporcionais conferiam um ar ingênuo e desengonçado ao personagem. Óculos redondos, gravata borboleta e cabelo “arrumadinho”, ou seja, repartido de lado e sem um fio fora do lugar, completavam o visual do “Marido de Madame”.

³² Desde a década de 1830, o conjunto camisa, calça, gravata e paletó (por vezes também o colete) em cores neutras formam o conjunto que os historiadores e sociólogos da moda convencionaram chamar de “roupa do homem de negócios”, que a partir do século XX seria entendida como a roupa de grande parte dos homens que ocupam altos cargos administrativos, ou trabalham em escritórios. Para saber mais ver: (CRANE, 2006; SOUZA, 1987).

Ainda que o principal personagem masculino fosse denominado Gonçalo, o título da história referia-se a ele apenas como marido, trazendo aqui uma inversão curiosa, pois, na época, o comum era as mulheres terem seus nomes suprimidos em prol dos sobrenomes dos esposos. Nas colunas sociais, as mulheres eram denominadas Sr^a Fulana ou Sr^a. Beltrano, perdendo seus primeiros nomes e conseqüentemente parte de sua identidade, como bem apontou Marisa Corrêa em seu estudo *Antropólogas e antropologia* (2003). Já no quadrinho de *A Cigarra*, Gonçalo (de quem não sabemos o sobrenome) era, no título e nas histórias, o “Marido de Madame” ou o marido de Lolita.

O casal quebra ainda com a imagem exemplar da família nuclear, pois não tem filhos e em nenhuma das tiras há indícios de que estão planejando tê-los. As histórias revelam também que a dupla vivenciava uma relação conjugal um pouco “fora do comum”, pois apesar de Gonçalo ser o provedor do lar, era a esposa quem possuía poder e domínio sob o marido. Ainda que o humor atenuasse a situação, a história deixa evidência que era Lolita quem tomava as decisões em casa – mesmo estas decisões se baseassem, sobretudo em seus caprichos ou desejos de consumo. Desta maneira, “O Marido de Madame” aponta uma alteração no modelo vigente, pois o marido é que está associado a uma imagem de submissão na relação conjugal.

Essa inversão está presente já na primeira aparição do casal, quando as amigas de Lolita aparecem para jantar:

Lolita- Tem gente para jantar.

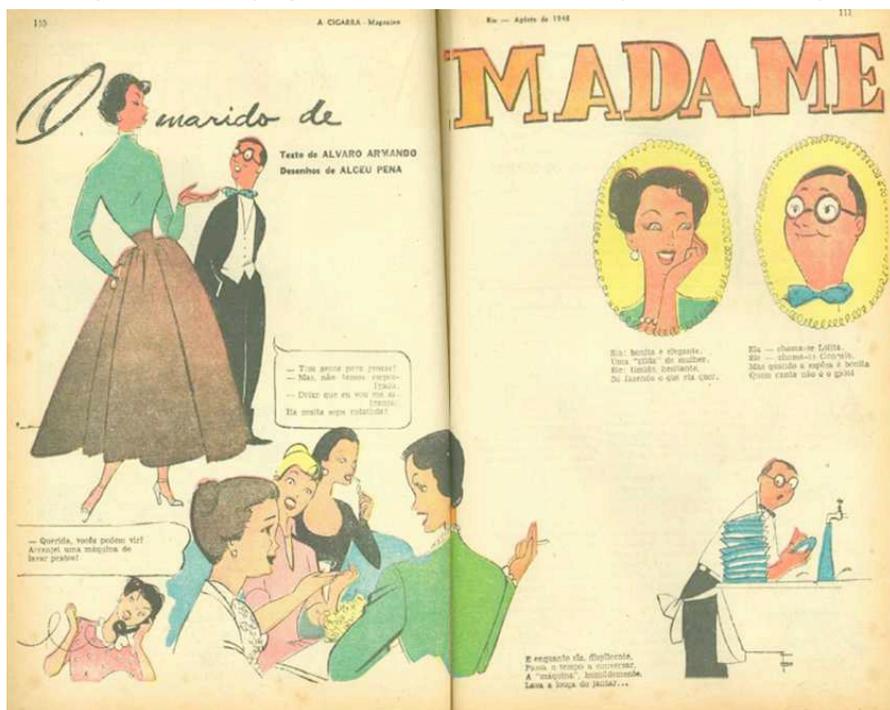
Gonçalo – Mas não temos empregada.

Lolita – Deixa que eu vou me arranjar. Há muita sopa enlatada (A CIGARRA, out. 1948)..

Na primeira parte da narrativa, duas coisas chamam a atenção. A primeira é que, ao contrário do que se poderia esperar, Lolita não vai “colocar mais água no feijão”, mas sim recorrer à sopa enlatada, o que indica que

provavelmente a moça não tinha lá grandes dotes culinários (como deveria ter a mulher ideal naquele período). A personagem, então, se arranja com a sopa enlatada e recebe as amigas para o jantar. Após a refeição, Lolita aparece fumando e conversando animadamente com as amigas, enquanto Gonçalo, ou “sua máquina de lavar”, cuida da louça (Fig. 3).

Figura 3. Primeira aparição da coluna *O marido de madame*. (A CIGARRA, out. 1948)



Acervo: Arquivo Público do Estado de São Paulo.

O que os quadrinhos em questão deixam subentender é que, se Gonçalo não podia pagar uma empregada ou/e comprar uma máquina de lavar, que fosse ele mesmo cuidar da limpeza da louça! Ou seja, nada dos tradicionais conselhos “A desordem em um banheiro desperta em um marido a vontade de ir tomar banho em outro lugar”! (*Jornal das Moças*, apud BASSANEZI, 1996, p. 121).

Na mesma tira, o segundo elemento que reforça a inversão de papéis é a representação gráfica do casal, na qual Gonçalo é retratado em menor escala que sua esposa, de tal forma que o personagem precisa inclinar o pescoço para cima para poder ouvir Lolita – cuja saia esconde parcialmente o corpo do marido. Mesmo que em algumas histórias seja possível observar que Gonçalo era mais alto que Lolita, o recurso de representá-lo em menor escala é frequentemente utilizado por Alceu Penna.

Também os tipos usados na grafia do título reforçam o papel submisso de Gonçalo, pois a palavra “marido” é grafada em caixa baixa e letra de traços finos, ao passo que “madame” é grafada em caixa alta, com *serifa* em tamanho grande, com contornos em preto e miolo em vermelho. Enquanto “O marido de” não ocupa pouco mais que a metade da página, a palavra “madame”, preenche toda a extensão da página que se segue, consequentemente transmitindo ideia de superioridade.

O texto também deixa claro que Lolita está longe de atender ao perfil feminino então idealizado. Como a primeira história da série já indica que Lolita não sabe cozinhar e, em inúmeras ocasiões, irá alimentar o marido com enlatados ou sanduíches. Em *Lolita é cozinheira*, veiculada em abril de 1953, a personagem, conta o texto, está sem cozinheira e se vê obrigada a preparar as refeições. Os dons de Lolita na cozinha, entretanto, não impressionam e o marido terá de se contentar com sanduíches de presunto com limonada!

Outra tarefa frequentemente associada aos cuidados com a família e, por conseguinte, ao feminino, é a costura, mas Lolita também não parece ser habilidosa nessa área! Em “A vida de casado é boa”, a história foca as reflexões de Gonçalo sobre o que esperava do casamento quando solteiro:

Um homem precisa
Casar-se cedo e ligeiro
Pra ter botões na camisa (A CIGARRA, ago. 1950).

Ou seja, sua expectativa era que sua mulher cuidasse das tarefas domésticas, dentre as quais pregar os botões de sua camisa. No entanto, o que vemos na história é o próprio Gonçalo costurando-os – e “sendo observado” nessa tarefa por um retrato de uma altiva Lolita (Fig. 4).

Figura 4. “O marido de madame: A vida de casado é boa... .” (A CIGARRA, ago. 1950)



Acervo Particular.

Ao contrário do que alardeavam as revistas femininas, mesmo *A Cigarra* em outras seções dedicadas às mulheres, Lolita, através de seus desejos de consumo, deixava claro que o salário do marido poderia ser melhor, pois nem sempre ela podia comprar as roupas, mobílias e outros bens que desejava – ainda que tentasse persuadir o marido a fazê-lo.

Na história publicada em abril de 1949, Lolita aparece analisando o que pode ser o holerite ou o extrato bancário do marido após ele receber aumento e pensando nos itens que gostaria de comprar. A Gonçalo, que aparecia com ares satisfeitos na primeira ilustração, só restava a expressão preocupada (registradas nos dois últimos quadros) ao pensar como atenderia aos pedidos da esposa.

O que se nota nos exemplos citados e em várias outras situações retratadas na HQ é que o casamento ali representado fugia do modelo então vigente, no qual:

Tarefas domésticas como cozinhar, passar, lavar, cuidar dos filhos e limpar a casa eram consideradas deveres exclusivamente femininos. Dentro de casa, os homens deveriam ser solicitados apenas a fazer pequenos reparos (PINSKY, 1997, p.626).

Neste ponto, novamente é possível traçar conexões com as “Garotas”, pois tanto lá como cá, era através do riso e do humor que Alceu Penna explorava situações inusitadas e socialmente condenáveis à época, sem causar rejeição ao comportamento de seus personagens. Assim, enquanto suas jovens personagens podiam ter dois namorados ao mesmo tempo, ou embriagavam-se em demasia no Carnaval, a jovem senhora Lolita não dominava as artes domésticas e Alceu fazia graça da situação!

Também na mesma linha de comportamento das personagens de *O Cruzeiro*, Lolita mandava e desmandava em Gonçalo – deixando de lado, mais um dos preceitos comumente veiculados na imprensa feminina e entendidos como “natural” pelo senso comum: a obediência ao marido. Primeiramente, Gonçalo nunca aparece em posição de autoridade, ao contrário, recebe as ordens de Lolita e, na maioria das vezes, obedece sem pestanejar. Exemplo é a seção veiculada em outubro de 1949, quando, ao ganhar um cãozinho, Lolita resolve levá-lo para dormir com ela, e “tira da cama Gonçalo” – que na cena seguinte aparece carregando coberta e travesseiro diante do sofá.

Já em fevereiro de 1950, a personagem, mais uma vez com o dedo em riste para o marido, informa que deseja viajar, mas fica em dúvida sobre como fará com a alimentação do mencionado cão. Depois de avaliar a situação, conclui que Gonçalo irá fazê-lo e parte sozinha em sua viagem. A imagem de Lolita ao lado das malas e elegantemente vestida toma conta da segunda página

da história, enquanto, ao lado, Gonçalo aparece numa escala menor, acenando para o avião da esposa com um lençinho na mão.³³

Lolita também se encaixa no modelo de mulher retratado por Alceu na seção “Garotas” em *O Cruzeiro*,

mais independente e individual, que, mesmo vivendo em uma sociedade ainda conservadora, muitas vezes prestava atenção em seus anseios e sonhos, colocando-se em primeiro lugar em relação ao homem e aos papéis tradicionalmente impostos a ela (PENNA, 2010, p. 147).

A observação dos dois trabalhos permite delinear um estilo de representação feminina proposta por Alceu Penna, que privilegiava através de seu traço a criação de mulheres divertidas, elegantes e sedutoras, que driblavam de forma matreira as normas sociais então em vigor. Assim, seus trabalhos ao mesmo tempo em que demonstravam aspectos da sociedade patriarcal, traziam uma mulher “à frente de seu tempo”. “Devido ao seu olhar incomum, Alceu Penna ilustrou mulheres que, mesmo se encaixando nos padrões conservadores, deram (...) um respiro da realidade monótona e preconceituosa da época” (PENNA, 2010, p. 118).

Considerações finais

Numa sociedade onde “*A mulher exigente e dominadora*, o oposto da boa esposa, eram atribuídos os maiores obstáculos à felicidade conjugal, prometida apenas às mulheres essencialmente femininas que soubessem colocar o marido em primeiro lugar” (PINSKY, 1997, p. 631), na qual a “mulher perfeita” deveria ser dócil, ter aptidão para as atividades domésticas, a maternidade, ser econômica e nunca reclamar ou insinuar falta de dinheiro – uma vez que tais ações colocariam em questão a eficiência do papel masculino de provedor, não

³³ Também chama a atenção na coluna a presença de uma cozinheira negra, chamada por Álvaro Armando de “preta, gorda e baiana”, mesmo que o traço de Alceu não a registrasse assim.

resta dúvida: a “esposa” de Gonçalo fugia ao tipo ideal. Era uma dona de casa às avessas. Não cozinhava, não costurava, não tinha filhos e deixava claro, através de suas ações, que o dinheiro do marido não era suficiente aos seus anseios de consumo. Ao ter de decidir entre ter uma geladeira ou um casaco de pele, Lolita ficava com o segundo e ainda levantava o dedo para Gonçalo a fim de convencê-lo de suas razões, como na tira publicada em julho de 1949.

Numa comparação com os tipos femininos propagados pelo cinema, estava mais para a *good-bad-girl* – da qual Marilyn Monroe era a principal expoente – do que para as mocinhas idealizadas interpretadas por Doris Day (MORIN, 1989).

Era uma personagem de ficção, mas poderia ser uma moça à frente do seu tempo que começava a romper com os papéis estabelecidos. Encaixava-se, assim, no perfil individualista que começava a ganhar mais espaço na sociedade após a Segunda Guerra, até tornar-se dominante no final do século XX e que se fará sentir, como bem apontou Eric Hobsbawm em *A Era dos Extremos* (1995), sobretudo no âmbito do privado e da família.³⁴ A valorização da individualidade aparece ainda nas ilustrações que faz para a seção *Mocinha*, nas quais algumas jovens mostram-se satisfeitas no momento dos cuidados pessoais.

Por fim, uma das questões mais colocadas nos debates acerca dos estudos de gênero *versus* produção imagética é o fato de que as imagens que povoam a arte e a cultura de massas são majoritariamente produzidas por e para os homens (e seu deleite) (BERGER 1999; TOTA, 2000).³⁵ Lolita, bem como as tantas mocinhas que povoavam as páginas da revista (e também as “mulheres de papel” que exibiam as novas modas em *A Cigarra*), se encaixavam nessa

³⁴ Sobre o tema ver também (LIPOVETSKY, 1989; SANT’ANNA, 2001).

³⁵ A dominação masculina no “mundo as imagens” vem sendo bastante questionada pelas teóricas feministas, como por exemplo, a já citada Teresa de Lauretis (1994), e também por artistas feministas, como as Guerrilas Girls (<http://www.guerrillagirls.com/>).

situação, eram elaboradas por um homem, de acordo com o cânone de beleza propagado por Hollywood, o que certamente agradava ao olhar masculino – como já observou Gabriela Penna em *Vamos Garotas!*(2010). Embora não pretenda resolver tal questão, esse artigo aponta que tais produções podem agir de maneira ambígua, propagando ao mesmo tempo uma imagem feminina a partir de um olhar masculino e colocar em questão os papéis de gênero. Alceu Penna o fez através do traço e do humor.

Referências

- BASSANEZI, Carla Beozzo. *Virando as páginas, revendo as mulheres*. Revistas femininas e relações homem – mulher, 1945-1964. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- BARTHES, Roland. *Inéditos. v 3: Imagem e Moda*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BENJAMIM, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: *Obras Escolhidas: Magia, Técnica, Arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BERGER, John. *Modos de ver*. Lisboa: Edições 70, 1999.
- BONADIO, Maria Claudia. O Croqui: Algumas interpretações possíveis. In: MARQUES FILHO, Adair; MANSO, Míriam da Costa (Orgs.). *Modos de ver a moda*. Goiânia: Editora PUC, 2010.
- BONADIO, Maria Claudia; GUIMARAES, Maria Eduarda. Alceu Penna e a construção de um estilo brasileiro: modas e figurinos. *Horizontes antropológicos*, Porto Alegre, v. 16, n. 33, p. 145-175, jun. 2010.
- BUTTONI, Dulcília. *Mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa brasileira*. São Paulo: Loyola, 1981.
- CAMPOS, Daniela Queiros. *Espectros de anos dourados: imagem, arte gráfica e civilidade na coluna Garotas da revista O Cruzeiro (1950-1964)*. Porto Alegre, 2010. Dissertação (Mestrado em História) - PUC-RS, 2010.
- CARDOSO, Rafael (Org.). *O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica (1870-1960)*. São Paulo: Cosac & Naif, 2005.
- CRANE, Diana. *A moda e seu papel social*. São Paulo: Senac, 2006.

CRESPINO, Regina Aída. Produção literária e projetos político-culturais em revistas de São Paulo e da cidade do México, nos anos 1910 e 1920. *Iberoamericana*, v. 70, n. 208/209, p. 677-695, jul./dic. 2004.

DIOR, Christian. *Pequeno Dicionário da Moda*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

ELEUTÉRIO, Maria de Lourdes. O lugar da emancipação da mulher no periodismo paulista (1888-1930). *Iberoamericana*, v. 70, n. 208/209, p. 653-663, jul./dic. 2004.

HIGONNET, Anne. Mulheres. Imagens e representações. In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle. *História das Mulheres no Ocidente*, v. 5. Porto/São Paulo: Edições Afrontamento/Ebradil, 1993.

HOBSBAWM, Eric. *Era dos extremos: O breve século XX: 1914-1991*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

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

JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. Lisboa: Edições 70, 1994.

JUNIOR, Gonçalo. *A guerra dos gibis: a formação do mercado editorial brasileiro e a censura aos quadrinhos, 1933-1964*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

JUNIOR, Gonçalo. *Alceu Penna e As Garotas do Brasil: moda e imprensa*. São Paulo: Manole, 2010.

LAURETIS, Teresa. A tecnologia do gênero. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de. (Org.). *Tendências e impasses: feminismo como crítica da cultura*. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

LIMA, Laura Ferrazza. Uma mulher fala de moda feminina: as colunas de Madame Clemenceau em 'O Cruzeiro' de 1929 a 1931. *Iara: Revista de Moda, Cultura e Arte*. São Paulo, v. 5, n. 1, p. 22-45, maio. 2012.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOTTITO, Márcia Padilha. *A cidade como espetáculo: publicidade e vida urbana na São Paulo dos anos 20*. São Paulo: Annablume, 2000.

MELO, Chico Homem de; RAMOS, Elaine. *Linha do tempo do design gráfico no Brasil*. São Paulo: Cosac & Naif, 2012.

MELLO, João; NOVAIS, Fernando. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: NOVAIS, Fernando. (Org.). *História da vida privada no Brasil*, São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

- MIRA, Maria Celeste. *O leitor e a banca de revistas. A segmentação da cultura no século XX*. São Paulo: Olho d'água, 2008.
- MORIN, Edgar. *Estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.
- PASSERINI, Luisa. Mulheres, consumo e cultura de massas. In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle. *História das Mulheres no Ocidente, v 5*. Porto/São Paulo: Edições Afrontamento/Ebradil, 1993.
- PEDRO, Joana Maria; PINSY, Carla Bassanezi. *Nova História das Mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2012.
- PENNA, Gabriela. *Vamos garotas! Alceu Penna: moda, corpo e emancipação feminina (1939-1957)*. São Paulo: Annablume, 2010.
- PERROT, Michelle. Escrever uma história das mulheres: relato de uma experiência. *Cadernos Pagu*. Campinas, v. 4, p. 9-28, 1995.
- PINTO, Bruna Martins. *Baianas de Alceu. O Cruzeiro (1934-1964)*. São Paulo, 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Bacharelado em Design de Moda) - Centro Universitário Senac, 2009.
- PINSKY, Carla Bassanezi. Mulheres dos anos dourados. In: PRIORE, Mary Del (Org.); *História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 1997.
- PRADO, Sabrina G. *Imagens femininas na revista A Cigarra. São Paulo 1915/1930*. São Paulo, 2003. Dissertação (Mestrado em História) - PUC, São Paulo, 2003.
- SANTOS, Joaquim Ferreira dos. *Feliz 1958: o ano que não devia terminar*. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. *Políticas do corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.
- SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. *Corpos de Passagem: Ensaio sobre a subjetividade contemporânea*. São Paulo: Estação Liberdade, 2001.
- SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. Representações sociais da liberdade e do controle de si. 1994. Disponível em: <http://www.historica.arquivoestado.sp.gov.br/materias/antiores/edicao05/materia01/liberdade.pdf>. Acessado: 14 jul. 2013.
- SCOTT, Joan. El género: una categoría útil para el análisis histórico. 1996. Disponível em: <http://www.herramienta.com.ar/cuerpos-y-sexualidades/el-genero-una-categoria-util-para-el-analisis-historico>. Acessado: dez. 2012.
- SOUZA, Gilda de Mello. *O Espírito das Roupas: A moda no século XIX*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

TOTA, Anna Lisa. *A sociologia da arte: do museu tradicional à arte multimédia*. Lisboa: Estampa, 2000.

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

