

# ESBOÇOS SOBRE A TRAJETÓRIA DE ALCEU PENNA NOS *DIÁRIOS ASSOCIADOS*: MODA, CORPO E IDENTIDADES.

Sketches about the Alceu Penna's trajetory in *Diários Associados*:  
*fashion, body and identities.*

JAQUELINE MORAES DE ALMEIDA<sup>1</sup>

## Resumo

Alceu de Paula Penna nasceu em 1915, na cidade de Curvelo, Minas Gerais. Foi um importante colaborador nas revistas dos *Diários Associados*. No semanário *O Cruzeiro*, Alceu ganhou destaque pela coluna de humor "As Garotas", que circulou de forma ininterrupta entre os anos de 1938 e 1964. Já no mensário *A Cigarra* – revista lançada em 1914 por Gelásio Pimenta e adquirida por Assis Chateaubriand na primeira metade da década de 1930 – Penna foi reconhecido por seu trabalho junto ao suplemento "A Cigarra Feminina", dirigido pela jornalista Helena Ferraz de Abreu. No segmento, foi responsável pelas ilustrações das seções "Elegância e beleza", assinada por Elza Marzullo; "Mocinha", de Tia Marta; "O marido de madame", HQ escrita por Álvaro Armando; entre outras. Diante dos programas relacionados à preservação de uma identidade feminina, divulgados pela imprensa, refletiremos sobre a importância dos trabalhos desenvolvidos pelo artista.

## Palavras-chave

Cultura Visual. Imprensa. Gênero. Alceu Penna. Moda.

## Abstract

Alceu de Paula Penna was born in 1915 at Curvelo, Minas Gerais. He was an important contributor in *Diários Associados* magazines. In a weekly *O Cruzeiro*, Alceu gained prominence for his work "As Garotas", a column of humor that circulated continuously between 1938 and 1964. In a monthly publication *A Cigarra*, magazine launched in 1914 by Gelásio Pimenta and get by Assis Chateaubriand in the first half of 1930's, he was acknowledged by his works with the supplement "A Cigarra Feminina", directed by the journalist Helena Ferraz de Abreu. In that segment, he was responsible for the illustrations of sections "Elegância e beleza", signed by Elza Marzullo; "Mocinha", by Tia Marta; "O marido de madame", comics written by Álvaro Armando; etc. Before programs related to preservation of a female identity, published by the press, we will reflect about na importance of works developed by the artist.

## Keywords

Visual Culture. Press. Gender. Alceu Penna. Fashion.

---

<sup>1</sup> Mestranda do Departamento de História da UNICAMP  
E-mail: jaquelinemoraesalmeida@gmail.com

## Introdução

Uma revista não é apenas uma fonte documental, capaz de revelar aspectos de um período. Como produto da história, ela pode e deve ser analisada/problematizada, também, como um objeto, cercado por ideias e intenções daqueles que o produziram e o consumiram de alguma maneira. Se *ladies loves their magazines* – frase de um diálogo presente na série norte-americana *Mad Men* -, provavelmente muitas mulheres aceitaram e incorporaram as normativas ali divulgadas. Pensando no pós-guerra, momento de reorganização dos papéis de gênero, pretendemos refletir sobre as iniciativas propagadas pela imprensa no intuito de oferecer parâmetros às leitoras. Analisaremos, assim, os trabalhos desenvolvidos pelo artista gráfico e figurinista mineiro Alceu de Paula Penna (1915 – 1980), divulgados nas revistas dos *Diários Associados* – conglomerado de empresas de mídia fundado por Assis Chateaubriand (1892 – 1968). Em *O Cruzeiro*, Alceu ficou conhecido pela coluna “As Garotas”, lançada no final da década de 1930; já em *A Cigarra* – impresso paulistano fundado em 1913 pelo jornalista Gelásio Pimenta (1879 – 1924) e, mais tarde, adquirido Chatô –, colaborou especialmente no suplemento “A Cigarra Feminina”, ilustrando seções como “Mocinha”, “Elegância e beleza”, e “O marido de madame”. Ao explorar aspectos dos conteúdos visuais de cada segmento mencionado, pretendemos entender e destacar a importância dos trabalhos de Penna na divulgação de novas possibilidades relacionadas às identidades femininas do período (1940 – 1950).

### **As Garotas de O Cruzeiro: aspectos visuais**

Encantado com as figuras femininas do *The Saturday Evening Post*, uma revista semanal norte-americana, Accioly Netto (então diretor de redação) foi até à residência de Alceu, a fim de lhe encomendar uma coluna semelhante para a publicação em *O Cruzeiro* (NETTO, 2011, p. 84). Algum tempo depois, alguns jornais dos *Diários Associados* anunciaram “As Garotas”, uma grande novidade oferecida pela revista semanal de Chatô. Na coluna, Alceu Penna – responsável pelos desenhos – trabalhou em parceria com diversos escritores: Accioly Netto, Millôr Fernandes (Vão Gôgo), Edgar Alencar (A. Ladino), Maria

Luíza Castelo Branco (PENNA, 2010, pp. 18-9). Apesar de tratar com humor assuntos relacionados aos interesses femininos e de ser, portanto, muito apreciada pelas leitoras – que muitas vezes se identificavam com as personagens –, a coluna não esteve alocada em uma seção propriamente direcionada às mulheres.

Ao ilustrar uma série de jovens expressivas e vestidas com primor, Alceu Penna conquistara a atenção de um significativo grupo consumidor de *O Cruzeiro*: as garotas. De acordo com o biógrafo Gonçalo Junior, desde o lançamento da coluna, “todas as jovens de 14 a 21 anos se espelhavam em suas garotas: o jeito de vestir, a dança, as atitudes, as ideias, o penteado, a maquilagem, a fantasia, o vestido de noiva etc.” (JUNIOR, 2011, p. 93). Pesquisadores que estudaram o segmento impresso – hoje caracterizado como um dos principais trabalhos desenvolvidos por Penna – consideram que o artista gráfico foi pioneiro na divulgação de aspectos relacionados à emancipação feminina. Enquanto tal reflexão, muito ampla e complexa, permanece válida e discutível, outra, mais concentrada na visualidade da coluna, faz-se talvez mais palpável.



Fig. 1: “Garôtas vão ao mar”, sem data.  
Fonte: JUNIOR, 2011.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo IBOPE (Distrito Federal), em julho de 1945, fatores como falta de oportunidade e de tempo, questões econômicas e analfabetismo separavam aqueles sujeitos que realmente eram leitores de revistas e jornais daqueles que apenas almejavam tais leituras. Pensando na divisão socioeconômica daquele período e, também, nos índices relativos à alfabetização, pode-se deduzir que a maioria dos brasileiros estava alocada no segundo grupo citado. Dessa forma, ainda que *O Cruzeiro* ocupasse a posição “número um” relacionado ao ranking das revistas mais lidas/consumidas no Brasil, seu verdadeiro e amplo alcance era dificultado por diversas questões estruturais. Sendo a informação um bem de consumo, os editoriais e as propagandas de um impresso – seja jornal ou revista – deveriam estar de acordo com as principais normas e os principais gostos dos consumidores. A mesma pesquisa feita pelo IBOPE mostrou que, dos entrevistados, “não apenas só as mulheres se apresentam em maior número como leitoras de revistas, como também leem mais revistas, *per capita*, do que os homens.” (Pesquisa IBOPE, julho de 1945 – Arquivo Edgard Leuenroth). Assim, durante o período estudado, temos que as revistas que circulavam em território nacional eram, provavelmente e principalmente, lidas/consumidas por mulheres pertencentes às classes mais abastadas.

Pensando em uma característica da modernidade, a busca por uma identidade sólida (CRANE, 2006, p. 451), as *Garotas* de Alceu – visualmente representadas como jovens mulheres, abastadas o suficiente para portar roupas de moda e frequentar lugares da alta sociedade – podem ter oferecido às leitoras mais novas uma série de repertórios relacionados ao modo de vestir, às atitudes e às escolhas. Finalmente, então, e graças ao trabalho desenvolvido por Alceu Penna, as filhas adolescentes das senhoras leitoras de *O Cruzeiro* conseguiriam se identificar com algum segmento da revista. Portanto, sem ignorar os principais “aspectos culturais” e as reivindicações do público leitor, o artista gráfico materializou, por meio de suas influências e seus traços, uma nova forma de representação associada à mulher.

As observações acerca da coluna, publicada de forma ininterrupta durante 26 anos, não param por aqui; Maria Cláudia Bonadio e Gabriela Ordenes Penna, por exemplo, dedicaram-se unicamente ao estudo das “Garotas”. Preferimos, assim, atribuir especial atenção, ainda que de forma

breve, às representações visuais inseridas no segmento. De qualquer maneira, atentamos para a importância dos conteúdos textuais divulgados junto às ilustrações, uma vez que eles – ainda que permeados por um humor atenuante e aparentemente desprezioso – poderiam ressaltar ou minimizar as mensagens propostas por intermédio dos traços de Alceu.

### **Moda, corpo e comportamento em “A Cigarra Feminina”.**

Depois de adquirida pelos *Diários*, *A Cigarra* passou a circular mensalmente; e, apesar de contar com alguns mesmos colaboradores de *O Cruzeiro*, a sua direção foi confiada ao intelectual paulista Menotti Del Picchia (1892 – 1988). Durante a sua gestão, a partir da segunda metade da década de 1930, um suplemento feminino passou a circular na revista, divulgando ilustrações (sem autoria expressa) de tendências da moda internacional, receitas culinárias, dicas relacionadas à beleza, cuidados domésticos etc. Visualmente, o segmento era pouco organizado; as imagens de moda, por exemplo, não eram acompanhadas de qualquer legenda explicativa. Ainda assim, e apesar da escassez de informações relacionadas à diretora da grande seção – uma mulher chamada Marion – e aos colaboradores, é possível traçar um perfil do suplemento, de modo a perceber quais eram, na época, os assuntos divulgados e assumidos como “pertinentes” ao universo feminino.

Depois de passar uma temporada nos Estados Unidos – mas sem perder o vínculo com os *Diários Associados* –, Alceu voltou a ilustrar as páginas de *A Cigarra*; desta vez, no entanto, esteve ao lado da desconhecida Marion, assumindo as imagens associadas à moda internacional. Importante destacar que, durante quase toda a primeira metade da década de 1940, as ilustrações – inicialmente, aquelas sem autoria e, depois, as de Alceu Penna – foram as principais porta-vozes das tendências de moda. De forma bastante rara, fotografias de figurinos foram divulgadas nas páginas do suplemento feminino<sup>1</sup>. Além disso, os editoriais ainda se apresentavam de maneira bastante amadora, sem referências de autoria, por exemplo.

---

<sup>1</sup> Segundo Dominique Veillon, a ocupação nazista em Paris durante a Segunda Guerra Mundial foi responsável por alterar, de forma muito significativa, as lógicas da alta costura e do mercado de moda, seja na própria França ou nos demais países ocidentais (VEILLON, 2004).



**Fig. 2: Figurinos de Alceu para o “Suplemento Feminino” de Marion (agosto de 1945).  
Fonte: *A Cigarra*, Arquivo Público do Estado de São Paulo.**

Do final do ano de 1945 até junho de 1948, o suplemento feminino de *A Cigarra* foi comandado por Elza Marzullo (? – 1997), já conhecida por muitos leitores por ter sido a apresentadora do programa “Elegância e Beleza”, da rádio *Tupi*. Com ela, o segmento ganhou um novo formato, mais amplo e organizado. As fotografias de moda, importadas dos Estados Unidos, voltaram a estampar as páginas do suplemento; e, na maioria das vezes, cada figurino era comentado. Outras marcas da direção de Marzullo foram as pequenas colunas relacionadas às dicas de beleza e a importância atribuída às estrelas de Hollywood – figuras como Rita Hayworth e Lana Turner, por exemplo, eram expostas como importantes referências às leitoras.



**Fig. 3: Fotografias voltam a ilustrar o “Suplemento Feminino” novembro de 1945.**  
**Fonte: A Cigarra, Arquivo Público do Estado de São Paulo.**

Logo após o término da Guerra, Alceu Penna embarcou em sua primeira viagem à Europa, onde permaneceu por sete meses – três deles em Paris (JUNIOR, 2011, p. 226). Ao que tudo indica, tal experiência foi fundamental para a carreira do artista, fornecendo-lhe certezas acerca dos caminhos que deveria seguir: “Após esse contato de Alceu com o renascimento da moda francesa, numa entrevista aos Diários Associados assim que voltou ao Brasil, o desenhista revelou também seu desejo de ingressar no mundo da moda como figurinista.” (JUNIOR, 2011, p. 230). Enquanto esteve fora, assumiu compromissos com o diretor de *O Cruzeiro*, Accioly Netto: mesmo distante, Alceu continuaria o trabalho junto à coluna “As Garotas” e, além disso, assumiria o cargo de correspondente internacional. Deduzimos, assim, que o texto denominado “O Teatro da Moda fará volta ao mundo”, publicado no suplemento feminino de *A Cigarra* (janeiro de 1947), tenha autoria do artista mineiro.

Em junho de 1948, *A Cigarra* divulgou um novo segmento voltado às leitoras: “A Cigarra Feminina”, com direção da jornalista Helena Ferraz de Abreu (1906 – 1979) e colaborações diversas, entre as quais podemos destacar as de Elza Marzullo e a de Alceu Penna. Uma entrevista com Helena

publicada no jornal *Diário da Noite*, em 1º de junho de 1948, revelou uma das principais intenções da grande seção:

Abordada se a revista teria caráter feminista, a sra. Helena (...) disse que não. A revista não seria feminista, mas feminina. A “favor” das mulheres, mas nunca “contra” os homens. A política é esta: nada de “contra”. A mulher pode concorrer para um mundo melhor, se ela começar tornando melhor o mundo de sua casa. (*Diário da Noite*, 1948 – Acervo de Arnaldo Ferraz de Abreu)

“A Cigarra Feminina” foi idealizada pela diretora da seguinte forma: uma capa, contendo um sumário, a lista de colaboradores e uma crônica; “Menina e moça”, depois conhecida como “Mocinha” – uma seção com conselhos para as jovens leitoras; o já conhecido “Consultório sentimental”; “Modas e modos”, um espaço para a divulgação das últimas tendências em moda, com versinhos relacionados às atitudes femininas; “Minha vida em suas mãos”, segmento assinado por G. de Setubal; duas páginas reservadas para conto ou novela; “Quatro cantos”, sobre a organização do espaço doméstico; “Cantam as Cigarras”, reservado para a divulgação de poesias; “Quem é a mulher mais interessante da História?”, com opiniões de intelectuais brasileiros; “Espelho mágico”, a seção de beleza assinada por Marzullo; “Cadeira de balanço”, com dicas sobre tricot e crochet; “Copa e cozinha”, com receitas culinárias; “O rei da casa”, um seção sobre puericultura, por um pediatra; e, por fim, os figurinos de Alceu Penna.

Com algumas exceções, as ideias da jornalista foram concretizadas e divulgadas nas páginas de *A Cigarra*, uma das revistas mensais mais consumidas na época. A partir dos títulos das seções e colunas, podemos identificar novamente os assuntos que eram considerados e propagados como “próprios” às leitoras. “A Cigarra Feminina” se dirigia tanto à “mocinha” – adolescente ou jovem solteira – quanto à “madame”, mulher madura e já casada. Por isso, e por conta de uma série de ambiguidades de cercaram o período, não concordamos que a revista tenha reunido esforços para divulgar um único tipo de identidade feminina, e sim alguns. Esses tipos poderiam variar de acordo com o status social, a localidade e a faixa etária das leitoras.



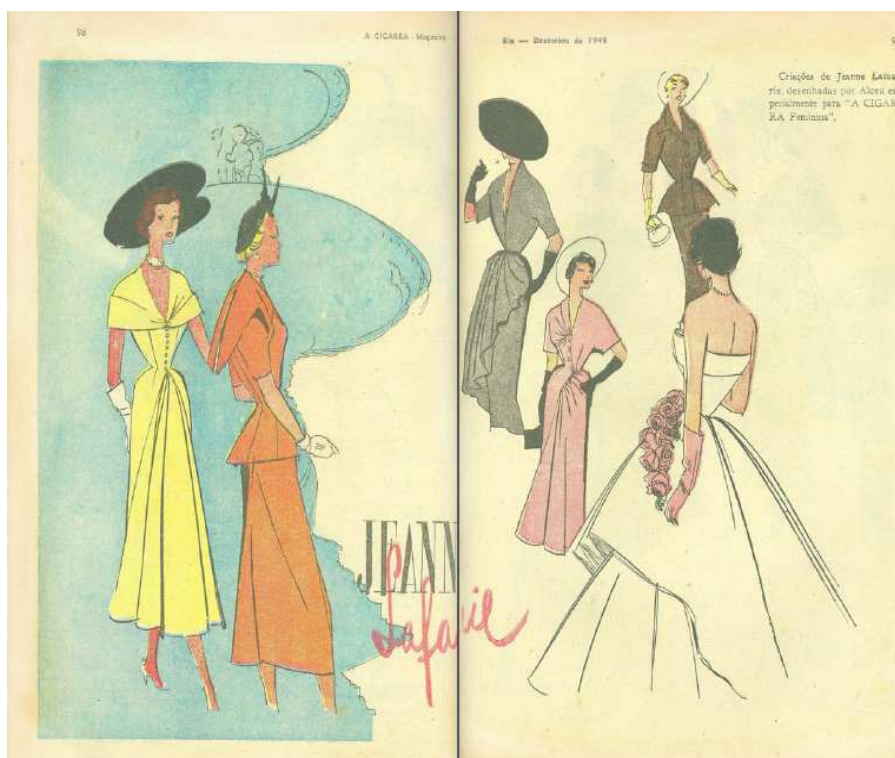


**Figs. 4 e 5: Respectivamente, capa do projeto de “A Cigarra Feminina”, sem data; Capa do suplemento publicado em janeiro de 1953.  
Fontes: Acervo sr. Arnaldo Ferraz de Abreu; *A Cigarra*, Arquivo Público do Estado de São Paulo.**

Como dito anteriormente, as experiências vividas por Alceu Penna em terras estrangeiras foram de grande importância para o desenvolvimento de sua carreira – seja como ilustrador ou como figurinista. No final da década de 1940, mais do que criador das “Garotas”, o artista era conhecido por seus croquis e por seu domínio em relação às criações de moda estrangeira. Nas revistas dos *Diários*, Alceu era o grande responsável pelas seções de figurinos; além de desenhar mulheres vestidas com peças da última moda, ele indicava, em formato textual, a autoria, as cores e os tecidos de cada *look*. Diferente da coluna *Garotas*, cujo destaque contemplava a figura feminina como um todo (corpo, expressões, vestimenta), nas seções de figurinos, todo o destaque era atribuído à *toilette*.

Vale também dizer que os croquis de Alceu Penna passaram por evidentes transformações, chegando inclusive a acompanhar uma possível “história do desenho de moda”. No final dos anos 40 e durante a primeira metade da década seguinte, por exemplo, suas figuras femininas apresentavam silhuetas bastante alongadas e esbeltas, e posavam de diferentes maneiras e ângulos, de modo a sugerir não apenas múltiplos detalhes de uma mesma peça, mas também um quê de elegância – elegância

esta que conversava diretamente com os famosos conselhos da cronista Elza Marzullo.



**Fig. 6: Seção de figurinos assinada por Alceu Penna, dezembro de 1949. Fonte: A Cigarra, Arquivo Público do Estado de São Paulo.**

Mas a seção acima não foi a única contribuição de Penna para “A Cigarra Feminina”; o artista também foi o responsável por criar uma identidade visual ao segmento, diferenciando-o das demais partes da revista. Quase todas as páginas do suplemento (cerca de trinta) eram ilustradas, algumas mais – porque o conteúdo textual por vezes pedia alguma exemplificação visual – outras menos. Exemplificando o primeiro caso, podemos citar três seções: “Mocinha”, assinada por Tia Marta (provavelmente um pseudônimo utilizado por Maria Luiza Castelo Branco), “Elegância e Beleza”, de Elza Marzullo, e “O marido de madame”, com textos de Álvaro Armando (pseudônimo masculino de Helena Ferraz).

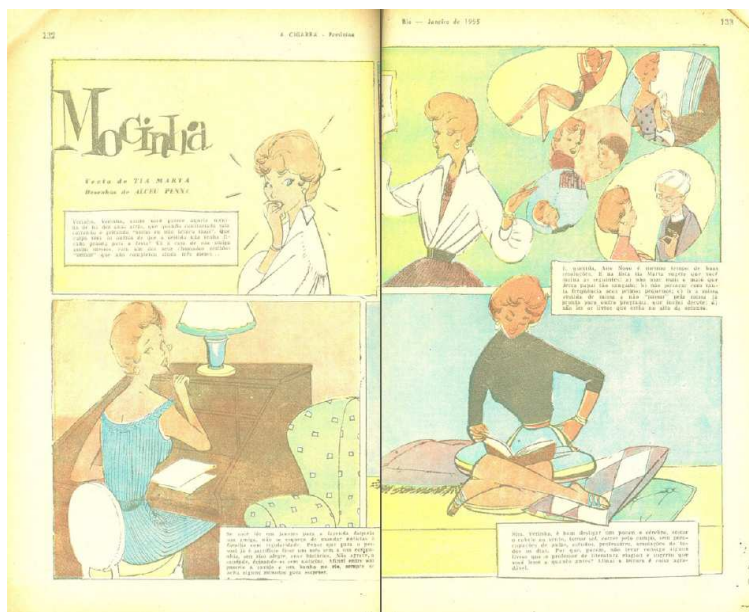
De acordo com João Braga e Luís André, “Mocinha” seria uma variação da coluna “Garotas”, “com desenhos de jovens sempre vestidas com primor, acompanhados de textos curtos, em tom proverbial dos conselhos de uma amorosa tia sobre questões um tanto pueris das moçoilas da época” (BRAGA e PRADO, 2011, p. 232). De fato, e por diversas razões, ambas as

seções “conversavam” com o público leitor mais jovem – meninas solteiras, em idade escolar. Evidentemente, as partes visuais também conservavam semelhanças, uma vez que eram produzidas pelo mesmo artista. Entretanto, diferente do humor que cercava as *garotas*, os textos dirigidos às *mocinhas*, a partir de uma linguagem mais extensa e séria, eram carregados de normativas. Os conselhos de Tia Marta eram legitimados por seu tempo/experiência de vida(**Fig. 7**).

Um fator que deve ser levado em consideração na formulação de hipóteses geradas a partir da observação das diferenças entre as seções é a importância local de cada revista. Cabe dizer que *A Cigarra* foi pensada para ser um veículo de informação dos e para os paulistas; enquanto *O Cruzeiro* “nasceu” no Rio de Janeiro, tendo muitos cariocas como colaboradores e consumidores. Enquanto Verinha e Ana Maria, as sobrinhas de Marta, deveriam estar concentradas nos estudos, as *garotas* de Alceu aproveitavam o sol das praias do Rio. Pensando nas possibilidades oferecidas pelo ambiente litorâneo e nas principais características das jovens desenhadas por Alceu Penna, a afirmação de Julia O’Donnell – ainda que faça referência a um outro tempo (década de 1920) – é muito pertinente:

(...) entre os moradores da CIL [Copacabana, Ipanema e Leblon] a moda parecia ter mais legitimidade que a própria lei. À imoralidade e à promiscuidade a que os conservadores ligavam os trajes de banho, a aristocracia praiana respondia com a afirmação de seu mais forte princípio: o alinhamento dos padrões internacionais de civilidade e de modernidade, a partir de características da realidade local. (O’DONNELL, 2013, p. 155)

“Laboratórios da modernidade”, as praias cariocas permitiram que as *garotas* de carne e osso incorporassem práticas e poses pertencentes às figuras de Alceu.



“E, querida, ano novo é mesmo tempo de boas resoluções. E, na lista, Tia Marta sugere que você exclua as seguintes: a) não usar mais o maiô que deixa o papai tão zangado; b) não pirraçar com tanta frequência seus primos pequenos; c) ir à missa vestida de missa e não ‘passar’ pela missa já pronta para outro programa que inclui decote (...).”

**Fig. 7: Seção “Mocinha”, assinada por Tia Marta, janeiro de 1955. Fonte: A Cigarra, Arquivo Público do Estado de São Paulo.**

Ainda sobre a seção, valeria a pena destacar três pontos. O primeiro diz respeito à relação entre o corpo jovem e as vestimentas que cobrem esse mesmo corpo – conteúdos pensados e apresentados pelo ilustrador. Ora, sendo uma seção essencialmente voltada às “mocinhas”, Alceu Penna, a partir dos códigos e das ferramentas disponíveis, teve por missão fabricar imagens que, de alguma maneira, pudessem remeter àquele público, nem infantil nem adulto. Por isso, a vestimenta adquire um lugar de especial importância, interferindo na maneira como nós, os receptores, interpretamos aquelas imagens. O segundo ponto tem a ver com o conflito – que, na seção, aparece de forma constante – entre o desejável e o repudiável nas atitudes e nas escolhas das mocinhas. Novamente, então, as roupas aparecem como tema, como no excerto transcrito anteriormente (**Fig. 7**). Por fim, o último ponto toca nas mudanças – bastante perceptíveis ao longo da trajetória da seção – do vestuário utilizado pelas sobrinhas de Marta. Se no início do segmento, por volta do final da década de 1940, as mocinhas vestiam peças baseadas nos modelos da alta costura francesa, a partir da segunda metade dos anos 1950, são as calças cigarretes, as camisas, os blusões e as sapatilhas... os elementos visuais que acabaram formando a toilette daquelas jovens.

Mais simples, talvez, seja a análise das ilustrações presentes na seção comandada por Elza Marzullo. Em *Elegância e beleza*, as imagens

tinham a função de exemplificar, visualmente, o conteúdo textual apresentado. Com o passar do tempo, a seção investiu na divulgação de séries de exercícios físicos para o corpo. A novidade exigiu que a seção fosse apresentada de maneira muito didática. De acordo com Denise de Sant’Anna, apesar da importância ainda conferida ao rosto, “o corpo inteiro começava a insinuar-se no cinema e nas fotonovelas como lugar de cuidados permanentes” (SANT’ANNA in PEDRO e PINSKY, 2012, p. 112). Assim, além de propagar o ideal, os meios de comunicação investiram na propaganda relacionada aos benefícios de se ter um corpo saudável e de acordo com os padrões vigentes. De maneira frequente, as ilustrações – e mais tarde, as fotografias – evidenciavam a alegria e o prazer de uma mulher frente à execução dos exercícios propostos pela revista.

Em uma carta endereçada à Lili (possível apelido de Maria Amélia Whitaker), Helena Ferraz comentou sobre a ideia de criar, em “A Cigarra Feminina”, uma seção de conselhos destinados a jovens casais. Tal ideia provavelmente tenha dado origem à HQ “O marido de madame”, com versos de Álvaro Armando e ilustrações de Alceu Penna. Assim como em “As Garotas”, o humor marcou a linguagem da seção, atenuando as consequências do jogo de inversões de papéis de gênero presentes no cotidiano do casal Gonçalo e Lolita. Os desenhos de Alceu foram essências para a caracterização das personagens, conforme observaram Maria Claudia Bonadio e Thaís Boaventura:

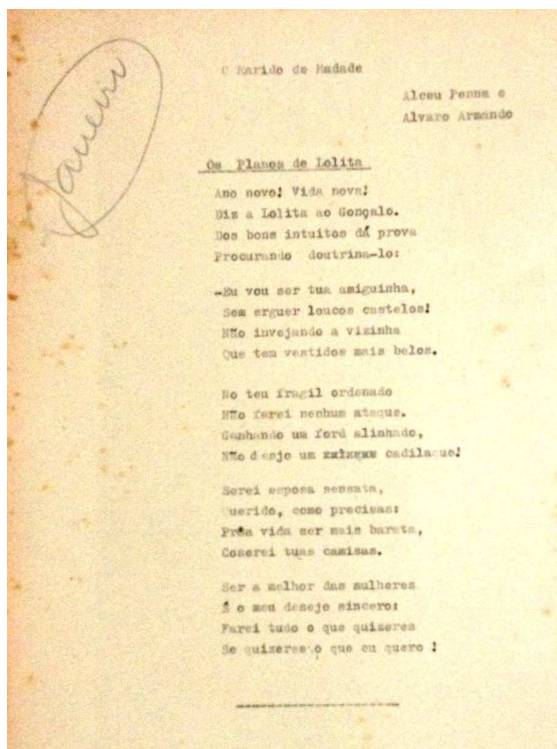
Lolita é representada dentro dos padrões de beleza então dominantes. Cabelos escuros de comprimento médio, num estilo que lembra o então adotado por Elizabeth Taylor, cintura fina e pele clara. (...) Já seu marido não era dotado de grande beleza: o rosto (...) era arredondado, com grandes bochechas, queixo pequeno e pescoço curto (...). As linhas um tanto quanto desproporcionais conferiam um ar ingênuo e desengonçado ao personagem. (BOAVENTURA e BONADIO, 2013, p. 672)

Sem deixar de ser a “rainha do lar” – que não trabalha fora do ambiente doméstico e que é visivelmente impecável em seus modos –, Lolita, por meio de sua inteligência, beleza e audácia, sempre acaba conseguindo ludibriar o marido, de forma a conseguir o que deseja: novos vestidos e casacos, uma “máquina de lavar louça” (ou o próprio Gonçalo), viagens etc. A inversão de papéis proposta pela HQ, ainda que atenuada pelo humor dos

versos e dos desenhos, pode ter – e essa é a hipótese defendida – influenciando diversas leitoras, casadas ou não. O cotidiano de Lolita e do marido de madame – Gonçalo é quase um personagem anônimo – acabou por desconstruir a ideia que qualifica o matrimônio como algo sério e sagrado, o ponto alto da vida de uma mulher.

A cada historinha, Helena Ferraz – desde muito jovem acostumada às palavras e aos versos de teor sarcástico – dava uma verdadeira aula sobre como *não* ser a tal esposa ideal – figura bastante explorada pelas mídias do período. As mensagens, conforme já mencionado, eram atenuadas pelo humor e pelas caricatas ilustrações de Alceu. Na imagem a seguir (**Fig. 9**), Lolita aparece deslumbrante: usa um vestido azul de festa, provavelmente muito dispendioso (a quantidade de tecido, sugerida pelas pregas, dá espaço para tal hipótese), com cintura marcada e comprimento longuíssimo. Seu elegante visual é completado por luvas brancas e joias (brinco e colar de pérolas). A madame – expressão do padrão de beleza então vigente – ocupa espaço bastante considerável na HQ, concentrando as atenções dos observadores. Gonçalo, no entanto, quando próximo e comparado à esposa, aparece menor; e, com exceção do último frame, apresenta sempre a mesma expressão.

Fundamental – ainda mais para um artista como Alceu Penna – na caracterização de cada personagem da HQ, as vestimentas também eram responsáveis pela identificação social do casal. Com frequência, Gonçalo aparecia trajando terno, enquanto Lolita – sempre impecável – parecia seguir a risca os conselhos de beleza oferecidos por Elza Marzullo e as dicas de toilette dadas por Penna. Essas formas de expressão, além de outras, acabavam por identificar o casal como parte de uma classe média carioca.



**Os planos de Lolita**  
 Ano novo! Vida nova!  
 Diz Lolita ao Gonçalo.  
 Dos bons intuitos dá prova  
 Procurando doutriná-lo:

- Eu vou ser tua amiguinha,  
 Sem erguer loucos castelos!  
 Não invejando a vizinha  
 Que tem vestidos mais belos.

No teu frágil ordenado  
 Não farei nenhum ataque.  
 Ganhando um *ford* alinhado,  
 Não desejo um *cadilac*!

Serei esposa sensata,  
 Querido, como precisas:  
 Pra vida ser mais barata,  
 Coserei tuas camisas.

Ser a melhor das mulheres  
 É o meu desejo sincero:  
 Farei tudo o que quiseres  
 Se quiseres o que eu quero!

Fig. 8: “Os planos de Lolita”, documento original.  
 Fonte: Acervo do sr. Arnaldo Ferraz de Abreu.



Fig. 9: “Os planos de Lolita”, ilustrado e publicado em *A Cigarra*, janeiro de 1951.  
 Fonte: Arquivo Público do Estado de São Paulo.

## Considerações finais

A importância dos trabalhos desenvolvidos por Alceu Penna não fica restrita à qualidade e inovação de seus traços; ela também envolve o elevado alcance de suas produções. Em uma época em que as estações de rádio e os impressos funcionavam como verdadeiros porta-vozes dos acontecimentos e das novidades, os desenhos do artista mineiro estiveram presentes no cotidiano e na mentalidade de diversos brasileiros. Suas *pin-ups* alavancaram as vendas de *O Cruzeiro* e ofereceram novos padrões e possibilidades às jovens leitoras. Quase todas as garotas pertencentes às classes média e alta, leitoras da *magazine* de Chatô, desejavam ser como aqueles brotos de papel. Com a ajuda do humor, presente tanto na coluna “Garotas” como na história em quadrinhos “O marido de madame”, propostas ousadas para a época foram divulgadas sem censura e, de alguma maneira, incorporadas pelos leitores. Além disso, como colunista de moda e figurinista, Alceu é lembrado por seu envolvimento não apenas com a divulgação das principais tendências internacionais, mas também pela valorização das características físicas e comportamentais das brasileiras e pela adaptação de modelos estrangeiros às necessidades e preferências locais. Nesse sentido, a moda, para Alceu Penna, funcionou como verdadeiro instrumento de emancipação, capaz de vestir e de representar as novas garotas do Brasil.

## Referências bibliográficas

BOAVENTURA, Thaís; BONADIO, Maria Claudia. Alceu Penna e as representações gráficas do casamento e da juventude na revista *A Cigarra* (1947-1955). *Diálogos*, v. 17, n.2, p. 649-683, mai.-ago./2013.

BRAGA, João; PRADO, Luís André do. **História da moda no Brasil**: das influências às autorreferências: 2ª edição. Barueri: Disal, 2011.

CRANE, Diana (trad. Cristina Coimbra). **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Senac, 2006.

JUNIOR, Gonçalo. **Alceu Penna e as garotas do Brasil**: moda e imprensa (1933-1975). Barueri: Amarilys, 2011.



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

O'DONNELL, Julia. **A invenção de Copacabana**: culturas urbanas e estilos de vida no Rio de Janeiro (1890-1940). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2013.

PENNA, Gabriela Ordones. **Vamos, garotas! Alceu Penna**: moda, corpo e emancipação feminina (1938-1957). São Paulo: Annablume; Fapesp, 2010.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. “Sempre bela” *in*: PEDRO, Joana; PINSKY, Carla Bassanezi. **Nova História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012.

VEILLON, Dominique (trad. André Telles). **Moda & guerra**: um retrato da França ocupada. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

## Fontes

*A Cigarra* (1914-1955) – Acervo do Arquivo Público do Estado de São Paulo.

Acervo IBOPE (Pesquisa realizada em julho de 1945) – Arquivo Edgard Leuenroth – Unicamp.

*Diário da Noite* (1948) – Acervo pessoal de Arnaldo Ferraz de Abreu.

Cartas e demais documentos de “A Cigarra Feminina” – Acervo pessoal de Arnaldo Ferraz de Abreu.