

FOTOGRAFIA

REVISTA DO GLOBO: INSCRIÇÃO DO CONTEXTO HISTÓRICO E DA IDENTIDADE NACIONAL BRASILEIRA EM FOTOGRAFIAS DE MODA DA DÉCADA DE 1940

Revista do Globo: historical context inscription and the Brazilian national identity in fashion photographs from 40's

Cátia Silene Kupssinskü*
Juracy Assmann Saraiva**

RESUMO

Este artigo visualiza a *moda* como um fenômeno social que contribui para formar e transformar identidades, ao mesmo tempo que as representa. Ela determina normas e regras que sofrem impactos de alterações econômicas, sociais, políticas, impulsionando, dessa forma, o sistema cíclico, que caracteriza a moda, traduzindo, por meio dos significados inerentes às suas representações, características do tempo no qual ela se evidencia. A partir desse posicionamento, o artigo analisa traços da identidade nacional brasileira, expressos em fotografias de moda publicadas na *Revista do Globo*, na década de 1940. Essa década foi marcada por transformações culturais, motivadas pela Segunda Guerra Mundial, da qual decorreu um movimento de valorização da nacionalidade brasileira. Tais fotografias, produzidas para divulgar a moda, ao serem analisadas sob preceitos de semiótica, revelam essas transformações e demonstram a tentativa de afirmar a nacionalidade brasileira, cuja identidade está amparada em representações simbólicas que a valorizam.

* Doutoranda e Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale, com bolsa da Capes/Fapergs. Graduada em Moda pela mesma instituição. E-mail: <catiask@terra.com.br>.

** Pós-Doutora em Teoria Literária pela Universidade Estadual de Campinas. Professora e pesquisadora na Universidade Feevale. Bolsista de produtividade do CNPq. E-mail: <jjas@sinos.net>.

Revisão: Ernani Mugge

Data de submissão: 6.6.2018

Data de aceite: 20.11.2018

Palavras-chave: Moda. Cultura. Identidade. *Revista do Globo*.

ABSTRACT

This article visualizes *fashion* as a social phenomenon that contributes to the shaping and transformation of identities, while representing them at the same time. It determines norms and rules, which suffer the impacts of economic, social, and political changes, thus boosting the cyclical system that characterizes fashion – which translates, through the inherent meanings in its representations, characteristics of the time in which it is evidenced. Based on that, the article analyzes the traces of Brazilian national identity, expressed in fashion photographs, published by *Revista do Globo*, in the 1940s. This decade was marked by cultural transformations motivated by the Second World War, and the arising trend of valorization of Brazilian nationality. The photographs produced to display that decade's fashion, when analyzed under the rules of Semiotics, reveal these transformations and evidentiate the attempt to affirm the Brazilian nationality – whose identity is supported by symbolic representations that value it.

Keywords: Fashion. Culture. Identity. *Revista do Globo*.

1 Introdução

O vínculo entre moda, cultura e identidade se evidencia pelo fato de a moda ser um fenômeno social que institui costumes e hábitos coletivos, que se diferenciam entre grupos sociais. Os diferentes padrões de conduta, oriundos da moda e de suas representações, distinguem indivíduos, concebendo e representando, assim, dessemelhantes faces identitárias, individuais e coletivas. É dessa forma que a relação entre moda, cultura e identidade se alicerça: a moda é expressão de cultura, a cultura define diferenças, e as diferenças definem identidades.

Assim como interfere em questões identitárias, a moda também sofre interferências de aspectos históricos, econômicos, sociais, políticos e de avanços tecnológicos, os quais impulsionam suas transformações cíclicas, processo mediante o qual ela se configura como reflexo dos períodos em que se manifesta. Sendo assim, por meio da moda e dos significados inerentes às suas representações, é possível reconhecer características socioculturais e identitárias, em recortes temporais distintos.

Neste artigo, a moda é tomada como objeto de análise, com o intuito de destacar traços da identidade nacional brasileira na década de 1940, período em que aconteceram importantes transformações culturais, motivadas pela Segunda Guerra Mundial e pelo movimento de valorização da nacionalidade brasileira.

Visto que refletem fatos históricos e transformações da sociedade no período em que foram produzidas, as fotografias de moda, publicadas na *Revista do Globo*, na década de 1940, são tomadas como *corpus* da análise. Elas afirmam a nacionalidade brasileira, por meio de elementos que a valorizam e, diante dos quais, os brasileiros reconhecem sua cultura. A escolha da *Revista do Globo* como fonte justifica-se por sua relevância e por ter assumido um posicionamento nacionalista, condizente com a década de 1940.

1.1 O estreito vínculo entre moda e identidade

A moda, como fenômeno social, estabelece estreito vínculo com questões identitárias. Esse elo é evidenciado por estudiosos que registram a origem da moda e também por aqueles que conceituam moda, cultura e identidade. No que tange à moda e à sua origem, é possível afirmar que ela é constituída por “um sistema de signos por meio do qual os seres humanos delineiam a sua posição no mundo e a sua relação com ele”. (CALANCA, 2008, p. 16).

A moda marca a história das civilizações, conquistando “todas as esferas da vida social” (CALANCA, 2008, p. 13) e influenciando nos comportamentos e costumes. Entretanto, ela “não pertence a todas as épocas nem a todas as civilizações” (LIPOVETSKY, 2009, p. 24), pois, no período pré-histórico e na Antiguidade, a vida coletiva dos seres humanos se desenvolveu “sem o culto das fantasias e das novidades, sem a instabilidade e a temporalidade efêmera” (2009, p. 24) que a caracterizam como sistema de representação identitária individual e coletiva. (MENDES; HAYE, 2003).

O surgimento da moda “como sistema, com suas metamorfoses incessantes, seus movimentos bruscos, suas extravagâncias” (LIPOVETSKY, 2009, p. 24) é datado, por estudiosos do tema, entre os séculos XIV e XV, na Corte de Borgonha, que atualmente integra o território da França. (SVENDSEN, 2010). Nesse período, o poder feudal da Idade Média teve seu declínio e foi, gradualmente, substituído “por estados dinásticos com governos de poder absoluto”. (BURNS, 1957). A transição do feudalismo para o capitalismo ganhou consistência, permitindo a emergência de nova classe social, chamada *burguesia*. (SVENDSEN, 2010).

Os burgueses reconheciam a superioridade da aristocracia (GODART, 2010) e visualizavam o *vestir* como forma de representação identitária e de *status* social. (ROCHE, 2007). Portanto, não hesitavam “em expressar, por meio de suas vestimentas e de seus acessórios luxuosos, sua nova força política, econômica e social” (GODART, 2010, p. 23), na intenção de se assemelharem aos integrantes da aristocracia e da nobreza. Entretanto, na medida em que os burgueses conquistavam essa proximidade, por meio da semelhança

representada pela cópia de costumes, surgia um movimento de reação por parte dos nobres, que buscavam novos hábitos, novas formas de vestir, para que a distinção entre classes se mantivesse.

Com efeito, pesquisas acerca da origem da moda evidenciam a relação entre moda, cultura e identidade, visto que a cultura abarca “todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, costumes, ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade” (LARAIA, 2006, p. 25), conceito no qual a moda, vista como geradora de costumes e de hábitos sociais, se insere.

Esse complexo componente da cultura é transmitido aos indivíduos integrantes de comunidades sociais por um processo permanente e acumulativo conhecido por *endoculturação* (HALL, 2006), o qual promove comportamentos distintos entre comunidades, diferenciando, assim, os indivíduos que delas fazem parte. São as diferenças estabelecidas entre indivíduos de grupos sociais que definem identidades, já que elas são formadas “relativamente a outras identidades, relativamente ao ‘forasteiro’ ou ao ‘outro’, isto é, relativamente ao que não é”. (WOODWARD, 2010, p. 50).

As relações entre diferenças e identificações são marcadas simbolicamente, por sistemas de representação (HALL, 2006; WOODWARD, 2010), esses compreendidos como parte de um processo cultural, os quais constituem “sistemas entrelaçados de signos interpretáveis”. (GEERTZ, 2008, p. 10). É a partir dos significados inerentes a essas representações (das quais a moda é exemplo) que o ser humano se posiciona como sujeito e assume identidades, já que “esses sistemas produzem significados sobre o tipo de pessoa que utiliza um tal artefato, isto é, produzem identidades que lhe estão associadas”. (WOODWARD, 2010, p. 16).

Dentre as categorias de classificação, a identificação gerada em relação à nacionalidade se sobrepõe às demais, já que identidades, de modo geral, são amparadas em um sistema de representações que surge com o “pertencimento a culturas étnicas, raciais, linguísticas, religiosas e, acima de tudo, nacionais. (HALL, 2006, p. 8). A identidade nacional, portanto, agrega os indivíduos a uma unidade cultural, por meio de comportamentos socialmente transmitidos e pela adesão a valores e crenças constituídos por símbolos e significados que englobam os seres humanos em comunidades imaginadas, que são conhecidas pelo termo *nação*.

A cultura nacional é formada e transformada por meio de representações culturais, constituídas por eventos históricos, imagens, cenários e rituais que simbolizam experiências partilhadas (HALL, 2006), ou seja, por um discurso que se revela por meio de símbolos, narrativas, costumes, crenças e valores. Dessa forma, a expressão da identidade nacional brasileira pode ser explorada por meio dos significados expressos nos signos das fotografias de moda, publicadas na *Revista do Globo*, na década de 1940.

2 O Brasil na década de 1940

Em 1940, o nacionalismo e a Segunda Guerra Mundial guiavam os rumos da história brasileira. Os ideais nacionalistas, no Brasil, consolidaram-se durante o século XX, revelando-se em períodos históricos distintos e foram fundamentais à concepção de uma identidade nacional pautada pelas origens autóctones. O nacionalismo, na década de 1940, ganhou força impositiva do governo de Getúlio Vargas, que, por meio de um golpe militar, no ano de 1937, assumiu a presidência e instituiu um novo regime político: o Estado Novo. (FAUSTO, 2010).

Mesmo que o nacionalismo estivesse presente na vida política e na pública do País, influências culturais de caráter internacional, oriundas dos Estados Unidos e estimuladas pela “Política da Boa Vizinhança”,¹ se mesclaram com a cultura nacional brasileira. Ao mesmo tempo em que o *American way of life* era inserido no Brasil – principalmente por meio de filmes –, manifestações culturais brasileiras receberam espaço no país americano, devido a um intenso intercâmbio cultural. Obras de pintores brasileiros foram expostas no Museu de Arte Moderna de Nova York (Moma); músicas brasileiras participaram de festivais de música latino-americana nos Estados Unidos; Carmem Miranda se consagrou internacionalmente por meio da música e do cinema, levando ao mundo um imaginário da identidade nacional brasileira. (LINO, 2007).

O desenrolar da Segunda Guerra Mundial, na Europa, representou uma oportunidade a mais para o avanço do Brasil. A extensão do território brasileiro e a posição estratégica do Litoral nordeste do País, que “era uma das ‘chaves’ de toda a comunicação e transporte por via aérea entre o Novo e o Velho Mundo” (ALVES, 2002, p. 94), oportunizarem negociações com os Estados Unidos.

Como o litoral do Atlântico do continente americano corria o risco de um ataque, tanto no Hemisfério Norte quanto no Sul, existia a possibilidade de ganhos tangíveis para o Brasil, que oportunizou a construção de uma usina siderúrgica no território nacional; o fornecimento de material bélico pesado e moderno às Forças Armadas brasileiras; o reforço efetivo dos acordos feitos com a “Política da Boa Vizinhança”, que fomentariam uma “estrutura assistencialista para a saúde e a educação, principalmente no Nordeste, em áreas onde seriam instaladas as bases norte-americanas” (MAUAD, 2005, p. 49); e a efetivação ainda mais intensa do intercâmbio cultural. Dessa forma, “a moeda cultural foi o investimento simbólico para a aproximação dos dois países. Uma forma de convencer os norte-

¹ A “Política da Boa Vizinhança” foi uma iniciativa apresentada pelos Estados Unidos da América, durante a década de 1930, com o objetivo de garantir e ampliar as bases das relações comerciais e culturais, unificando as Américas. (MAUAD, 2005).

americanos da amizade brasileira e, ao mesmo tempo, incentivar as autoridades brasileiras a escolher ‘o lado certo’ na guerra”. (MAUAD, 2005, p. 49).

Acordos garantiriam o alinhamento do Brasil na Segunda Guerra Mundial, que foi definido, depois do ataque a *Pearl Harbour*, em 1941, quando Getúlio Vargas teve de tomar “uma definição mais clara e cooperativa”. (MAUAD, 2005, p. 47). O presidente brasileiro assinou, então, um decreto autorizando a construção de aeroportos e de bases aéreas no Norte e no Nordeste do Brasil, com o objetivo de guarnecer o oceano Atlântico e de entregar material bélico aos aliados norte-americanos; também se comprometeu com o afastamento total do Brasil em relação aos países do Eixo, que ainda operavam voos em solo nacional.

Durante os últimos anos da Segunda Guerra Mundial, o Brasil passou por um período de austeridade, por conta das recessões mundiais, mas, ao mesmo tempo, foi favorecido pela desestruturação da economia europeia, devido à qual o País encontrou terreno fértil para seu desenvolvimento.

A classe média urbana, aumentada pela inserção da mulher no mercado de trabalho, compunha uma camada de consumo que estimulava a circulação e o aumento do número de revistas nacionais que serviam de inspiração a costureiras e alfaiates brasileiros que adaptavam e reinterpretavam a moda europeia e, principalmente, a americana, divulgada por meio das atrizes de Hollywood e das *Pin-ups*.² Essa reinterpretação da moda internacional, adaptada ao clima tropical e aos desejos de parte da população feminina brasileira, foi uma tentativa de engendrar, nacionalmente, alguma identidade própria.

Essa tentativa foi também representada pela Música Popular Brasileira (MPB), que se consolidou, ganhando lugar de destaque nos programas de rádio; pelo samba elevado à condição de ritmo nacional; pelos filmes brasileiros que, por meio de decreto-lei, conquistaram espaço de exibição junto com os filmes internacionais. (LINO, 2007).

A modernidade do período pós-guerra conduziu ao regime democrático: no dia 29 de outubro de 1945, Getúlio Vargas renunciou, e o Marechal Eurico Gaspar Dutra foi eleito presidente. No ano de 1946, o Presidente Dutra tomou posse e, no mesmo ano, promulgou a nova Constituição da República Federativa do Brasil. Os traços democráticos da nova Constituição definiam a obrigatoriedade e o direito de voto a todos os brasileiros alfabetizados, maiores de 18 anos e seguiam o princípio da igualdade, da liberdade religiosa e do fim da censura. (FAUSTO, 2010).

² A expressão *pin-up* era usada para identificar uma figura de mulher em pose sensual, “do tipo que os homens desejavam ter *pinned up* (pendurada na parede); ou seja, a ‘garota do calendário’ ou ‘do pôster de borracharia’, como se popularizou dizer no Brasil”. Esse conceito foi difundido a partir da Segunda Guerra Mundial, quando a atriz americana Betty Gable posou para uma foto que seria destinada, pelo governo dos Estados Unidos, aos soldados americanos. (PRADO; BRAGA, 2011, p. 172, grifo nosso).

A partir deste breve relato acerca dos fatos históricos ocorridos no Brasil, durante a década de 1940, é possível destacar que, nesse período, houve importantes transformações políticas e socioculturais, que tiveram relevância para a concepção de uma identidade nacional pautada pelas origens autóctones. Essa e outras questões históricas do período, como: o nacionalismo, a ditadura, a valorização feminina, a inserção da mulher no mercado de trabalho e a própria democracia são representadas por meio de fotografias de moda, publicadas na *Revista do Globo*, durante a década anteriormente citada.

3 A *Revista do Globo* e seu contexto

O lançamento da *Revista do Globo* teve relação com o empenho de Getúlio Vargas em criar um veículo de comunicação que integrasse o Rio Grande do Sul ao mundo, por meio de divulgação cultural, social e política de notícias nacionais e internacionais. (URBIM, 1999).

Vargas tinha vínculos de amizade com José Bertaso, proprietário da Livraria do Globo,³ que, além da venda de publicações e de materiais de escritório, editava livros didáticos e obras de autores gaúchos como Augusto Meyer, Dyonélio Machado, Vargas Netto, Érico Veríssimo. Esses escritores, juntamente com outros artistas, políticos e profissionais liberais, interessados na causa da cultura, faziam da livraria um tradicional ponto de encontro e de discussões intelectuais. (CASTRO, 2008).

Unindo as expectativas de Vargas, a experiência comercial de Bertaso, o interesse dos autores na divulgação de suas obras e os anseios da comunidade por um periódico que preenchesse a lacuna existente no setor cultural, foi lançada, no dia 5 de janeiro de 1929, a *Revista do Globo*. O periódico circulou até fevereiro de 1967, totalizando 943 fascículos, entre eles dois números especiais: um sobre a Revolução de 1930 e outro sobre a enchente de 1941, que inundou Porto Alegre.

A *Revista do Globo*, que inicialmente ganhou o subtítulo de *Quinzenário de Cultura e de Vida Social*,⁴ era composta por, aproximadamente, cem páginas, que contavam com textos verbais, ilustrações⁵ e fotografias

³ A Livraria do Globo foi fundada em 1883, na cidade de Porto Alegre. No final da década de 1920, tinha sua própria gráfica, na qual eram impressos materiais de escritório, e se firmou como editora de livros. (URBIM, 1999).

⁴ Os subtítulos da *Revista do Globo* foram alterados algumas vezes, com o objetivo de se adequar às mudanças estéticas e funcionais da revista, sofridas durante os 38 anos de sua existência. Depois de *Quinzenário de Cultura e de Vida Social*, os subtítulos foram trocados para: *Magazine de Atualidade Mundial*; *Revista de Grande Tiragem e Circulação no Sul do Brasil*; *Melhor e Mais Completa Leitura do Brasil*, entre outros.

⁵ As imagens publicadas nos primeiros exemplares da *Revista do Globo* eram ilustrações. A primeira fotografia foi publicada no quinzenário, 1931, “mostrava o rosto da escritora Raquel de Queiróz, ilustrando uma crítica produzida por Érico Veríssimo sobre a obra *O Quinze*” (URBIM, 1999, p. 172).

direcionados ao público adulto e ao infantojuvenil. (CASTRO, 2008). Algumas sessões da revista eram fixas, como, por exemplo, “Páginas de Humor”, composta por ilustrações e piadas; “Quinzena Esportiva”, na qual eram publicadas fotos e artigos sobre futebol, natação, canoagem, entre outros esportes; “Correio da Revista”, que era um espaço de interação com os leitores, por meio da publicação de cartas com pedidos de aconselhamento sobre questões afetivas; e “Escritores e Livros”, que era um meio de divulgação do lançamento de novas obras e tópicos informativos sobre questões relacionadas à literatura.

O espaço dedicado à literatura nacional e à internacional mostrava o forte vínculo dessa manifestação cultural com a revista que, além da divulgação de novas obras, publicava contos e poemas de importantes escritores: “Limeira Tejo, Erico Veríssimo, Josué Guimarães, Augusto Meyer foram alguns dos autores que mais tiveram textos publicados na *Revista do Globo*. Mário Quintana, Rubem Braga e Érico Veríssimo eram tradutores das obras comentadas”. (URBIM, 1999, p. 172).

Além da publicação de obras literárias internacionais e de comentários sobre elas, havia matérias que eram traduzidas, como artigos sobre moda, estética, cinema e entrevistas com astros de Hollywood. As frequentes visitas de artistas americanos ao Brasil e de brasileiros aos Estados Unidos eram registradas por fotografias e reportagens que comprovavam o intercâmbio cultural entre os dois países americanos.

Os registros sociais também recebiam espaço relevante na revista por meio da publicação de fotos de bailes de debutantes, de formaturas, do carnaval, de jantares de casais, de casamentos, de aniversários e de pessoas de destaque na sociedade nacional. A publicação de uma foto na coluna social da *Revista do Globo* representava *status*, e era possível comprar espaço no periódico para publicar a imagem.

O conteúdo diversificado e as reportagens nacionais e internacionais estimularam a adesão de grande número de leitores, e a *Revista do Globo* representava, para muitos, “a única fonte de conhecimento sobre o mundo”. (CASTRO, 2008, p. 3). O periódico, que contava com renomado grupo de intelectuais e de artistas no seu corpo de redatores, assim como diretores⁶ competentes, logo se tornou a principal publicação da editora e uma das primeiras revistas de circulação nacional, ocupando o segundo lugar em tiragem no País. (URBIM, 1999). Além da distribuição em âmbito

⁶ O primeiro diretor da *Revista do Globo* foi Mansueto Bernardi, que ocupou o cargo de 1929 até 1931, quando foi convidado pelo Presidente Getúlio Vargas para ser o diretor da *Casa da Moeda*. A substituição do cargo foi feita por Octavio Tavares, que seguiu como diretor da revista até 1932, quando deu espaço ao jovem Érico Veríssimo. O escritor assumiu a direção da *Revista do Globo* até 1936. De 1936 a 1938, Luiz Estela ficou responsável pelo cargo, sendo substituído, nesse mesmo ano, por Justino Martins, que permaneceu até 1947. Depois dele, Henrique D’Ávila Bertaso e José Bertaso Filho foram os responsáveis, consecutivamente, de 1947 a 1952 e de 1952 a 1967. (URBIM, 1999).

nacional, a revista foi projetada, mesmo que timidamente, a alcançar nível internacional. Conforme artigo publicado na edição 27, distribuída em fevereiro de 1930, o periódico circulava por cidades brasileiras e nas repúblicas platinas, por meio da organização de uma rede de distribuidores, constituída de livreiros, bancas de revista e bibliotecas.

Devido à preocupação com a abordagem de temas de interesse internacional e da variedade do conteúdo da revista, a capa das edições era estampada com astros do cinema, com cantoras nacionais e internacionais ou com moças da sociedade, mas também com figuras que representavam situações políticas citadas, das quais é possível destacar o nacionalismo. Como exemplo disso, cita-se a capa da edição 221, de 19 de janeiro de 1938, publicada dois meses e nove dias depois do Golpe de Estado, que exibia a fotografia do Presidente Getúlio Vargas em frente à da Bandeira brasileira (Figura 1).

Figura 1 – Presidente Getúlio Vargas: símbolo do nacionalismo



Fonte: *Revista do Globo*, n. 221, 19 jan. 1938, capa.

Essa imagem enaltecia a figura do Presidente da República e representava o nacionalismo, que buscava uma identidade calcada em valores nacionais. (BRANCO, 2009). Entretanto, em relação à moda, o País ainda se submetia a imposições culturais vindas do exterior, principalmente da Europa. Como exemplo dessa dependência, é possível citar a importação de todas as fotografias de moda publicadas na *Revista do Globo*, que vinham, principalmente, de Paris (Figura 2), até o início da Segunda Guerra Mundial.

Figura 2 – Fotografias de moda importadas de Paris



Fonte: *Revista do Globo*, n. 248, 25 mar. 1939, p. 40-41.

A partir da Segunda Guerra Mundial, o posicionamento brasileiro a favor dos Aliados, impulsionado pelo alinhamento aos Estados Unidos – como citado por Alves (2002) e Mauad (2005) – fizeram com que o país norte-americano se tornasse fonte de referências culturais para o Brasil, já que, com essa colocação, o País cortou vínculos com a Europa e estreitou laços com os Estados Unidos. A aproximação entre os dois países e a consolidação da “Política da Boa Vizinhança” favoreceu o intercâmbio cultural, alterando, dessa forma, o imaginário que instituiu a identidade nacional brasileira, tanto no Exterior quanto no próprio Brasil.

Para o Brasil o intercâmbio representava não somente a anuência da absorção de uma cultura estrangeira, devido às lacunas culturais existentes no País, mas também, de forma ambígua, a valorização e o posicionamento

da cultura brasileira fora do território nacional, conforme mostra o excerto retirado da edição 311, da *Revista do Globo*, publicada em 1942:

Na moda, por exemplo, nenhum brasileiro é capaz de fazer ideia de quanto tem influído, nos Estados Unidos, a exótica maneira de vestir de Carmen Miranda. Os seus turbantes, as suas pulseiras, os seus sapatos. Tudo isso constitui, hoje em dia, o “béguin” de qualquer garota norte-americana. Por outro lado, nós nos esforçamos por enviar ao Brasil as nossas mais recentes criações. (REVISTA DO GLOBO, n. 311, 10 jan. 1942, p. 2).

A projeção da cultura brasileira no Exterior representou a legitimidade da construção de uma identidade nacional e o posicionamento diante de um espaço que, até o início do século, era totalmente ocupado pela imposição de cultura estrangeira. Sua conquista aconteceu de forma gradativa e ascendente e é destacada na análise das fotografias publicadas na *Revista do Globo*, durante a década de 1940.

4 Fotografias de moda como textos na *Revista do Globo*

A capa da edição 268, publicada no dia 27 de janeiro desse ano (Figura 3), foi elaborada em tons de verde e amarelo, cores que compõem a Bandeira brasileira. As cores conjugam-se aos demais elementos sígnicos da imagem: roupa, cabelos, olhos da modelo e o fundo em que a fotografia está sobreposta. Ela remete a um modelo às mulheres brasileiras da década de 1940: uma figura caracterizada pelo estereótipo americano, por meio do penteado e da maquiagem inspirados nas atrizes de Hollywood e é emoldurada por marcas da identidade brasileira, forjadas por um nacionalismo ufanista.

O estereótipo americano era divulgado no Brasil principalmente pelo cinema e pelas imagens de moda publicadas nas revistas. Os editoriais de moda publicados na *Revista do Globo*, nos dois primeiros anos da década de 1940, eram todos importados dos Estados Unidos (Figura 4).

Figura 3 – Estereótipo americano emoldurado pelas cores da Bandeira brasileira



Fonte: *Revista do Globo*, n. 268, 27 jan. 1940, capa.

Figura 4 – Moda americana importada pelo Brasil



Fonte: *Revista do Globo*, n. 275, 25 maio 1940, p. 31-32.

As fotografias de moda exibiam roupas que aliavam a elegância das estrelas de Hollywood à sobriedade e à seriedade do momento, marcado pela Segunda Guerra Mundial. A associação das roupas aos acontecimentos históricos e socioculturais era percebida nas fotografias e reforçada por artigos e comentários:

A moda sempre caracterizou perfeitamente as épocas. Atualmente, por exemplo, a roupa vem sendo um espelho fiel de tempos atormentados e podemos, através dela, fazer uma afirmativa de sentido psicológico: a moda atual reflete com sua característica simplicidade, o nosso desejo vão de fugir das complicações da vida e do mundo [...]. Ela simboliza os anseios da juventude por um mundo melhor. (REVISTA DO GLOBO, n. 339, 24 abr. 1943, p. 39).

Fiéis à ideologia dominante, os artigos que acompanhavam fotografias de moda importadas pelo Brasil declaravam a supremacia dos americanos como protagonistas da moda. A matéria intitulada “Os ditadores da moda exibem suas criações para o outono” (Figura 5), publicada na edição 294, em 9 de novembro de 1940, mostrava fotos do desfile realizado no salão do *Ritz Carlton de Nova York*, espaço que destacava a importância da moda nos Estados Unidos.

Figura 5 – Estados Unidos: o ditador da moda no Brasil





Fonte: *Revista do Globo*, n. 284, 9 nov. 1940, p. 22-23.

O posicionamento assumido (Figura 6) pela *Revista do Globo* acerca da imposição da moda americana, no início da década de 1940, condizia com dois aspectos da realidade sociocultural brasileira: o regime político-ditatorial e a submissão a traços identitários estrangeiros, atitude vinculada a uma identidade ainda presa a padrões externos.

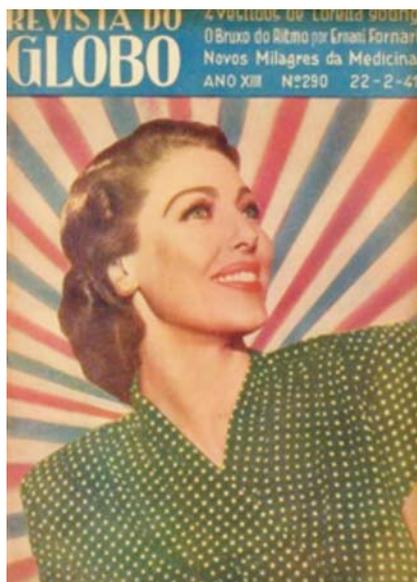
Figura 6 – Posicionamento impositivo diante da moda



Fonte: *Revista do Globo*, n. 294, 26 abr. 1941, p. 31.

Entretanto, mesmo com as imposições culturais alheias à sua realidade, o Brasil se encaminhava à afirmação de uma identidade nacional, e a transposição desse posicionamento está representada em capas da *Revista do Globo*, conforme mostra a Figura 7:

Figura 7 – Prenúncio de afirmação da identidade nacional

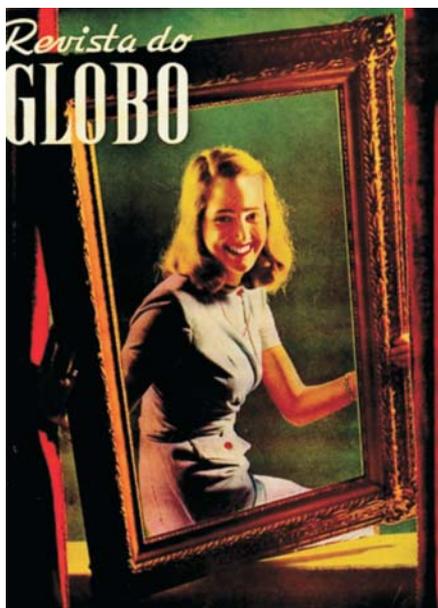


Fonte: *Revista do Globo*, n. 290, 22 fev. 1941, capa.

A capa da edição 290 conjugava as cores da Bandeira dos Estados Unidos e as da Bandeira brasileira e, nos dois primeiros anos da década de 1940, principalmente em 1941, a capa da maioria das edições da *Revista do Globo*⁷ eram compostas pelas cores azul, vermelho, branco, verde e amarelo. A partir de 1942, porém, as cores da Bandeira brasileira passaram a sobrepor-se às do país norte-americano (Figura 8).

⁷ Como exemplo de capas, com a sobreposição das cores azul, vermelho, branco, verde e amarelo, é possível citar as edições de número 267, de 13 jan. 1940; 290, de 22 fev. 1941; 291, de 8 mar. 1941; 292, de 22 mar. 1941; 295, de 17 maio 1941; 296, de 31 maio 1941; 298, de 28 jun. 1941; 299, de 12 jul. 1941; 300, de 26 jul. 1941; 310, de 20 dez. 1941.

Figura 8 – Verde e amarelo em destaque



Fonte: Revista do Globo, n. 339, 15 maio 1943, capa; n. 367, 22/ jul. 1944, capa; n. 394, 8 set. 1945, capa.

As cores, símbolo do nacionalismo brasileiro, foram priorizadas com uma composição entre o cenário, a roupa, a cor dos olhos e dos cabelos das modelos. Entretanto, elas ainda reproduziam o estereótipo da mulher americana, mais precisamente das atrizes de Hollywood.

Foi também a partir de 1942 que as fotografias de moda da *Revista do Globo*, até então vindas do Exterior, começaram a ser produzidas em Porto Alegre. A primeira foi realizada por Ed. Keffel, do “Stúdio os 2”, conceituado fotógrafo da capital gaúcha, na década de 1940. Com o título “Moderna Galatéia.⁸ a personalidade atraente de um manequim” (Figura 9), o ensaio, publicado na edição 322, do dia 11 de julho de 1942, era composto por duas fotografias feitas de manequins vestidas com peças americanas, disponíveis para venda na “Casa Krahe”, uma das mais luxuosas lojas de Porto Alegre (REVISTA DO GLOBO, n. 322, 11 jul. 1942, p. 34).

Figura 9 – “Eterna Galatéia: a personagem atraente de um manequim”



Fonte: *Revista do Globo*, n. 322, 11 jul. 1942, p. 34-35.

⁸ Galatéia, segundo a Mitologia Grega, é uma escultura feita por Pigmaleão, rei do Chipre. Representava o ideal de beleza feminino. Ela assume forma humana para se tornar esposa de seu criador, pela intercessão de Afrodite. Disponível em: <<http://www.maicar.com/GML/Pygmalion1.html>>. Acesso em: 23 mar. 2017.

Mesmo mostrando roupas importadas, a reportagem trazia o tema *nacionalidade brasileira*, conforme o trecho que acompanha uma das imagens: “Tão ‘SOPHISTICATED’ como a mais encantadora das sobrinhas do Tio Sam, ela é, no entanto, bem brasileira, como revelam os seus brilhantes cabelos, ‘mais negros que a aza da graúna’ e o maravilhoso amorenado de sua tez”. (REVISTA DO GLOBO, n. 322, 11 jul. 1942, p. 34).

Esse editorial de moda revelava que, mesmo com influência americana, a alma brasileira, que até então estava latente, dava os primeiros passos para assumir sua identidade, com suporte garantido pelas suas origens. O primeiro sinal que sustenta essa afirmação se dá pela iniciativa de expor uma produção de fotografias de moda feita no Brasil e pela escolha da manequim com traços do biotipo que fugia do simulacro americano e que representava, dessa vez, o Brasil, pela cor do seu povo e não somente pelas cores de sua Bandeira. Entretanto, o uso de manequins e não de modelos humanos para a produção das fotografias revelava que esse processo ainda estava iniciando e demonstrava insegurança acerca de uma real identidade. A justificativa para a utilização de manequins na produção de fotografias foi relatada no artigo que acompanhava o editorial:

Toda gente a conhece e admira. Numa época em que os manequins são símbolos da falta da personalidade, esta boneca de vitrine foge de maneira extraordinária a esta regra. Foi a ela que a Livraria do Globo recorreu recentemente quando precisou fotografar algumas atitudes femininas [...]. A princípio fizeram-se tentativas com modelos vivas, mas os resultados não satisfizeram e a editora teve que apelar para essa boneca. (REVISTA DO GLOBO, n. 322, 11 jul. 1942, p. 34-35).

Todavia, a partir da edição 327, do dia 26 de setembro de 1942, as fotografias de moda da *Revista do Globo* contaram com a participação de modelos. O primeiro editorial com modelos brasileiras, publicada no periódico (Figura 10), também fotografado por Ed. Keffel, era composto de apenas duas fotografias, em que eram exibidas capas impermeáveis com “corte em estilo americano”. (REVISTA DO GLOBO, n. 327, 26 set. 1942, p. 23).

Figura 10 – Fotografia de moda com modelos

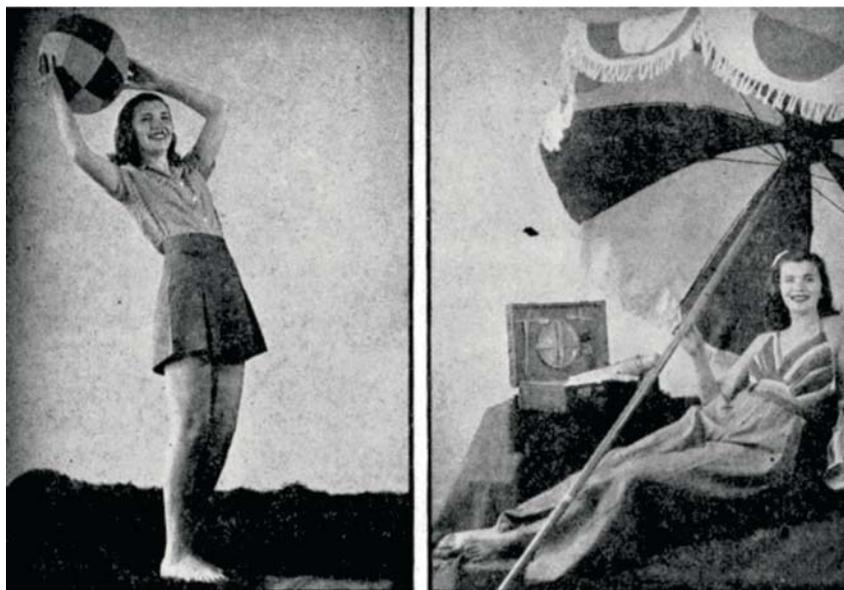


Fonte: *Revista do Globo*, n. 327, 26 set. 1942, p. 22-23.

A produção de editoriais de moda no Brasil, que sugeria um passo na afirmação de uma identidade nacional brasileira, ainda seguia influências estrangeiras, percebidas por meio das roupas importadas ou copiadas do Exterior, dos penteados, da maquiagem das modelos, que reportavam ao padrão americano, conforme mostra a Figura 11:

Figura 11 – Cenário brasileiro e reprodução do estereótipo americano





Fonte: *Revista do Globo*, n. 333, 23 jan. 1943, p. 30-31.

A Figura 11, é composta pelo editorial de moda publicado na edição 333, de 23 de janeiro de 1943, foi produzida em Porto Alegre por Ed. Keffel. Nele, a gaúcha Maria Della Costa⁹ foi fotografada em um cenário que reproduzia Copacabana. Além dos penteados e da maquiagem que remetiam ao estilo americano, a associação com as *pinups* americanas era evidente, notada no comportamento elegantemente sensual e divertido da modelo.

Depois de 1945, com o final da Segunda Guerra Mundial e com a retomada do regime democrático, as fotografias de moda publicadas na *Revista do Globo* dividiam-se entre imagens nacionais e imagens internacionais, essas oriundas de polos centrais em relação à moda: Estados Unidos, França, Inglaterra e Itália. Juntamente com a diversificação dos polos de moda, a revista passou a demonstrar preocupação com as diferenças climáticas existentes no País, a qual é expressa em matéria publicada na edição de 12 de julho de 1947, que, todavia, ainda salienta a submissão a padrões internacionais:

As brasileiras que vivem nos quatro Estados do sul já compreenderam que, durante o inverno, não lhes é possível seguir a moda carioca. A diferença do clima é total. Se em Copacabana sopra no mês de agosto uma suave e morna brisa marítima ao

⁹ A gaúcha Maria Della Costa ficou conhecida como a primeira modelo fotográfica profissional do País. Em 1943, foi contratada pelo Cassino Copacabana, no Rio de Janeiro, e, mais tarde, atuou como atriz no cinema brasileiro (REVISTA DO GLOBO, n. 339, 24 abr. 1943).

entardecer (que mal justifica o uso do casaco de pele), em São Paulo a garoa e o vento úmido exigem abrigos pesados; em Curitiba a saudável temperatura ativa os corpos e, em Porto Alegre, o gelado minuano penetra por quanta abertura exista no vestuário, encarangando as gaúchas da Rua da Praia. Isso tem feito com que as mulheres do sul, principalmente as gaúchas, procurem inspirar-se cada vez mais na moda de inverno de Londres, Paris e Nova Iorque, encontrando soluções adequadas ao seu problema de abrigar-se do frio com o máximo de elegância e novidade. Lá, como aqui, o inverno é rigoroso. E vem daí a diferença que a moda sulina apresenta no inverno em relação a do Rio. O panorama da elegância gaúcha é caracteristicamente europeu: cores discretas, trajés pesados. (REVISTA DO GLOBO, n. 438, 12 jul. 1947, p. 43).

A preocupação com as diferenças e a diversidade brasileira enfocava vários aspectos, dentre eles o clima e as roupas adequadas, os biotipos e as roupas favoráveis, as raças e os problemas de exclusão. Explorando as realidades identitárias do Brasil, a capa da edição 404, publicada no dia 9 de fevereiro de 1946, estampa a fotografia de uma mulher negra, representante de “um dos fundamentos raciais brasileiros” (Revista do Globo, n. 404, 9 fev. 1946, p. 2), registrada em uma escola de samba carioca. (Figura 12).

Figura 12 – Imagem do Brasil



Fonte: *Revista do Globo*, n. 404, 9 fev. 1946, capa.

A imagem foge do padrão normalmente exposto pela revista e sublinha a brasilidade, na raça da modelo, na locação em que a fotografia foi produzida e na própria referência a ela na reportagem que a seguia, em que são mencionadas diferenças sociais brasileiras e em que o preconceito é denunciado. “Gafieiras: aspectos do preconceito de raça, de classes, de cor, que isolam o negro brasileiro da sociedade branca em nossas capitais”. (REVISTA DO GLOBO, n. 404, 9 fev. 1946, p. 19). Portanto, a revista promove a valorização de traços culturais brasileiros e a inclusão social, reconhecendo a mescla racial existente no Brasil.

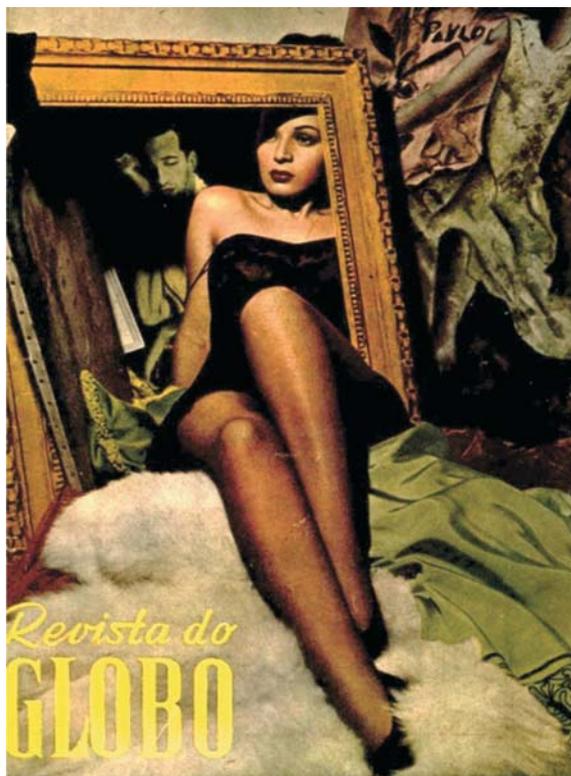
A exposição de traços culturais legitimamente brasileiros em fotografias de moda publicadas na *Revista do Globo*, durante a década de 1940, representa, significativamente, o caminho percorrido para a conquista de uma identidade nacional, calcada em elementos autóctones. Esse posicionamento, que se mostrou, gradativamente, acompanhou mudanças socioculturais vivenciadas ao longo dessa década. Elas foram motivadas, primeiramente, pela ação da ditadura de Vargas, que impôs um nacionalismo forjado por interesses políticos e que expressava uma identidade ainda dependente de modelos estrangeiras; posteriormente, pela conquista da liberdade democrática, que proporcionou à sociedade o reconhecimento e o respeito às diferenças, expressos pela quebra do padrão estrangeiro e, conseqüentemente, pela valorização do nacional. Com efeito, a cultura brasileira, antes preterida como protagonista na construção da identidade nacional em nome de padrões importados, passou a ser valorizada no âmbito da moda, conforme ilustra a Figura 13, que foi capa da edição 418 da *Revista do Globo*, publicada no dia 14 de setembro de 1946.

A capa traz signos que denotam a nacionalidade brasileira e suas relações com o momento vivido pela sociedade, no final da década de 1940. A associação da cor amarela, com a qual o título da revista foi escrito, com o verde do tecido, que envolve a modelo, traz cores que compõem a Bandeira brasileira. A modelo, por sua vez, foge do estereótipo americano, que compôs a maioria das capas da *Revista do Globo*, até meados da década citada – mulher loira, pele alva e olhos claros – mas carrega traços físicos que remetem à mescla de etnias brasileira: lábios fartos, olhos e cabelos castanhos, pele morena.

As pernas da modelo, ao ultrapassarem o limite frontal que a moldura lhes impõe, sugerem um posicionamento ante o futuro. O tecido verde parece contar o percurso de uma longa história: colocado anteriormente à tela, forma uma obra artística à parte da moldura; entretanto, ele se prolonga para além da tela, ultrapassando seus limites. Esses signos podem ser interpretados como a manifestação do brasileiro em face de seu próprio caminho, em que barreiras cerceadoras do reconhecimento de suas características identitárias devem ser rompidas. A riqueza autóctone

brasileira, anteriormente colocada à margem, deixa de se firmar sobre os preceitos culturais estrangeiros, dando lugar à valorização da cultura nacional, em face da qual os brasileiros passaram a assumir sua identidade.

Figura 13 – Valorização da identidade brasileira nos signos da fotografia



Fonte: *Revista do Globo*, n. 418, 14 set. 1946, capa.

5 Considerações finais

A moda é uma manifestação cultural que produz e é produzida por significados sociais, indiciando, transformando e construindo identidades. Por ser uma manifestação cultural, revestida de conotações simbólicas, que envolve um conjunto de elementos próprios de cada época, a moda, assim como as fotografias produzidas para sua disseminação, traduz traços identitários e culturais do período em que foi produzida.

A década de 1940 foi um período em que o Brasil sofreu grandes transformações socioculturais, motivadas, principalmente, pela Segunda Guerra Mundial e pela consolidação do nacionalismo no País. Essas transformações são percebidas nas fotografias de moda publicadas na

Revista do Globo, no decorrer dessa década. Os pactos entre o Brasil e os Estados Unidos fizeram com que a publicação de fotografias de moda, anteriormente importadas, principalmente da Europa, cedesse espaço a fotografias americanas. Palavras impositivas nos títulos das publicações de moda, como “Hollywood Ordena”, condiziam com a circunstância autoritária vivida pelo Brasil. Assim, fica claro que a ruptura promovida em relação ao modelo europeu foi, em realidade, a substituição por outro modelo de colonização, porém com uma incidência menos enfática.

Nesse novo período, havia uma mescla entre a valorização brasileira no Exterior e a valorização americana no Brasil, por meio da “Política da Boa Vizinhança”, representada, nas fotografias, pela inserção das cores da Bandeira brasileira em sobreposição às cores da Bandeira americana.

O lançamento do primeiro editorial de moda feito no Brasil para a *Revista do Globo* constituiu uma quebra de paradigma, visto que a identidade nacional brasileira passou a ser valorizada, não somente por ser um produto, mas por sublinhar traços característicos da mestiçagem brasileira, como a pele e os cabelos escuros. Esse posicionamento teve continuidade com a publicação de fotografia de uma mulher negra, representante de um dos fundamentos raciais da mestiçagem brasileira, o que demonstrou a crescente afirmação de nossa identidade nacional. Estimulada pelo nacionalismo, a moda encaminhou o País à consolidação de uma identidade calcada em valores autóctones: ao assumirem as diferenças, os brasileiros referendavam sua identidade e deixavam claro que essa, ao longo do século XX, iria, gradualmente, conquistando seu espaço.

Referências

ALVES, Vágner Camilo. *O Brasil e a Segunda Guerra Mundial: história de um envolvimento forçado*. São Paulo: Loyola, 2002.

BRANCO, Alberto Manoel Vara. *O nacionalismo nos séculos XVIII, XIX e XX: o princípio construtivo da modernidade numa perspectiva histórico-filosófica e ideológica*. *Millenium – Revista do ISPV*, v. 36, n. 7, p. 1-28, 2009.

BURNS, Edward McNall. *História da civilização ocidental*. Porto Alegre: Globo, 1957.

CALANCA, Daniela. *História social da moda*. São Paulo: Senac, 2008.

CASTRO, Maria Helena Steffens de. *A demanda da memória da publicidade gaúcha percurso histórico*. 2008. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/6o-encontro-2008-1/A_DEMANDA_DA_MEMORIA_DA_PUBLICIDADE_GAUCHA.pdf>. Acesso em: 12 jan. 2014.

FAUSTO, Bóris. *História do Brasil*. 14. ed. São Paulo: Edusp, 2010.

GEERTZ, Cliford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GODART, Frédéric. *Sociologia da moda*. São Paulo: Senac, 2010.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura: um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2006.

LINO, Sonia Cristina. *Projetando um Brasil moderno: cultura e cinema na década de 1930*. 2007, p. 164-167. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/locus/files/2010/02/95.pdf>>. Acesso em: 7 dez. 2013.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia da Letras, 2009.

MAUAD, Ana Maria. *Genevieve Naylor, fotoígrafa: impressões de viagem*. *Revista Brasileira de História*, São Paulo, v. 25, n. 49, p. 43-75, 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbh/v25n49/a04v2549.pdf>>. Acesso em: 4 nov. 2013.

MENDES, Valerie; HAYE, Amy de la. *A moda do século XX*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

PRADO, Luís André do; BRAGA, João. *História da moda no Brasil: das influências às autorreferências*. São Paulo: Disal; Pyxis, 2011.

REVISTA DO GLOBO [CD-ROM]. Porto Alegre: Globo, 1929-1967.

ROCHE, Daniel. *A cultura das aparências: uma história da indumentária (séculos XVII – XVIII)*. São Paulo: Senac, 2007.

SVENDSEN, Lars. *Moda: uma filosofia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

URBIM, Carlos. *Rio Grande do Sul: um século de história*. Porto Alegre, RS: Mercado Aberto, 1999.

WOODWARD, Kathryn. *Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual*. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2010. p. 7-72.