

ALCEU PENNA E A MODA BRASILEIRA

ALCEU PENNA AND THE BRAZILIAN FASHION

Claudia Schemes¹
Centro Universitário Feevale
claudias@feevale.br

RESUMO: Este artigo procura refletir sobre a existência de uma identidade da moda brasileira e o pioneirismo de Alceu Penna no design de moda no Brasil. Caracterizamos a história da moda desde os inícios da colonização até os anos 1960, resgatando a trajetória profissional e história de vida do estilista, procurando mostrar que a moda no Brasil, mesmo sendo um fenômeno recente, tem uma trajetória histórica significativa. Através de uma revisão bibliográfica, utilizando obras importantes sobre moda brasileira e Alceu Penna, e de uma pesquisa nas revistas *O Cruzeiro*, procuramos observar de que maneira o trabalho deste ilustrador pode ser considerado precursor de uma identidade de moda nacional.

PALAVRAS-CHAVE: Moda Brasileira, Identidade, Alceu Penna.

ABSTRACT: This article discusses the existence of a distinct Brazilian identity in fashion and the pioneering role played by Alceu Penna in fashion design in Brazil. We describe the history of fashion from the start of colonization until the nineteen-sixties, tracing the stylist's career path and history, aiming to demonstrate that, even though fashion in Brazil is a relatively recent phenomenon, it has already accumulated significant history. We perform a bibliographical review, covering important works on Brazilian fashion and Alceu Penna and the results of a search in the magazine *O Cruzeiro*, in attempt to observe in what manner the work of this illustrator can be considered the precursor of a national fashion identity.

KEY WORDS: Brazilian fashion, Identity, Alceu Penna

Introdução

Este artigo procura analisar a identidade da moda brasileira levando em consideração um dos primeiros estilistas nacionais: Alceu Penna.

Procurou-se compreender como este estilista pode ser considerado o pioneiro de uma “moda brasileira” numa conjuntura cultural em que a reprodução dos valores europeus e norte-americanos era a regra.

O método utilizado para esta pesquisa foi uma revisão bibliográfica de livros sobre moda brasileira e os materiais pesquisados foram as revistas *O Cruzeiro*. Através dessa metodologia procuramos responder a seguinte questão: a partir de que momento da nossa história podemos falar em uma moda brasileira com identidade?

Para isso, realizamos um resgate das suas origens e trajetória buscando alguns elementos que contribuam para essa discussão.

¹ Doutora em História pela PUC/RS, mestre em História Social pela Universidade de São Paulo (USP) professora dos cursos de História e Design de Moda e Tecnologia no Centro Universitário Feevale (Novo Hamburgo/RS), pesquisadora do grupo de pesquisa Cultura e Memória da Comunidade.

Moda brasileira: um breve histórico

O Brasil surgiu para o mundo europeu como uma colônia dependente não só econômica e politicamente, mas, também, culturalmente.

Nossa cultura foi forjada pelo colonialismo, que ainda hoje está presente no nosso cotidiano. Portanto, se vivíamos conforme os padrões da civilização européia, se esse era o modelo a ser seguido, na moda não poderia deixar de ser diferente, ou seja, vestia-se aqui o que era usado lá. Era a França, via Portugal, quem impunha ao Brasil um modo de vida e de vestir até o início do século XX.

Durante todo o período colonial brasileiro a moda era um conceito apenas conhecido pela elite, pois os escravos, que representavam a maioria da população, possuíam uma indumentária particular que os distinguia dos senhores.

Além disso, um Alvará de D. Maria I, de 1785, exigiu a destruição de todos os teares que havia no reino, portanto, a manufatura de tecidos ficou proibida no Brasil até a chegada da corte portuguesa ao Brasil em 1808. Assim, a sua importação das manufaturas européias era uma necessidade, pois a única coisa que a colônia de Portugal poderia produzir era panos grosseiros para confeccionar as roupas dos escravos.

Entretanto, é importante salientar que até o século XIX o Rio de Janeiro, que era a capital do país, vivia num atraso muito grande se comparado às grandes cidades européias na questão da moda. Esta não era uma preocupação, pois a vida social era praticamente inexistente e as roupas beiravam a negligência, sendo que em casa as mulheres quase não se distinguiam das escravas, já que viviam praticamente reclusas e sem compromissos sociais.

Com a vinda da corte portuguesa ao Brasil, em 1808, o comércio sofre um incremento e os costumes dos grupos dominantes locais se europeízam ainda mais, principalmente devido a um complexo de inferioridade em relação ao europeu e um desejo de diferenciar-se do escravo e do índio.

A moda, portanto, se dissemina em função do desenvolvimento urbano e da vida social (teatros, restaurantes, bailes, festas). É nesse contexto que a moda, enquanto representação irá traduzir posições e interesses de atores sociais distintos, pois eram os trajés que distinguiram as classes sociais. (RAINHO, 2002)

Segundo Souza (1987), a urbanização e a aproximação entre as pessoas suscitada por esse novo modo de vida, desenvolve a excitabilidade nervosa e estimula o desejo de

competir e o hábito de imitar, pois o ambiente se torna propício às inovações que são lançadas por grupos de prestígio e se propagam de maneira mais ou menos coercitiva por grupos imitadores que temem se sentirem isolados. (p.20,21)

Assim, as cidades aprofundam uma tomada de consciência da subjetividade e o contato com outras pessoas obriga o indivíduo a se preocupar com a apresentação pessoal, criando uma necessidade e um interesse pela moda. (RAINHO, 2002)

A partir de 1820 surgem no Brasil os primeiros jornais de moda, que tentavam explicar o sentido da moda e as adaptações necessárias aos modelos estrangeiros, diferente da literatura que havia até esse momento e que apenas indicava o que deveria ser usado ou não. Percebe-se que já iniciava uma tentativa de adequação dos modelos europeus principalmente em função do nosso clima tropical.

A vinda da corte portuguesa ao Brasil, portanto, não representou uma mudança significativa na maneira de encararmos a moda no Brasil, pois ela continuou sendo cópia da moda européia.

A libertação do Brasil de Portugal, em 1822, também muito pouco representou para a história da moda nacional e a própria proclamação da república, em 1889, não foi determinante para as questões relacionadas à indumentária que continuava sendo copiada e comprada das grandes civilizações européias, principalmente, da França.

Foi apenas no início do século XX que se inicia, timidamente, a fabricação de calçados e roupas no Brasil. O setor têxtil foi um dos que mais cresceu no país nessa fase de industrialização, em função do crescimento do cultivo do algodão e, mais tarde, com a substituição de importações causada pela Primeira Guerra Mundial.

Entretanto, o crescimento de uma indústria nacional não significou o fim da cópia dos modelos franceses, mas podemos apontar alguns movimentos que vão questionar esse servilismo aos costumes europeus apenas nos anos 20, especialmente com a Semana de Arte Moderna de 1922 que mostra que existiam setores da sociedade descontentes com esse colonialismo cultural. Mesmo esse movimento não tendo exercido uma mudança radical na moda, pois seus principais participantes se vestiam com estilistas europeus, alguns elementos são colocados na pauta das discussões.

Um elemento importante de ser mencionado são as revistas de moda brasileira que surgiram nos primeiros anos do século XX e que eram muito populares, como *A Rainha da*

Moda, A Moda do Dia, Brasil Moda, entre outras, pois “serviam a camadas sociais urbanas médias e baixas, ou a camadas médias de cidades do interior. Na capital, pessoas que compunham as camadas altas e médias continuaram recorrendo às edições importadas [...] (NACIF, 2006, p.59)

Segundo Bonadio (2007), os primeiros anos do século XX caracterizaram-se pela crescente urbanização das grandes cidades, especialmente São Paulo, e a “ampliação dos espaços de sociabilidade e a presença feminina na cidade.” (p.22) O comércio de moda e a instalação do *Mappin Stores* e outras lojas de departamentos nesse contexto, foi fundamental, pois representavam a facilitação do consumo, que aos poucos foi se transformando numa atividade essencialmente feminina.

Os anos 30 também apresentam alguns questionamentos isolados em relação à moda, como nos mostra Palomino (2003) quando cita o caso do modernista Flávio de Carvalho que saiu em uma procissão de Corpus Christi vestindo um boné no sentido contrário e quase foi linchado. Anos mais tarde, protagonizou outro episódio inusitado, saindo às ruas de São Paulo com uma proposta de um traje de verão masculino que era composto por uma blusa de náilon listrada de verde e amarelo, saiotte verde, sandálias de couro, chapéu transparente e meias arrastão, sendo que, por baixo da blusa, havia uma espécie de tubo de ventilação que a deixava bufante. (p.75)

Entretanto, com a Segunda Guerra Mundial (1939-1945) a indústria têxtil nacional se desenvolveu mais novamente em função da substituição das importações e as casas de moda brasileiras começam a fabricar suas coleções com tecidos nacionais. Segundo Gontijo (1987), “é nesse período que começa realmente a existir moda no Brasil. Ou, pelo menos, uma adaptação mais conscienciosa do que era ditado por Paris.” (p.59)

A Casa Canadá, localizada no Rio de Janeiro, foi uma das principais lojas lançadoras de moda do país. Sua diretora, Mena Fiala, organizava dois desfiles por ano com “manequins vivos”, uma inovação para a época, que eram muito disputados. Começou importando peles da Europa e, a partir de 1944, passou a criar modelos (inspirados nos modelos franceses) com modistas e tecidos nacionais.

Segundo Nacif (2006), Mena Fiala e sua irmã Cândida Guzman podem ser consideradas as modistas mais famosas do Brasil, pois “eram capazes de reproduzir e

aconselhar sobre as últimas tendências da moda parisiense, bem como compor com criatividade toaletes adequadas ao estilo de vida da elite carioca.” (p.61)

A mesma autora ainda distingue os ofícios de modista e costureira: as costureiras podiam se empregar como diaristas e eram as responsáveis pela confecção das roupas brancas e das roupas femininas mais simples, enquanto que as modistas eram uma espécie de consultoras e produziam os trajes da moda para as clientes mais abastadas seguindo os modelos encontrados nas revistas de moda que eram comuns no Rio de Janeiro. (Ibidem, p.60,61)

Os anos 50 no Brasil foram marcados pela crescente influência norte-americana na nossa cultura e moda. O “american way of life” passou a fazer parte do dia-a-dia, como também o cinema, especialmente os musicais, que divulgavam a indústria de moda dos Estados Unidos, como *Um Bonde Chamado Desejo*, com Marlon Brando, *Cantando na Chuva*, com Gene Kelly e *Juventude Transviada*, com James Dean.

A criação da Feira Nacional da Indústria Têxtil (FENIT), em 1958 também foi um marco importante para a indústria da moda nacional. Segundo Bonadio (2005), esta feira estava bastante sintonizada com as mudanças que estavam ocorrendo na moda, já que até aquele momento os eventos ligados à moda nacional eram muito elitistas e aconteciam a portas fechadas e para um grupo restrito. A FENIT, entretanto, foi um evento democrático de moda, pois era aberto ao público e seus ingressos eram vendidos a preços populares. Lá aconteciam, não só desfiles de moda de estilistas nacionais e estrangeiros, mas shows de grandes artistas nacionais e performances de arte.

Segundo a autora, uma das empresas impulsionadoras desta Feira foi a Rhodia, que tinha o objetivo de divulgar seus fios e fibras sintéticas, como o tergal, o nylon e a helanca, por exemplo, e ingressar com força no ramo têxtil brasileiro.

A publicidade da Rhodia foi, segundo Bonadio (2005), uma das grandes impulsionadoras da moda “conotada de brasilidade” de um “visual brasileiro”, principalmente através de das coleções *Brazilian Nature*, *Brazilian Style*, *Brazilian Primitive*, *Brazilian Time* e *Brazilian Fashion Folies*, que possuíam elementos ligados à identidade nacional que, “associados ao emprego de palavras inglesas conferem ao produto o caráter de “exportação” sem entretanto perder o caráter nacional.” (p.252)

É importante salientar que essas coleções eram lançadas primeiramente na Europa para depois chegarem no Brasil, ou seja, era necessária a aceitação no exterior para legitimá-la no Brasil.

A moda nos anos 60 no Brasil, além de ter sido marcada pela moda inglesa (Beatles, Mary Quant e a minissaia) sofreu a influência dos movimentos da Jovem Guarda, com a criação das grifes Calhambeque, Ternurinha e Tremendão e conheceu as primeiras boutiques que vendiam prêt-à-porter no Brasil.

Entretanto, mesmo a indústria nacional oferecendo bons tecidos e acabamentos, a cópia ainda era uma prática comum, temos como exemplo disso uma coleção de moda cigana lançada pelo estilista Dener na FENIT de 1968 que havia sido mostrada alguns meses antes por estilistas franceses.

Alceu Penna e a construção de uma identidade de moda brasileira

Nessa conjuntura histórica, em que a moda desenvolvida e usada no Brasil ainda era fortemente inspirada na moda europeia e norte-americana, é que o Brasil irá conhecer um dos principais nomes ligados à moda nacional: Alceu de Paula Penna (1915-1980).

Nascido em Curvelo, pequena cidade em Minas Gerais, desde criança demonstrou talento para o desenho, por isso ingressou na Escola de Arquitetura no Rio de Janeiro, mas depois de cinco anos trocou para o curso de Belas Artes, que era sua verdadeira vocação.

Iniciou seu trabalho de ilustrador no suplemento infantil de *O Jornal*, de Assis Chateaubriand, em 1932 e logo em seguida se tornou colaborador da revista *O Cruzeiro* (1928-1983), semanário de grande circulação do mesmo proprietário e um dos mais importantes do país. Esta revista ilustrada possuía uma tiragem de 50 mil exemplares e foi a primeira a circular nacionalmente. Trabalhou, também, como ilustrador e desenhista de histórias em quadrinhos de *O Globo Juvenil* e na revista *A Cigarra*.

Nesse mesmo período e por muitos anos ainda Alceu trabalhou no *Cassino da Urca*, onde ilustrou cartazes, cenários para shows, figurinos, decorações e fantasias para bailes de carnaval. Passou a participar de diversos concursos de fantasia, onde ganhou vários prêmios, além de produzir alguns trabalhos para publicidade. Mas foi em 1938, quando já havia largado a faculdade de Belas Artes, que surgem as famosas *Garotas do Alceu*, inspiradas nas *pin-ups* americanas.

Na verdade, *As Garotas do Alceu* passaram a ditar um novo comportamento para a mulher, não só na vida privada, mas também na pública. Elas foram inspiradas na mulher carioca, urbana e da classe média, grupo em ascensão que estava com suas possibilidades de consumo aumentadas. Além disso, nos anos 50 os jovens assumem um novo comportamento, com uma vida social mais intensa.

‘As Garotas do Alceu’ tornaram-se propagadoras desse estilo de vida jovem nas páginas da revista *O Cruzeiro*: “[...] é bastante perceptível nos trajes das “Garotas”, que assim como as cariocas, identificaram-se com o estilo casual wear contribuindo para a adaptação da estética e de comportamento das leitoras [...]”. Elas eram ilustradas com rabos-de-cavalo, sendo descompromissadas e, algumas vezes, até cometiam deslizes juvenis como esquecer dos estudos pensando nos namorados: “Podiam [...] desprezar os homens maduros (considerados bons partidos pelo mundo adulto, mas velhos pelas moças) preferindo os jovens e animados”. Surgia uma autonomia da juventude como camada social separada. (PENNA, 2007)

Essas personagens vinham ao encontro de uma sociedade que estava se industrializando e urbanizando cada vez mais, que estava assumindo uma identidade moderna.

As “Garotas” representavam o contraponto da mulher bem comportada da época, eram mais descontraídas, alegres, ousadas e independentes, embora não representassem uma ruptura total com a idéia da mulher-mãe e esposa.

Podemos perceber esse conflito entre a mulher-moderna e a mulher mãe-esposa, em vários momentos, como no texto intitulado “Garota, você quer me levar no quadro?” de A. Ladino que fazia parceria com Alceu Penna na seção “As Garotas do Alceu”:

Entre as distrações mais inocentes das garotas a bicicleta tem lugar de relevo. Montadas numa bicicleta, as garotas formam um quadro sempre pitoresco. Principalmente quando encontram um gaiato para se encarapitar no quadro de sua máquina. O que vale é que nunca falta o freio. Na bicicleta, bem entendido... (Revista *O Cruzeiro*, abr/1948)

A garota aí representada era liberal o bastante para se “encarapitar no quadro” da bicicleta de algum rapaz e a alusão à “falta de freio” demonstra a malícia através da linguagem com duplo sentido.

Em outro momento, entretanto, o modelo mãe de família é expresso explicitamente, como no artigo “Oração das garotas a Santo Antônio”:

Meu Santo Antônio querido,
Aos seus pés venho rezar
Com fervor mais decidido,

Com devoção exemplar,
Mas vou fazer-lhe um pedido que você vai desculpar,
Eu preciso de um marido
Eu preciso ma casar! [...] (Revista *O Cruzeiro*, jun/1948)

Um fato importante na carreira de Alceu Penna foi a sua tentativa de fazer carreira nos Estados Unidos, ano depois de criadas as *Garotas*. Naquele país o desenhista assumiu uma nova função: a de consultor informal de moda de Carmen Miranda que fazia sucesso em terras americanas. Mesmo sua estada durando apenas dois anos, Alceu de voltou ao Brasil como um grande difusor de moda, costumes e hábitos norte-americanos entre a juventude brasileira.

Alceu Penna, entretanto, não foi apenas ilustrador, mas, também, estilista. Como repórter de moda e comportamento, além de grande apreciador do vestuário feminino ele cria muitos modelos que eram copiados em larga escala pela população leitora das revistas em que trabalhava. É importante salientar que os desenhos d'*As Garotas do Alceu* sempre vinham acompanhados de um pequeno texto.

Portanto, a partir dos anos 40 Alceu se torna uma referência na moda nacional, principalmente através das fantasias de carnaval criadas por ele e desenhos de roupas de gala, festa ou casamento. As famílias ricas do Rio de Janeiro não prescindiam de seus modelos para as festas mais luxuosas, modelos esses que não eram cobrados.

Alceu não era apenas um divulgador da moda, mas um pesquisador que buscava informações e detalhava os tecidos, as cores e as tendências para cada estação.

Segundo Gonçalo Junior, nesse ambiente de glamour o nome de Alceu circula como uma grife e seu estilo de desenho se dissemina formando quase que uma escola.

Com a Segunda Guerra Mundial e a ocupação da França as informações relacionadas à moda deixam de chegar ao Brasil, o que passa a ser um problema para a revista *O Cruzeiro*, que tinha na moda francesa suas referências. Alceu, então, é convidado pelo editor da revista e assumir as páginas de moda buscando referências principalmente nos Estados Unidos que ainda não estavam na guerra.

A partir de 1945 Alceu torna-se parceiro, durante sete anos, da *S.A. Moinho Santista Indústrias Gerais*, indústria de tecidos que elaborando folhinhas para serem distribuídas pelo país, além de lhe ter sido confiada toda a produção da revista *Tricô e Crochê*, onde ele escolhe as roupas que serão mostradas pela revista bem como as modelos, fotógrafos, etc.

Alceu, aos poucos, vai deixando de lado a inspiração nos modelos norte-americanos e passa a criar modelos próprios mais voltados ao gosto da brasileira, especialmente para bailes de carnaval de clubes de elite e festas juninas.

No final da guerra Alceu faz sua primeira viagem à Europa, com recursos próprios, como correspondente de moda em Paris da revista *O Cruzeiro*. Lá ele entra em contato com o mundo da moda, principalmente através de desfiles, mas chega à conclusão que a mulher brasileira tem um charme único e inigualável, mas, mesmo assim, acredita que não há ninguém no Brasil que tenha prestígio suficiente para criar algo diferente do que é feito em Paris, principalmente por seu figurinista preferido que era Christian Dior.

Nos anos 50, de volta ao Brasil, Alceu, que já era referência para a moda nacional, se torna um de seus mais importantes especialistas e críticos, escrevendo vários editoriais de moda e se tornando o responsável pela revista *A Cigarra*.

No início de 1960, Alceu participou de um evento promovido pela revista *O Cruzeiro* e pela empresa multinacional francesa Rhodia onde desenhou as roupas para um desfile de moda inspirado no café brasileiro.

Segundo Alceu,

Na estação em curso, a moda está se inspirando em trajes da Espanha, nas listras indianas e nas de Marrocos. Em grande evidência, o bordado inglês. Ora, por que o bordado inglês? E por que não os bordados do Ceará? Por que Espanha, Índia, Marrocos e não Brasil? Até onde uma linha de inspiração brasileira poderia influenciar a moda internacional? Uma linha de expressão brasileira? Teríamos de descobrir algo que fosse de atualidade e, ao mesmo tempo, adaptável às novíssimas tendências da moda. Algo como...café! (Revista *O Cruzeiro*, set/1960)

A *Coleção Café* deveria representar a brasilidade, teria as cores das sementes, flores, folhas e frutos do café, os tons predominantes seriam o vermelho-escuro, o verde-vegetal e o marrom, os estampados estilizariam cestos, peneiras e moendas que seriam desenhados por pintores brasileiros. Esse evento foi um sucesso e deu início à parceria de Alceu Penna com a Rhodia, mesmo porque a empresa tinha interesses em ampliar seus produtos para a área têxtil.

O figurinista se torna um consultor de moda muito requisitado e o principal produtor dos desfiles da empresa, levando seu trabalho para vários países da Europa, Ásia e Estados Unidos. Seus vestidos eram mostrados por famosas modelos brasileiras. Foi o responsável

por coleções como a *Brasilian Style* e *Brasilian Look*, onde um grupo de costureiros, dentre eles Dener, levam mais de cem modelos de roupas para serem apresentados na Europa.

Segundo Junior ,

A repercussão de seus modelos junto à crítica confirma que ele está no caminho certo. As coleções de Alceu são descritas como o que há de mais original e criativo no Brasil. A sua capacidade de antecipar tendências faz com que experimente em 1968 o vestido “midi” e a influência das superstars. No ousado show *Mulher*, este *Super-Homem*, de 1968, Alceu introduz as modas hippie e cigana que predominariam na primeira metade da década de 1970. [...] Alceu prega também a livre criação e o fim da ditadura da alta-costura como formas de deixar fluir o talento. (p.128)

Considerações finais

A partir da análise dessa breve trajetória histórica sobre a moda no Brasil e a vida de Alceu Penna, podemos concluir que este artista pode ser considerado pioneiro da moda brasileira e um dos construtores de uma identidade de moda nacional.

Segundo Pollak (1992), o sentimento de identidade,

[...] é o sentido da imagem de si, para si e para os outros. Isto é, a imagem que uma pessoa adquire ao longo da vida referente a ela própria, a imagem que ela constrói e apresenta aos outros e a si própria, para acreditar na sua própria representação, mas também para ser percebida da maneira como quer ser percebida pelos outros. (p.5)

Identidade, portanto, é uma manifestação ligada à memória coletiva (Halbwachs, 1990) e à dimensão do pertencimento social, no qual memórias são compartilhadas e há a percepção da diferença em relação ao outro, ou seja, a identidade se constitui em relação à alteridade e está ligada à história passada e à memória do grupo, constituindo um conjunto de ações que criam as formas de pertencimento e redes sociais.

A história da moda no Brasil, até Alceu Penna iniciar sua carreira, foi uma história de cópias ou inspirações na moda européia, praticamente não havia nada nem ninguém que pudesse ser considerado representante de uma moda nacional, que caracterizasse o país ou fosse referência no exterior.

Seu trabalho pode ser considerado um dos referenciais simbólicos que ajudaram a constituir uma identidade de moda no Brasil, pois segundo Crane (2006), para entendermos a construção de uma identidade através do vestuário, precisamos compreender como as roupas expressam significado, pois o vestuário é um instrumento de comunicação visual

que pode subverter, ou pelo menos intervir num determinado grupo ou na maneira com que esse grupo se vê em relações aos outros.(p.455,456)

Podemos afirmar, portanto, que a moda *no* Brasil sempre existiu, mas a moda *brasileira*, não, ou, como diz Pollak (1992), um “sentido da imagem de si, para si e para outros.” (p.5)

A moda brasileira, como não tinha uma representação própria, também não era percebida pelos outros. Penna criou essa idéia de pertencimento quando criou personagens que retratavam o estilo de vida brasileira e que tinha como cenário o Rio de Janeiro, cidade símbolo do país. A memória coletiva da sociedade brasileira, principalmente dos anos 40 e 50, foi marcada pelas *Garotas do Alceu* e seu estilo de vida.

Para Ziraldo, Alceu fez há mais de cinquenta anos atrás, o que a televisão faz hoje, o que era um “trabalho quase impossível para um desenhista só, mesmo que, à época, significava para o Brasil o que a TV Globo [...] significa nos tempos de agora.” (ZIRALDO, 1983)

A editora de moda Lilian Pacce, em depoimento dado ao programa Criadores do Brasil (junho 2005), afirmou que a moda brasileira pode ter ou não elementos da cultura nacional, que nenhum estilista é obrigado a mostrar o samba, o futebol ou a banana nas suas criações, mas sim, deve ter uma contemporaneidade, entender o seu tempo.

Nesse sentido, Alceu Penna foi, não só um pioneiro, mas um visionário, pois ele não apenas criou moda, inovou com seus modelos, utilizando ou não elementos da nossa cultura, mas influenciou na atitude da mulher brasileira, procurando entendê-la no seu tempo e no seu espaço.

Foi suficientemente destemido lançando um manifesto em 1968 em que critica a idéia da moda como um conceito desvinculado de uma realidade mais complexa e salienta a fundamental importância da moda se relacionar com a cultura, a arte e as transformações sociais, ou seja, com a sua contemporaneidade.

[...] quem determina a moda agora é a vida. Com tudo o que ela tem de apaixonante, odioso, alegre, triste, bonito, feio, maluco, imprevisível, ruim, gostoso, violento, assustador, isto é, a moda está fora de moda. A vida, não. E a vida é quem manda. Manda e modifica. A moda obedece. [...] (PENNA, apud JUNIOR, 2004, p.130)

Alceu Penna, já nos anos 60, acreditava que a identidade da moda brasileira não estava ligada apenas a seus aspectos culturais, exóticos e folclóricos, ou às “coisas do

Brasil”, mas via a moda como um movimento dinâmico, ligado ao corpo, à atitude, ao comportamento, à sociabilidade. Através de seu trabalho ele procurou se diferenciar da moda européia já fortemente solidificada e que servia de referência aos poucos criadores nacionais. Alceu Penna foi o ponto de partida da moda brasileira.

Referências bibliográficas

BONADIO, Maria Claudia. *Moda e sociabilidade – Mulheres e consumo na São Paulo dos anos 1920*. São Paulo: Editora Senac, 2007.

_____. *O fio sintético é um show!: moda, política e publicidade; Rhodia S.A., 1960-1970*. Campinas: 2005. Tese (Doutorado em História) – UNICAMP, Campinas, 2005.

CRANE, Diana. *A moda e seu papel social. Classe, gênero e identidade das roupas*. São Paulo: Editora Senac, 2006.

GONTIJO, Silvana. *80 Anos de Moda no Brasil*. São Paulo: Nova Fronteira, 1987.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Vértice, 1990.

JOFFILY, Ruth. *O Brasil Tem Estilo?* Rio de Janeiro: Senac/Nacional, 1999.

JUNIOR, Gonçalo. *Alceu Penna e as Garotas do Brasil. Moda e Imprensa-1933/1980*. São Paulo: CLUQ, 2004.

MOUTINHO, Maria Rita. *A Moda no Século XX*. Rio de Janeiro: Senac/Nacional, 2000.

NACIF, Maria Cristina Volpi. Confecção de trajes e mão-de-obra, no Rio de Janeiro, nos primeiros cinquenta anos do século XX. In: CASTILHO, Kathia & VILLAÇA, Nízia (orgs) *Plugados na Moda*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2006.

PALOMINO, Érika. *A Moda*. São Paulo: Publifolha, 2003.

PENNA, Gabriela Ordones. *Os estilos de vida das “Garotas do Alceu”*. Disponível em: <http://www.infomoda.com.br/cultura_moda1.php> Acessado em 12/08/2007

POLLAK, Michel. Memória e identidade social. *Revista Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, vol.5, n.10, 1992. p.5

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. *A Cidade e a Moda*. Brasília: Editora UNB, 2002.

SOUZA, Gilda de Mello e. *O Espírito das Roupas- A Moda no Século XIX*. São Paulo: Cia. das letras, 1987.

ZIRALDO. Texto escrito para o catálogo da exposição As garotas do Alceu, realizada em julho de 1983 no Palácio das Artes em Belo Horizonte. Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/modabrasil/biblioteca/grandesnomes/alceu/garotas.htm>> Acesso em 12/08/2007.