

A MODA SOB INFLUÊNCIA BÉLICA: UMA ANÁLISE DA INDUMENTÁRIA FEMININA NA REVISTA *A CENA MUDA* ENTRE 1942 E 1945¹

Gabriela Schu²

Resumo: Este artigo tem por objetivo apresentar os resultados do trabalho desenvolvido na pesquisa do periódico *A Cena Muda*. Procurou-se, através da análise das imagens contidas na revista, compreender o padrão de beleza proposto pela mesma e caracterizar o estilo de indumentária vigente durante a II Guerra Mundial, estampado nas páginas das edições pesquisadas.

Palavras-chave: Moda. II Guerra Mundial. *A Cena Muda*. Revista de fãs. *Hollywood*.

INTRODUÇÃO

O interesse em pesquisar a revista *A Cena Muda* surgiu em meio ao trabalho desenvolvido como funcionária do MRL (Museu Regional do Livro), local que contém boa parte de seus números entre 1942 e 1951. Doado ao acervo em 2003, o periódico desde então foi utilizado para pesquisas como, por exemplo, uma análise que resultou na elaboração da exposição *De Hollywood para Você*, e outra, na mostra *A Moda em Tempos de Guerra*, ambas organizadas pelo MRL.

O espaço temporal abrangido por este estudo correspondeu ao período entre 1942 e 1945. O ano de 1942 refere-se à entrada do Brasil na guerra junto aos países aliados, após o rompimento das relações diplomáticas com as potências do Eixo. Não por acaso há uma boa quantidade de matérias, a partir deste ano, que tratam do conflito mundial. Já o ano de 1945 demarca o término da II Guerra Mundial, momento a partir do qual a moda sofrera grandes mudanças, as quais, pelo recorte temporal aqui estabelecido, ficaram de fora desta análise.

Tendo em vista que a pesquisa proposta buscou analisar a moda feminina dos anos 1940 na revista *A Cena Muda*, convém esclarecer a relevância de se investigar

1 Este artigo visa apresentar os primeiros resultados obtidos através da análise realizada no acervo do Museu Regional do Livro com o periódico *A Cena Muda*, através da disciplina Trabalho de Conclusão de Curso I e II. Dessa forma, serão referenciados os objetivos da pesquisa, bem como a sua justificativa, metodologia e pressupostos teóricos utilizados na mesma.

2 Licenciada em História pelo Centro Universitário Univates.

tanto o tema quanto o periódico em questão. Não é demais lembrar que, desde o surgimento da Escola dos *Annales* nos anos 1930, e com a diversificação de campos e objetos de pesquisa desenvolvidos pela *História Nova*, a partir de então cada vez mais historiadores buscaram diferentes ferramentas para realizar o seu trabalho. Este estudo se inseriu na tentativa de examinar novos temas, como a moda, que foi tratada como um objeto de pesquisa a ser problematizado para compreender um determinado período da sociedade. Ainda em relação aos pressupostos teóricos, este trabalho utilizou-se de Aumont (2001), Braga (2007), Burke e Lopes (1992), Burke (2008), Calanca (2008), Crane (2006), Nero (2007), Souza (2010), Thompson (2002), Vasconcelos (2010) e Volpato (2011).

A Cena Muda é um periódico que apresentava as notícias de *Hollywood* e mostrava o que as atrizes da época estavam usando, além de fazer a publicidade dos filmes americanos. A revista funcionava como um método americano de inserir sua cultura em outros países, como o Brasil. As propagandas incitavam à utilização das roupas e acessórios que as *glamourosas* atrizes americanas utilizavam. Também mostravam as ideias dos EUA de um modo geral, pois os filmes em cartaz durante a II Guerra Mundial, por exemplo, narravam o mal que o nazismo significava, mostrando assim a importância da participação *heroica* dos americanos na guerra, e são esses filmes que a revista divulgava. Em suma, o periódico apresentava o lado americano das situações.

Cabe lembrar também que a revista, especificamente as edições pertencentes ao acervo do MRL (Museu Regional do Livro), não foi objeto de muitas pesquisas e, dessa forma, o trabalho ganhou um caráter inovador e diferenciado. Ainda no que se refere à temática de analisar a moda através da revista, não foram encontrados trabalhos com esta proposta.

Outro aspecto referiu-se à quantidade de imagens existentes na revista. A mesma possui um material fotográfico muito rico, e isso facilitou na análise da temática proposta. Vale lembrar também que o periódico entra na classe das *revistas de fãs*³ e as mesmas trabalham muito o comportamento feminino em suas páginas.

Com relação à circulação da revista, não se possui conhecimento de como seria a circulação da mesma em nível regional. No entanto, em uma escala mais global, os números ficam entre 10 a 100 mil exemplares (ADAMATTI, 2008). Ainda falando sobre a circulação do periódico acrescenta-se: “... *Cena Muda* era enviada para todo o Brasil, até mesmo para alguns países da América Latina. A título de comparação, o valor da tiragem era baixo se comparado à tiragem da revista *O Cruzeiro*, a publicação de maior circulação na América Latina no período” (ADAMATTI, 2008, p. 17). Notou-se, a partir desta análise, que o periódico, mesmo não tendo projeções como as de outras grandes revistas, fez um nome no

3 As *revistas de fãs* surgiram ligadas à onda que proporcionou destaque diferenciado aos atores. Logo, as matérias tratavam sobre a vida pessoal dos artistas e apresentavam resumos dos próximos filmes a serem estrelados. Como ressalta Mattos (2010), a primeira revista de fãs foi *Motion Picture Story Magazine*, que surgiu em 1911, fundada por J. Stuar Blackton. A partir deste momento, surgiram diversos periódicos que, com muito *glamour*, voltavam-se totalmente ao universo feminino.

mercado e circulou pela América Latina. Dessa forma, este pode ser considerado outro fator a justificar a escolha do periódico como fonte de pesquisa.

Inúmeras mudanças ocorreram na década de 1940 com relação à produção de moda. Contudo, o que levou a justificar o recorte temporal da pesquisa foi o fator bélico. Muitas vezes pensa-se que durante tempos de guerra a produção de moda fica estagnada e simplesmente os ateliês e as criações param. Durante períodos difíceis, como as duas grandes guerras, houve escassez de materiais e tecidos, enfim, toda matéria-prima e tecnologia das grandes potências eram desenvolvidas para a guerra. Porém, durante estes eventos, as mulheres não andavam maltrapilhas, naturalmente havia estilo e conceito, sendo que os próprios uniformes dos soldados eram motivo de inspiração para as roupas. Naquele momento, houve uma masculinização da indumentária feminina. Conforme Braga (2007b), a moda recebe influência bélica há muito tempo, sendo difícil enumerar ou citar todos os conflitos e suas consequências na indumentária. Dessa forma, se quis mostrar nessa pesquisa que a moda ocorreu em tempos de guerra com a inserção de novos conceitos de beleza e de vestir. Sendo assim, pretendeu-se também apresentar que, para o mundo das estrelas, as imposições da guerra eram diferenciadas. Elas utilizaram tecidos escassos, peles de animais, volumes nas peças, sendo que *Hollywood* inseriu as características militares, mas não deixou de ostentar seu luxo e *glamour* enquanto pôde.

A PESQUISA E OS RESULTADOS

Ao escolher o tema da moda para este estudo, e a imagem como uma ferramenta onde é possível analisá-la, convém ressaltar que ambos se legitimam como fontes de pesquisa através dos pressupostos da “História Nova”, ou Escola dos *Annales*. É este novo “fazer história” que incorpora tais objetos e fontes para a análise historiográfica.

O historiador dos *Annales* entende que quão mais diversificadas forem as fontes, mais rico o estudo será. Esse novo modelo de fazer história integra o conceito de interdisciplinaridade, ou seja, ocorre uma pluralidade de assuntos que podem ser estudados. Aqui se encontra uma problematização no fazer história: ela passa a ser problematizada e relativizada. Conforme Burke e Lopes (1992, p. 11) “[...] a nova história começou a se interessar por virtualmente toda a atividade humana. ‘Tudo tem uma história’, como escreveu certa ocasião o cientista J.B.S. Haldane; ou seja, tudo tem um passado que pode em princípio ser reconstruído e relacionado ao restante do passado”. Compreende-se então a necessidade de diversificarem-se as fontes e métodos utilizados para a realização das pesquisas.

Ao longo da história, muitas teorias foram apresentadas a fim de compreender o cotidiano das sociedades. Este estudo procurou, através da análise da moda na década de 1940, examinar a imagem do cotidiano das mulheres norte-americanas veiculada no periódico *A Cena Muda*, bem como apresentar nesta ferramenta a possibilidade de análise e compreensão do comportamento político, ideológico e econômico da sociedade.

A política da boa vizinhança americana foi estudada através da mulher na sociedade. Focou-se na forma de como suas vestimentas e pensamentos refletem no ideário de uma determinada cultura, a americana, que neste momento estava sendo inserida no Brasil.

Estudar a cultura para compreender um determinado período é uma metodologia utilizada por muitos historiadores. Estes são conhecidos como *Historiadores Culturais*. Então, seguindo o que foi relatado acima sobre os *Annales*, convém apresentar uma breve reflexão sobre o conceito de história cultural e o que estes pesquisadores apresentam para legitimar seus estudos.

A história cultural é um tema que surgiu a mais de um século, e ao longo de sua formação concebeu vários métodos e conceitos sobre como fazer a história cultural, que foram sendo reformulados através do tempo. Não se teve a pretensão de apresentar a história da história cultural, porém convém pelo menos salientar o que os historiadores dos *Annales* escrevem sobre o assunto:

A tradição francesa é distinta, entre outras coisas, por evitar o termo “cultura” – pelo menos até época bem recente – e por dirigir o foco, em vez disso, para *civilisation, mentalités collectives e imaginaire social*. Há três ou quatro gerações os historiadores associados à revista *Annales* vêm fazendo uma série notável de contribuições importantes nesse campo: para a história das mentalidades, sensibilidades, ou “representações coletivas” na época de Marc Bloch e Lucien Febvre; para a história da cultura material (*civilisation matérielle*), na época de Fernand Braudel; e para a história das mentalidades (de novo) e da imaginação social, na época de Jacques Le Goff, Emmanuel Le Roy Ladurie e Alain Corbin (BURKE, 2008, p. 11).

Estes termos abordados, segundo Burke (2008), fazem parte da história cultural. Ela apresenta-se como uma forma de ver a história através de aspectos do cotidiano, de esmiuçar a diversidade de fontes que a História Nova propõe aos historiadores. Foi esta a intenção deste estudo:

O terreno comum dos historiadores culturais pode ser descrito como a preocupação com o simbólico e suas interpretações. Símbolos, conscientes ou não, podem ser encontrados em todos os lugares, da arte à vida cotidiana, mas a abordagem do passado em termos de simbolismo é apenas uma entre outras (BURKE, 2008, p. 10).

Conforme Burke (2008), o simbolismo é uma das diversas abordagens da história cultural, e foi exatamente uma análise de representação simbólica que este estudo pretendeu desenvolver. Através das imagens de *A Cena Muda* pretendeu-se examinar a inserção da cultura norte-americana, especialmente para o universo feminino no Brasil.

Convém lembrar que os meios de comunicação são condutores da representação simbólica explicada acima. Eles, conforme evoluíram, adentraram no cotidiano das pessoas e influenciaram suas ideias e intenções:

A produção e circulação das formas simbólicas nas sociedades modernas é inseparável das atividades das indústrias da mídia. O papel das instituições da mídia é tão fundamental, e seus produtos se constituem em traços tão onipresentes da vida cotidiana, que é difícil, hoje, imaginar o que seria

viver num mundo sem livros e jornais, sem rádio e televisão, e sem os inúmeros outros meios através dos quais as formas simbólicas são rotineira e continuamente apresentadas a nós. Dia a dia, semana a semana, jornais, estações de rádio e televisão nos apresentam um fluxo contínuo de palavras e imagens, informação e ideias, a respeito dos acontecimentos que têm lugar para além de nosso ambiente social imediato. Os personagens que se apresentam nos filmes e nos programas de televisão se tornam pontos de referência comuns para milhões de indivíduos que podem nunca interagir um com o outro, mas que partilham, em virtude de sua participação numa cultura mediada, de uma experiência comum e de uma memória coletiva [...] (THOMPSON, 2002, p. 219).

Através desta análise de Thompson (2002) percebe-se quão importante é a contribuição da imprensa e mídia para que esses pensamentos chegassem a cada indivíduo, seja pela televisão, nos programas, propagandas e cinema, seja pelo rádio ou pelo jornal. O que se ressalta é a importância dos meios de comunicação. A revista *A Cena Muda* foi um meio de comunicação para inserir uma forma cultural no universo feminino brasileiro.

Utilizar a moda como uma ferramenta de estudo proporcionou a problematização e a compreensão de determinados costumes e crenças da sociedade. Para analisar a década de 1940 através deste viés, convém apresentar um breve histórico da moda.

A moda surge como uma ferramenta de comunicação não verbal. Através dela estão expressos os gostos de determinado grupo social, o que a sociedade pensa e gosta naquele momento.

A moda nasce – segundo Levi Strauss – quando o enfeite, a tatuagem, a modificação artificial do corpo deixa de ser funcional e passa a ter uma motivação psicológica e social. O homem pensa uma nova moda e o grupo social a compara entre seus membros até que a anule. Nasce quando se torna *status symbol*, estética, “sistema não verbal de comunicação”, segundo Roland Barthes (NERO, 2007, p. 16, grifo do autor).

Assim, pode-se dizer que a moda é uma ferramenta que dita comportamentos e costumes de determinados grupos, conforme vai se constituindo, sendo aceita na sociedade e moldando os pensamentos de cada “tribo”.

Para Nero (2007), a roupa que a pessoa usa traz consigo uma grande responsabilidade: a de moldar a sua *persona*:

Roupa é também teatro e vestir-se é assumir uma personagem, *persona*. (a palavra *persona* era o nome da máscara no teatro grego, de onde vem “personagem”, o usuário de uma máscara. *Persona* é o que os outros enxergam em nós). Roupa inspira respeito ou medo, autoridade. Roupa faz o mendigo ou o Super-Homem; policiais ou criminosos; sacerdote ou incréu. Roupa é poder, é política. É a exigência de um chefe de Estado, nas ocasiões em que não estiver usando paletó e gravata, que seus ministros e secretários não usem também: ele decide o *status* da ocasião. Porque a roupa não veste somente a pessoa, mas veste a tribo (NERO, 2007, p. 27-28, grifo do autor).

Conforme abordagem do autor pode-se concluir que a moda define personalidade e imagem, e é através das roupas que se criam modelos e estereótipos

que refletem *status*, poder social e identidade. Ela é inserida na sociedade conforme os objetivos dos grupos sociais, é uma aceitação que se faz no intuito de ter uma vestimenta como correta ou não. O próprio ato de utilizar a vestimenta está relacionado a isso, pois, atualmente, ainda existem grupos que possuem outro olhar sobre o ato de cobrir o corpo. Os grupos indígenas são um exemplo dessa forma cultural de perceber a indumentária com outro olhar. Todos estes elementos fazem parte da formação de identidade, a própria escolha dos consumos define o *status* e a maneira das pessoas se verem dentro das camadas sociais:

O vestuário, sendo uma das formas mais visíveis de consumo, desempenha um papel da maior importância na construção social da identidade. A escolha do vestuário propicia um excelente campo para estudar como as pessoas interpretam determinada forma de cultura para seu próprio uso, forma essa que inclui normas rigorosas sobre a aparência que se considera apropriada num determinado período (o que é conhecido como moda), bem como uma variedade de alternativas extraordinariamente rica. Sendo uma das mais evidentes marcas de status social e de gênero – útil, portanto, para manter ou subverter fronteiras simbólicas –, o vestuário constitui uma indicação de como as pessoas, em diferentes épocas, vêem sua posição nas estruturas sociais e negociam as fronteiras de status [...] (CRANE, 2006, p. 21).

Através da citação de Crane (2006), pode-se concluir que escolher a moda como ferramenta de pesquisa trouxe consigo compreensão de definições e escolhas dos grupos sociais. Conforme a autora, nos séculos anteriores, a vestimenta apresentava diferentes aspectos da pessoa que portava. A classe social, religião e identidade regional estavam associadas à sua vestimenta. Dentro deste contexto, observa-se, ao longo da história da moda, que a mesma foi usada para moldar identidades, definir uma característica específica, ou a liberdade da pessoa expressar na vestimenta o que quer passar de si para a sociedade, respeitando as imposições e limitações do período histórico abordado.

[...] As roupas, como artefatos, “criam” comportamentos por sua capacidade de impor identidades sociais e permitir que as pessoas afirmem identidades sociais latentes. Por um lado, os estilos de roupa podem ser uma camisa-de-força, restringindo (literalmente) os movimentos e gestos do indivíduo, como foi o caso do vestuário feminino durante a era vitoriana. Por séculos, têm-se usado uniformes (militares, policiais ou religiosos) para impor identidades sociais aos indivíduos de forma mais ou menos voluntária. Por outro lado, as roupas podem ser vistas como um vasto reservatório de significados, passíveis de ser manipulados ou reconstruídos de forma a acentuar o senso pessoal de influência [...] (CRANE, 2006, p. 22).

Dessa forma, a moda pode e deve ser uma ferramenta de análise histórica. Através dela podem-se mostrar as linhas de pensamentos que repentinamente mudam. A moda, como diz Nero (2007, p. 16), “[...] é a ferramenta mais efêmera da história. Ela está sempre em mutação, acompanhando o momento atual”.

Caracterizar a moda como objeto de pesquisa, e especificamente a indumentária, proporciona uma vasta gama de abordagens: “A história das indumentárias coloca uma série de temas, das matérias-primas e das técnicas de produção ao problema dos custos, das hierarquias sociais [...]” (CALANCA, 2008,

p. 27), entre outros. Sendo assim, vale mencionar que esta pesquisa procurou analisar aspectos respeitantes à caracterização da vestimenta no período analisado, bem como apresentar os tecidos que eram veiculados no periódico pesquisado.

Ao analisar os tecidos que compunham as indumentárias das artistas mencionadas em *A Cena Muda*, foi possível compreender como estes faziam parte do processo histórico vivido naquele contexto. A escassez dos materiais e a utilização para utensílios bélicos culminaram em modificações no que tange aos tecidos do período. Sendo assim, estas mudanças refletiam a situação dos países naquele contexto e, como afirma Calanca (2008), o estudo dos tecidos é intrínseco ao das roupas:

O estudo dos tecidos é inseparável do estudo das roupas, mas na operação de reconstrução historiográfica encontram-se numerosas dificuldades: as traças que se aninham na lã não pouparam, ao longo dos séculos, muitas das inumeráveis lãs cardadas, cortadas, trabalhadas na Idade Moderna. Em compensação, a seda, o cânhamo, o algodão e o linho resistiram mais. O conjunto dos tecidos e de todos os materiais que compõem o universo do vestuário é basilar. Um dos elementos cruciais da pesquisa, diz Roche, é a comparação entre o tecido e a roupa cuja datação se conhece e o percurso social. **Paralelamente, é fundamental o estudo econômico dos materiais têxteis, o estudo da sua produção, fabricação e comercialização** (CALANCA, 2008, p. 32, grifo nosso).

Através destes elementos apresentados pela autora, entende-se a complexidade que envolve a historicidade dos tecidos. Cabe ressaltar que este estudo não deu conta de analisar criteriosamente os tecidos citados pela revista, no entanto, os aspectos relacionados à sua produção e comercialização durante a II Guerra Mundial foram explicados, no intuito de proporcionar o entendimento de como este evento bélico modificou o mundo do vestuário.

Outro elemento importante que deve ser considerado no conceito de moda refere-se à sua amplitude. O conceito abrange elementos maiores do que os do universo da indumentária. A moda está relacionada a hábitos e costumes de que as culturas se apropriam:

[...] É a experiência das aparências que pressupõe “objetos” nos quais se manifestar; é função e conteúdo estético. Com o termo “moda”, entende-se, especificamente, “o fenômeno social da mudança cíclica dos costumes e hábitos, das escolhas e dos gostos, coletivamente validado e tornado quase obrigatório”. Em relação à moda, o termo “costume”, na acepção de “hábito constante e permanente que determina o comportamento, a conduta, o modo de ser” de uma comunidade, de um grupo social, remete ao conceito de sistema, de estrutura, ou seja, um conjunto de vários elementos relacionados entre si [...]” (CALANCA, 2008, p. 11-12).

Sendo assim, a moda constitui-se como elemento social que determina gostos e hábitos coletivos perante a aceitação dos grupos a qual pertence. Como ressalta Calanca (2008), o termo também se refere a uma exigência cultural do presente. Como exemplos podem-se mencionar as expressões “estar na moda” ou “estar fora de moda”. Estas frases carregam projeções de hábitos e costumes do tempo em que estão inseridas. Para exemplificar, pode-se criar um hipotético diálogo entre

duas amigas: uma delas comenta sobre a nova sandália azul-marinho que comprou, com salto plataforma; a outra amiga responde, mencionando o quão bonito achou o calçado, e que o mesmo será tendência da próxima estação, e ressalta que estará na moda utilizando-o. Este diálogo pode valer também para uma conversa referente a um objeto decorativo de uma casa, um tom de cor que se pintou o cabelo, etc., o importante é compreender a abrangência do termo em questão.

A questão tecnológica também pôde ser utilizada para entender essa diversidade. Atualmente vive-se a era *dos ipods, iphones, tablets*, entre outros. A “moda tecnológica” corresponde a estes objetos. No entanto, olhando uma década atrás, nem se pensava no surgimento destes aparatos para consumo das populações. Dessa forma, “[...] o conceito não concerne exclusivamente à *parure* e às roupas, mas a todos os meios de expressão e de transformação do homem [...]” (CALANCA, 2008, p. 14). Neste sentido, pode-se falar em uma moda de como se deve comer, de uma maneira adequada de caminhar e até ao modo de se falar. Os próprios tipos de cuidados que são referenciados para preservação do corpo, da higiene e estética, fazem parte deste leque de concepções.

A indumentária apresenta-se como o mais conhecido setor da moda, para tanto, os elementos anteriormente mencionados foram importantes para que se tivesse uma visão mais ampla do que tange a temática. Como este estudo tratou de falar sobre o período que corresponde à década de 1940, especificamente durante a II Guerra Mundial, vale mencionar que inúmeras mudanças ocorreram nas vestimentas do período.

No decorrer do conflito ocorreram transformações no meio da moda que refletiam as situações dos países naquele momento:

A II Guerra Mundial (1939-1945) traz, também, mudanças diversas na moda. Os próprios uniformes dos soldados agora já têm um conceito maior de camuflagem, uma vez que são na cor verde-oliva, diferentes dos uniformes azul-marinho da I Guerra Mundial (1914-1918). No dia-a-dia, as roupas femininas ganham aspecto de masculinização, por influência dos uniformes dos soldados, especialmente no uso de duas peças – saia e casaquinho ou saia e blusa – por praticidade e também por favorecerem maior permuta entre as peças (BRAGA, 2007b, p. 68).

Outro elemento importante nesse leque de modificações referiu-se ao papel social exercido pelas mulheres. Ao longo dos períodos históricos, notou-se que conforme a mesma foi conquistando seu espaço, livrando-se do cunho conservador, sua indumentária modificou-se também:

[...] Nas décadas de 1920 e 1960, a pauta da moda revelou-se mais progressista para as mulheres ao reformular sua aparência em consonância com as mudanças ocorridas em seus papéis sociais e no restante da sociedade [...] (ROBERTS apud CRANE, 2006, p. 53).

O cenário da II Guerra Mundial levou as mulheres para as fábricas no auxílio do fornecimento de armas e acessórios bélicos, além de impor que as mesmas exercessem o papel de guardiãs da família, enquanto os maridos lutavam nas frentes

de batalha. Estas modificações do período proporcionaram uma indumentária mais prática e versátil.

Vale considerar que a revista aqui analisada divulgou os filmes do momento e o que estava acontecendo em *Hollywood*. A moda não ficava de fora, o que as estrelas de cinema usavam é o que as mulheres da sociedade iriam usar. Esta é uma afirmativa não absoluta, pois a intenção deste trabalho foi compreender como a revista fazia a publicidade da moda americana, e não apresentar dados que comprovem se este método fora eficaz.

A intenção foi também analisar a ligação entre a moda e o cinema; para tal estudo, convém apresentar algumas considerações sobre a relação destes:

Atente-se que a moda lançada pelo cinema por atores e atrizes não era fruto do acaso ou de ideias geniais inspiradas pelo andar ou belas formas. Ao longo de cinco décadas, a assinatura de Edith Head, com certeza a mais famosa figurinista do cinema americano, foi sinônimo de modismo: a senhorita Head, como era chamada, ganhou oito Oscars pelas roupas que criou para as mais importantes estrelas do cinema como Bette Davis, Elisabeth Taylor, Audrey Hepburn. Através do cinema suas criações influenciaram o guarda roupa feminino especialmente nos anos 40 e 50. Ela dizia: “A moda é uma linguagem. Alguns sabem aprendê-la, outros jamais conseguirão mexer com ela” (VASCONCELOS, 2010, texto digital).

Conforme Vasconcelos (2010), o cinema influenciou as vestimentas das mulheres entre a década de 1940 e 1950 e nas páginas de *A Cena Muda* foi visível esta influência.

Por fim, vale salientar que a fonte para a realização desta pesquisa foram as imagens de *A Cena Muda*. Logo, foi necessário explicar o conceito de imagem e as perspectivas a que se pode chegar através dela: “A imagem é basicamente uma síntese que oferece traços, cores, e outros elementos visuais em simultaneidade. Após contemplar a síntese é possível explorá-la aos poucos; só então emerge novamente a totalidade da imagem” (JÚNIOR apud VOLPATO, 2011, p. 5).

Ao analisar uma imagem, há a tentativa de decifrar, absorver e compreender sua representação simbólica, pois a imagem expressa um objeto, um fato, um pensamento. Ela é a ideia ou intenção de representação de alguém. Conforme Aumont (2001), a imagem pode fornecer um valor de representação, de símbolo ou de signo. O primeiro se refere ao que é concreto; o segundo representa coisas abstratas e o terceiro, para Arnheim apud Aumont (2001), representa um conteúdo onde os caracteres não são visivelmente refletidos por ele. Como exemplo deste, temos as placas de sinalização.

Analisar uma imagem pode resultar em diferentes interpretações. Neste estudo, pretendeu-se mostrar a interpretação de um indivíduo sobre essas imagens, deixando claro que outras conclusões destas mesmas imagens poderiam ser obtidas por outra pessoa. Conforme Souza (2010, texto digital), “o trabalho de interpretação da imagem, como na interpretação do verbal, vai pressupor também a relação com a cultura, o social, o histórico, com a formação social dos sujeitos. E vai revelar

de que forma a relação imagem/interpretação vem sendo ‘administrada’ em várias instâncias”. Ou seja, cada pesquisador faz sua interpretação da imagem que analisa.

A metodologia utilizada nessa pesquisa consistiu em referencial bibliográfico sobre moda atual e sua história em geral, fazendo um recorte maior nos materiais que tratam da década de 1940. Porém, a principal ferramenta de estudo foi a coleção da revista *A Cena Muda*, localizada no Museu Regional do Livro, no Centro Universitário Univates.

Cabe ressaltar que o uso de imagens veiculadas em um periódico, como fonte para pesquisa, requer cautela. O uso da imprensa na história é muito válido, porém, são necessários determinados cuidados:

[...] o pesquisador que se utiliza da imprensa elabora uma leitura diferenciada daquela empreendida pelo leitor ao qual o periódico se dirige. Enquanto este desenvolve uma “leitura extensiva”, preocupado com a quantidade de informações, o historiador deve “ler intensivamente”, procurando a qualidade da análise [...] (DALMÁZ, 2002, p. 14).

Outra questão que deve ser lembrada ao usar a imprensa como fonte de pesquisa é a importância da utilização de outras fontes. O periódico não deve ser o único recurso:

[...] a imprensa não pode ser fonte exclusiva para qualquer pesquisa histórica. É imprescindível a pesquisa bibliográfica – tanto de trabalhos de pesquisa como de textos teóricos – para situar o objeto de nossa pesquisa num quadro maior de estudos sobre o nosso assunto ou temas correlatos [...] (ELMIR, 1995, p. 25).

Conforme ressalta Elmir (1995), a utilização de outras fontes além do periódico é necessária para a realização da pesquisa e, como já mencionado, este trabalho, além das páginas de *A Cena Muda*, possui como fonte de pesquisa uma bibliografia diversificada sobre a história da moda de um modo geral e, principalmente, de estudos que remetam à forma como era realizada a produção de moda na década de 1940, além de outros estudos como o de Adamatti (2008) e Figueiredo (2007) que também utilizaram a revista como fonte de pesquisa.

Outro aspecto que se insere no quadro metodológico da análise de imagens de uma revista está ligado ao conceito de imprensa enquanto manipuladora de interesses na vida social (CAPELATO apud WEBER, 2010). Logo, as imagens apresentadas na revista determinam um padrão de beleza e vestimenta que ela quer “vender”, ou seja, cada revista tem um leque de informações que deseja passar e, como toda imprensa, existem recortes e/ou destaques de informações que são elaborados conforme a proposta de cada meio de comunicação. Neste sentido, ao analisar a moda ditada pela revista, apresentou-se um recorte de interesses com relação à beleza e ao ato de se vestir no período selecionado.

Complementando a ideia de que os meios de comunicação possuem públicos específicos e têm seus recortes e delimitações, cabe ao historiador, ao analisar estas fontes, ter ciência de que não pode ser o leitor daquele material, mas sim um pesquisador com o objetivo de *provar* hipóteses que criou sobre aquele material. Dessa forma, foi necessário minucioso trabalho de análise das imagens, e como

salienta Elmir (1995), não é possível simplesmente *passar os olhos* nas páginas do material selecionado. E ainda complementa:

O historiador quase sempre se encontra numa fronteira muito pouco precisa entre a interpretação sã e a interpretação paranoica ou ‘superinterpretação’. A posição mais confortável, quase sempre, é a de enxergar no texto o sintoma, o exemplo, a representação ou a ilustração da ideia que queremos provar. Um enunciado tomado isoladamente pode, ao ser interpretado, escamotear a real abrangência do seu significado; podemos pecar por superestimar ou subestimar a matéria de nossa análise (ELMIR, 1995, p. 5).

A partir desta interpretação, compreende-se a importância de debruçar-se na fonte, levando em consideração que as ideologias e pensamentos transformaram-se no decorrer dos anos e que o periódico, num determinado período caracterizado por certos dogmas, pode vir a mudar completamente conforme seus interesses.

Ainda sobre a metodologia, vale salientar que o recorte temporal desta pesquisa referiu-se à década de 1940 e, nesse período, encontra-se o que denominamos de “imprensa de opinião”, e a mesma:

[...] tinha características claramente políticas a apaixonadas, ultrapassando a simples função de “espelho da realidade” para tornar-se um instrumento ativo de opinião pública. Cada jornal parecia dirigir-se prioritariamente a um tipo de público e o jornalismo era quase que um exercício literário [...] (ZICMAN, 1985, p. 91).

Neste sentido, entende-se que *A Cena Muda* encaixou-se neste contexto, tendo assim um público específico para quem passava as informações e, neste trabalho, procurou-se entender este grupo, caracterizando-o na pesquisa. Em suma, cabe ao historiador analisar a subjetividade dos materiais midiáticos, bem como caracterizar o objeto que analisa, ressaltando os cuidados ao utilizar esses materiais.

Tendo em vista que *A Cena Muda* representava o lado americano das situações, bem como ditava os gostos e hábitos da cultura americana, criou-se como problemática neste estudo a maneira como a revista construiu o padrão de beleza feminino em suas páginas entre 1942 e 1945.

A partir da problematização levantada, através da análise das imagens, concluiu-se que, entre 1942 e 1945, a moda estampada na revista foi marcada pelas influências bélicas e masculinas através da situação de guerra, e também pela influência do *glamour* de *Hollywood*. Vale mencionar também que as características de guerra foram inseridas no guarda-roupa das estrelas, tornando-se vestimentas requintadas e elegantes. Para tanto, sempre que possível, os estilistas de *Beverly Hills* deram sua pitada de luxo e ostentação para tornarem as composições diferenciadas.

No decorrer da pesquisa, constatou-se que existem modelos bem masculinizados, ao mesmo tempo em que se encontravam muitos trajes da alta costura de *Hollywood* proporcionando uma cintura mais afinada que, desenhando o corpo da mulher, fugiam do conceito de um corte reto. Notou-se também que em 1942 os vestidos de festa eram bem afeminados e possuíam bastantes camadas de tecidos luxuosos. Por outro lado, as roupas para outras atividades, como lazer e dia a dia, já apresentavam aspectos bélicos e masculinos.

Sobre os têxteis, foram encontrados trajes com a utilização da seda e outros tecidos requintados, principalmente em 1942. Dessa forma, pode-se dizer que neste momento a moda das estrelas estava adaptando-se às influências da guerra, ao mesmo tempo em que enfatizava seu *glamour* através dos têxteis, que proporcionavam *status* às vestimentas. Sendo assim, *Hollywood* inseriu as características bélicas na moda e transformou as vestimentas em modelos com requinte e elegância.

Ainda sobre a seda, informações a respeito da sua escassez foram encontradas somente em 1944. E ao longo da pesquisa concluiu-se que também foram utilizados no período: *lã, crepon, casemira, crepe de seda, cetim, tafetá, algodão, linho, veludo, jérsey, nylon* e *xadrez*, cada qual com sua utilidade. Neste sentido, conforme salienta Calado (2006), para substituir a seda durante a guerra, foram utilizados materiais como os *crepes, cetins e jérseys*, além das misturas de fibras sintéticas com a seda, que permitiam combinações de outros tecidos com ótimo caimento, além de serem belos e confortáveis. Sendo assim, constatou-se que estes novos tecidos foram inseridos no guarda-roupa feminino das estrelas de *Hollywood*.

A partir de 1943, e ao longo dos outros anos, notou-se a diminuição de páginas que falassem detalhadamente sobre a vestimenta das estrelas. Em muitos momentos o enfoque fora a artista e suas atuações nos filmes de *Hollywood*. No entanto, as informações sobre moda nunca deixaram de existir nas publicações da revista.

De modo geral, pôde-se considerar que a moda estampada na revista foi caracterizada pela mescla entre o *glamour* e o bélico. Para melhor exemplificar, as combinações de duas-peças, principalmente de saia e casaco, vinham acompanhadas de acessórios como estonteantes chapéus e casacos de peles. Logo, mesmo que o conjunto apresentasse as características bélicas, a utilização das peles pode ser considerada como *a pitada de Hollywood*, visto que, naquele período, a população em geral não possuía condições de comprar luxuosos casacos como os estampados no periódico.

Ainda sob a influência bélica, é importante mencionar que a própria revista confirmava esta influência nas roupas, através de suas legendas. Os conjuntos, tão utilizados no período na maioria das vezes, foram apresentados com esta influência. Os famosos *costumes* podem ser considerados a palavra-chave ao pensar-se na moda entre 1942 e 1945, tanto que a maioria dos vestidos nesse período era neste mesmo formato. Sendo assim, considerou-se esta composição como o item do vestuário feminino que mais apareceu nas páginas de *A Cena*. E sabendo que os EUA foram os criadores dessa tendência (BAUDOT, 2008), tornou-se fácil entender porque eles foram tão utilizados pelas suas artistas. Isso sem mencionar que eles proporcionavam grande permuta entre as peças.

Com relação às cores utilizadas, foi notória a influência da guerra na escolha das mesmas. Segundo o periódico, *Hollywood* apresentava roupas elegantes, para *clarear a escuridão* do momento vivido. E neste clarear, fez parte a inserção de cores vivas nas vestimentas, principalmente nas edições que traziam os modelos para o carnaval brasileiro, e em 1945 até a influência havaiana apareceu nas sugestões. No entanto, as cores também possuíram a função de propaganda de guerra, logo,

foram encontrados muitos trajes nas cores da bandeira dos EUA (azul, vermelho e branco). Entretanto, além destas, constatou-se a utilização de outras tonalidades como o verde, cinza, bege e preto.

Acessórios como chapéus, turbantes, lenços, bolsas e luvas também compunham os modelos das estrelas, no entanto, nenhum deles ganhou tanto destaque quanto os chapéus. Sendo de diversos formatos e tamanhos, foram muito utilizados por *Hollywood*.

Outro elemento a ser considerado refere-se à revista, em inúmeros momentos, salientar que *estar na moda* neste período envolvia mais do que copiar os trajes das estrelas. Era necessário saber vestir, posar, sorrir, etc. O periódico criou um estereótipo feminino que envolvia todos estes fatores.

Em outras inúmeras páginas foi possível analisar as vestimentas das estrelas e a criação do padrão de beleza como um todo. Acredita-se ser importante apresentar estas informações para que se tenha conhecimento da abrangência de material que existe nas páginas deste periódico. Esta pesquisa procurou analisar principalmente as matérias que tratavam especificamente sobre a moda das estrelas, sendo assim, certamente ela não esgotou o conteúdo, encontrando-se apenas como uma das inúmeras análises que podem ser realizadas. Elementos como propagandas de beleza, penteados de cabelos, maquiagem e acessórios como bolsas, brincos e sapatos resultariam em outra pesquisa. Dessa forma, fica a sugestão de outros temas que envolvem esta revista, que não é somente de *fãs*, mas também de moda.

REFERÊNCIAS

ADAMATTI, Margarida Maria. **A crítica cinematográfica e o star system nas revistas de fãs: A Cena Muda e Cinelândia (1952 – 1955)**. 2008. 327 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

_____. As estrelas e o parâmetro de comportamento feminino nas revistas de fãs. In: ENCONTRO REGIONAL DE HISTÓRIA: PODER, VIOLÊNCIA E EXCLUSÃO, 19., 2008, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ANPUH/SP-USP, 2008. 1 CD-ROM.

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas: Papirus, 2001.

BAUDOT, François. **Moda do século**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

BELEZA sensual, considerada característica de certas figuras públicas elegantes do mundo do espetáculo: qualidade de quem ou do que é elegante, charmoso e considerado sedutor. Disponível em: <<http://www.priberam.pt/dlpo/Default.aspx>>. Acesso em: 14 dez. 2011.

BENDER, Flora Christina. **A Cena Muda**. 1979. 742 p. Tese (Doutorado em Teoria literária e literatura comparada) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1979.

BRAGA, João. **Reflexões sobre moda**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007a. v. 1.

_____. **Reflexões sobre moda**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007b. v. 2.

BUEST, Andreana Alba Nery de Mello. **Figurino**: uma linguagem que constrói belezas. Disponível em: <<http://www.utp.br/eletras/ea/eletras4/Figurino%20uma%20linguagem%20que%20construi%20belezas.html>>. Acesso em: 02. mar. 2010.

BURKE, Peter; LOPES, Magda. **A escrita da história**: novas perspectivas. São Paulo: UNESP, 1992.

BURKE, Peter. **O que é história cultural?** Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CALADO, Selma Copiano. **A moda na Segunda Guerra Mundial**. 2006. 48 f. Monografia (Graduação) – Curso de Moda, UNISAL, São Paulo. 2006.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. Tradução Renato Ambrosio. São Paulo: SENAC, 2008.

CAPELATO, Maria Helena R. **Imprensa e História do Brasil**. São Paulo: Contexto, 1988.

CASA PINTO TECIDOS. **Glossário de Moda, têxtil e curiosidades**. Disponível em: <<http://www.casapinto.com.br/glossario.asp>>. Acesso em: 12 jan. 2012.

CARACTERÍSTICAS dos diferentes tecidos. Disponível em: <<http://mulher.terra.com.br/noticias/0,,OI674898-EI4787,00-Characteristicas+dos+diferentes+tecidos.html>>. Acesso em: 27 dez. 2011.

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

CUNHA, Juliana. **O que é uma pin-up?** Do alfinete à Internet, elas nunca saem de moda. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/cultura/pin-up-552117.shtml>>. Acesso em: 21. dez. 2011.

DALMÁZ, Mateus. **A imagem do Terceiro Reich na Revista do Globo: 1933-1945**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

DICIONÁRIO Informal. **Arminho**. Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/arminho/>>. Acesso em: 21 dez. 2011.

DICIONÁRIO Informal. **Estenografia**. Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/estenografia/>>. Acesso em: 04 jan. 2012.

DIVA DIZ. Conheça o estilo pin-up e entre nessa moda. Disponível em: <<http://divadiz.com/conheca-o-estilo-pin-up-e-entre-nessa-moda/>>. Acesso em: 21 dez. 2011.

ELMIR, Cláudio Pereira. As armadilhas do jornal: algumas considerações metodológicas de seu uso para a pesquisa histórica. Cadernos do PPG em História da UFRGS, Porto Alegre, n. 13, dez. 1995.

ESPIG, Márcia Janete. O uso da fonte jornalística no trabalho historiográfico: o caso do contestado. Estudos Ibero-Americanos, Porto Alegre, v. 24, n. 2, 1998.

FASHION BUBBLES. **História da moda**: o terninho: clássicos da moda. Disponível em: <http://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/o-terninho-classicos-da-moda/?cbg_tz=120>. Acesso em: 21 dez. 2011.

FIGUEIREDO, Priscilla Kelly. **Reconditos da beleza**: as praticas corporais em Cinearte e Cena Muda. 2007. 105 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2007.

THE FREE DICTIONARY. Disponível em: <<http://www.thefreedictionary.com/faille>>. Acesso em: 12 jan. 2012.

GUEDES, Renato Celestino; TEIXEIRA, Edilene Lagedo; SILVA, Hozana Regiane. **Moda na década de 40** – a performance de Carmen Miranda. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19553.pdf>>. Acesso em: 02 mar. 2010.

HOBSBAWM, Eric. **Sobre história**: ensaios. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

_____. **Era dos extremos**: o breve século XX: 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

KODIFIK. Dicionário de moda. Disponível em: <<http://www.kodifik.com.br/web/blog/2009/07/dicionario-de-moda/>>. Acesso em: 27 dez. 2011.

LIMA, Laura Ferraza de. **Uma onda na moda**. Disponível em: <http://modamanifesto.com/index.php?local=detalhes_moda&id=63>. Acesso em: 15 dez. 2011.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de (Orgs). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2011.

MATTOS, Antônio Carlos Gomes de. **A época de ouro nas revistas de fãs americanas**. 2010. Disponível em: <<http://www.historiasdecinema.com/2010/06/a-epoca-de-ouro-das-revistas-de-fas-americanas-2/>>. Acesso em: 29 nov. 2011.

MAURÍLIO, Leonize. **O Terninho** – Clássicos da Moda. Disponível em: <http://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/o-terninho-classicos-da-moda/?cbg_tz=120>. Acesso em: 22 dez. 2011.

MENDES, Valerie; HAYE, Amy De La. **A moda do século XX**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

MOLDES MODELITUS. **Tecidos**. Disponível em: <<http://www.moldesmodelitus.com.br/Tecidos.html>>. Acesso em: 27 dez. 2011.

NERO, Cyro del. **Com ou sem a folha da parreira**: a curiosa história da moda. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007.

QUEIROZ, Eliana de Oliveira. **A Cena Muda como fonte para a história do cinema brasileiro (1921-1933)**. 1981. 336p. Dissertação (Mestrado em Artes) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

REIS, José Carlos. **Escola dos Annales**: a inovação em história. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

RÜDIGER, Francisco. **Tendências do jornalismo**. Porto Alegre: UFRGS, 1998.

SCHILLING, Voltaire. **O atentado contra Hitler**. Disponível em: <<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/mundo/diad2.htm>>. Acesso em: 11 jan. 2012.

SEGUNDA Guerra Mundial. Disponível em: <<http://adluna.sites.uol.com.br/200/212.htm>>. Acesso em: 21 dez. 2011.

SEITENFUS, Ricardo. **O Brasil vai à guerra: o processo do envolvimento brasileiro na Segunda Guerra Mundial**. Barueri: Manole, 2003.

SILVA, Joyce. **Clássicos do cinema e da vida**. Disponível em: <<http://www.amodadacasa.com.br/blog/?tag=hollywood>>. Acesso em: 06 maio 2010.

SILVA, Guilherme Augusto do Nascimento; Lima, Jonatas Pinto. A política de boa vizinhança e a influência cultural estadunidense na América Latina. **Contemporâneos: Revista de Arte e Humanidades**, Belo Horizonte, n. 2, 2008. Disponível em: <<http://www.revistacontemporaneos.com.br/n02.htm>>. Acesso em: 10 nov. 2011.

SOUZA, Tania C. Clemente de. **Discurso e imagem: perspectivas de análise do não verbal**. Disponível em: <<http://www.uff.br/mestcii/tania1.htm>>. Acesso em: 14 abr. 2010.

STEGEMANN, Michael. **1944: Paris é libertada da ocupação alemã**. Disponível em: <<http://www.dw-world.de/dw/article/0,,320231,00.html>>. Acesso em: 11 jan. 2012.

TEIXEIRA, Edilene Lagedo et al. **Moda na década de 40 - ícone Eva Perón**. Disponível em: <http://www.closetonline.com.br/pdf_0002.pdf>. Acesso em: 06 maio 2010.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 2002.

TOSSERI, Olivier. A Segunda Guerra acabou em maio de 1945. FALSO! Com a derrota da Alemanha e a capitulação do país no dia 8, chegava ao fim o maior conflito da história, certo? Errado! **Revista História Viva**, ago. 2011. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/historiaviva/artigos/a_segunda_guerra_acabou_em_maio_de_1945_falso_.html>. Acesso em: 16 jan. 2012.

VASCONCELOS, Ana Lúcia. **Moda e cinema sintonia perfeita**. Disponível em: <http://www.saldaterraluzdomundo.net/cinema_artigos.htm>. Acesso em: 14 abr. 2010.

VIZENTINI, Paulo Fagundes. **História do século XX**. Porto Alegre: Leitura XXI, 2007.

VOLPATO, Edite. **Cultura, imagem e educação**. Disponível em: <<http://www.periodicos.udesc.br/index.php/linhas/article/view/1279/1090>>. Acesso em: 24 out. 2011.

WEBER, Daniela Maria. **A imagem dos tiros de guerra no Jornal O Paladino (1921-1939)**. 2010. 66 f. Monografia (Graduação) - Curso de História, Centro Universitário Univates, Lajeado, 2010.

ZICMAN, Renée Barata. **História através da imprensa – algumas considerações metodológicas**. **Projeto História**, São Paulo, n. 4, 1985.