

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
BACHARELADO EM MODA**

Isadora Marília de Moreira Almeida

GAROTAS DO BRASIL
Uma releitura contemporânea das “Garotas” de Alceu Penna

Juiz de Fora
2016

Isadora Marília de Moreira Almeida

GAROTAS DO BRASIL

Uma releitura contemporânea das “Garotas” de Alceu Penna

Projeto de Conclusão para Graduação a ser submetida à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda

Orientadora: Dra. Maria Claudia Bonadio

Isadora Marília de Moreira Almeida

GAROTAS DO BRASIL

Uma releitura contemporânea das “Garotas” de Alceu Penna

Projeto de Conclusão para Graduação a ser submetida à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda

Orientadora: Dra. Maria Claudia Bonadio

BANCA EXAMINADORA

Dra. Maria Claudia Bonadio, IAD/UFJF

Dra. Rosane Preciosa Sequeira, IAD/UFJF

Dra. Gabriela Ordones Penna, Centro Universitário UNA

Examinado em: 07/03/2016

DEDICATÓRIA

À minha mãe, Marina Moreira, que sempre dizia que via em meus desenhos muito mais do que um simples traço em uma folha papel.

AGRADECIMENTOS

À Professora Maria Claudia, que sempre se mostrou disponível a atender minhas dúvidas, a me ajudar na construção deste trabalho e a compartilhar toda e qualquer forma de aprendizado.

Aos meus familiares, em especial minha Tia Ia, meu pai e meu namorado por entenderem a importância deste trabalho.

À toda equipe de meninas da Revista Capitolina, por mostrarem a importância do feminismo e da representatividade na mídia atual.

À Cleo, por não ter rasgado nem destruído meus rascunhos.

RESUMO

GAROTAS DO BRASIL Uma releitura contemporânea das “Garotas” de Alceu Penna

Isadora Marília de Moreira Almeida

Orientadora: Dra. Maria Cláudia Bonadio

Resumo do Projeto de Conclusão para Graduação submetido à comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, na Universidade Federal de Juiz de Fora, com parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Durante o período de 1938 a 1964 no Brasil, a revista semanal O Cruzeiro teve como destaque a publicação da coluna “Garotas”, espaço dedicado às ilustrações do artista Alceu Penna. As garotas criadas por Alceu tornaram-se únicas, por seu traço e uso de cores característicos do artista. No entanto, havia uma limitação na representação dessas garotas, já que nem todos os tipos físicos e raças/cor de pele de garotas brasileiras apareciam. A partir dessa constatação o objetivo de pesquisa foi transformar as ilustrações da coluna “Garotas” em representações contemporâneas que incluam garotas até então excluídas do trabalho de Alceu Penna.

Palavras-chave: Alceu Penna, Garotas, Ilustração

Juiz de Fora

2016

LISTA DE FIGURAS

Figura	Título	Página
Fig. 1	Ilustração de Bárbara Malagoli	13
Fig. 2	Ilustração de Bárbara Malagoli	14
Fig. 3	Ilustração de Caio Borges.....	14
Fig. 4	Ilustração de Caio Borges para Revista Cláudia	15
Fig. 5	Ilustração de Camila do Rosário.....	15
Fig. 6	Ilustração de Danilo Augusto	16
Fig. 7	Ilustração de Herbert Loureiro	16
Fig. 8	Ilustração de Camila Grey	17
Fig. 9	Ilustração de Camila Grey	17
Fig. 10	Ilustração de Fernanda Guedes	18
Fig. 11	Ilustração de Fernanda Guedes	18
Fig. 12	Ilustração de Elodie	20
Fig. 13	Ilustração de Marguerite Sauvage.....	20
Fig. 14	Ilustração de Bárbara Malagol.....	i21
Fig. 15	“Garotas vão ao Mar”	30
Fig. 16	“Garotas dão aula de moda”	31
Fig. 17	“Atributos das Garotas”	31
Fig. 18	“Salve o bloco das Garotas”	32
Fig. 19	“Código das Garotas”	32
Fig. 20	“A folia das Garotas”	33
Fig. 21	“Uma garota infernal”	33
Fig. 22	“Garotas e as Artes”	34
Fig. 23	“Garotas e maiôs”	34
Fig. 24	“Verão e Garotas”	35
Fig. 25	Colagem digital do universo imagético da consumidora.....	37
Fig. 26	Imagem do site da Revista AZ Mina	38
Fig. 27	Imagem do site da Revista AZ Mina	39
Fig. 28	Imagem do site da Revista AZ Mina	39
Fig. 29	Imagem do site da Ovelha Mag	40
Fig. 30	Imagem do site da Ovelha Mag	41
Fig. 31	Imagem do site da Ovelha Mag	41
Fig. 32	Imagem do site da Revista Capitolina	42
Fig. 33	Imagem do site da Revista Capitolina	43
Fig. 34	Imagem do site da Revista Capitolina	43
Fig. 35	Capa da Revista Tpm	44
Fig. 36	Imagem do site da Revists Tpm	45
Fig. 37	Imagem do site da Revista Tpm	45
Fig. 38	Colagem Digital que representa o tema	49
Fig. 39	Esboço da ilustração “Garotas vão ao mar”	50
Fig. 40	Ilustração “Garotas vão ao mar” com as cores base	50
Fig. 41	Ilustração já finalizada e pronta para impressão	51
Fig. 42	Releitura de “Garotas vão ao mar”	53

Fig. 43	Releitura de “Garotas dão aula de moda”	53
Fig. 44	Releitura de “Atributos das Garotas”	54
Fig. 45	Releitura de “Salve o bloco das Garotas”	54
Fig. 46	Releitura de “Código das Garotas”	55
Fig. 47	Releitura de “A folia das Garotas”	55
Fig. 48	Releitura de “Uma Garota infernal”	56
Fig. 49	Releitura de “Garotas e as Artes”	56
Fig. 50	Releitura de “Garotas e maiôs”	57
Fig. 51	Releitura de “Verão e Garotas”	57

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 JUSTIFICATIVA E DESENVOLVIMENTO	14
2.1 O porquê da escolha de Alceu Penna.....	22
2.2 Alceu Penna e a ilustração.....	23
2.2.1 <i>Alceu e suas “Garotas”</i>	24
2.2.2 <i>Evolução das “Garotas” de Alceu</i>	26
3 RELAÇÕES ENTRE A PESQUISA E AS ILUSTRAÇÕES.....	28
4 MERCADO DE ILUSTRAÇÃO DE MODA	37
4.1 Consumidor	37
4.2 Mercado que atender consumidor.....	39
5 SÉRIE DE ILUSTRAÇÕES	47
5.1 Tema	47
6 DESENVOLVIMENTO DAS ILUSTRAÇÕES	50
6.1 Processo	50
6.2 Releituras	53
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	58

1. INTRODUÇÃO

O sistema da moda utiliza-se de diferentes meios de representação e comunicação não só para se promover, como também estimular o consumo de estilos de vida e comportamentos que não se limitam às marcas de roupas. Dentre estes meios, a ilustração de moda destaca-se por ser um dos mais antigos e que permitem maior autonomia de criação e manipulação de imagens. Atualmente, as técnicas utilizadas na elaboração de ilustrações de moda evoluíram, e é possível a criação tanto em meio manual como digital.

A ilustração de moda pode ser denominada como um tipo de ilustração, que mistura elementos gráficos a narrativas em sua maioria publicitárias, com o intuito de promover determinado produto ou marca. Segundo Duarte (2010),

A técnica da ilustração de moda é feita, com o intuito de ser veiculada por meios midiáticos, como podemos observar hoje onde ela aparece em: jornais, revistas, livros, principalmente por livros que tem seu conteúdo voltado para a literatura infanto-juvenil (tornando-se tão importante quanto o texto), publicidade e propaganda. Tornando a ilustração um produto de divulgação. (...) O desenho como linguagem ilustrativa, aparece como representação visual, trazendo elementos que abarcam a moda. (DUARTE, 2010, p.51)

Diferentemente do desenho de moda (croqui), ela não representa somente a roupa em si, mas o conceito por trás dos produtos que utilizam da ilustração de moda e suas representações visuais, criando um significado que vai além do desenho, promovendo artigos de moda e agregando valor a estes.

As primeiras ilustrações que tinham como foco principal a indumentária para registrar os costumes e aparência dos povos recém-descobertos, surgiram a partir do século XVI, como xilogravuras no período das grandes navegações. Como o registro através da fotografia era inexistente, a ilustração era o meio mais eficiente de mostrar como se vestiam os outros pelo mundo, o que despertava a curiosidade de quem não enfrentava as viagens por novos continentes e nações.

Para Duarte (2010), a invenção da imprensa por Joannes Gutemberg permitiu que as gravuras pudessem ser reproduzidas mais facilmente, assim como os livros. Essas mudanças fizeram com que os chamados “Livros de Costume” mostrassem lugares que antes talvez nunca pudessem ser explorados e vistos. E em meados do século XVII e XVIII, pode-se dizer que aparecem as primeiras revistas que traziam

conteúdo e ilustrações de moda, como as publicações francesas *Le Mercure galant* (1672), *Galeries de modes* (1777), *Cabinet des modes* (1785), dentre outros.

No Brasil, as primeiras ilustrações de moda apareceram em periódicos e jornais a partir de 1820, e reproduziam gravuras estrangeiras, além de descrever os figurinos, servindo de inspiração para as mulheres. Em 1827 surge o primeiro jornal dedicado à moda publicado no Rio de Janeiro, chamado *Espelho Diamantino*, que circulou até 1928.

Os jornais de moda em sua maioria difundiam a moda francesa através de suas gravuras, assim como notas sobre comportamento e beleza; sendo a década de 1850 aquela em que surgiu uma quantidade maior de periódicos de moda. Esses periódicos eram voltados para uma leitora que pertencia a uma classe alta, era instruída e sabia ler, e “(...) ia aos bailes da cidade” (RAINHO, 2002, p. 85)

No entanto, as gravuras como representação imagética das tendências francesas eram capazes de servir como inspiração para aqueles que não podiam ler o conteúdo dos textos publicados, pois podiam ser visualizadas e compreendidas por quem as observasse uma vez que o entendimento da imagem não era complicado. Mesmo assim as gravuras não interagem com os leitores e muito menos apontavam as personalidades das mulheres representadas.

A partir de meados do século XX, a ilustração de moda deixa de ser a principal forma de representação nos jornais e revistas, e fotografia e ilustração passam a dividir o mesmo espaço, ainda que de cunho informativo. Mas no Brasil, a ilustração de moda ainda ganharia muito espaço na mídia após ascensão da carreira de Alceu Penna como ilustrador.

É com o surgimento da coluna “Garotas” na revista semanal “O Cruzeiro”, ilustrada por Alceu Penna durante o período de 1938 a 1964, que a figura feminina passa a se destacar e a sugerir diferentes comportamentos durante todo o tempo em que foi publicada; “pelo charme dos desenhos e pela abordagem do assunto semanal cheio de amenidades que escolhia” (JUNIOR, 2011).

No entanto, havia uma limitação na representação dessas garotas, já que nem todos os “tipos” de garotas apareciam, como constata Penna sobre a coluna (2007): “(...) ela paralelamente propaga o perfil branco elitista, o que é comprovado pela ausência de “Garotas” de outras raças, como negras, mulatas, entre outras, não refletindo a realidade da miscigenação do país.” (PENNA, 2007, p. 52)

A partir dessa constatação, teve-se como objetivo de pesquisa, transformar as ilustrações da coluna “Garotas” em representações contemporâneas que incluam garotas até então excluídas do trabalho de Alceu Penna, no contexto atual.

Entender a maneira como as figuras são expressas envolve o tipo de comportamento social-cultural existente, como é o caso das “garotas de Alceu”, já que há uma semelhança entre as imagens femininas criadas e a aparência visível das mulheres da época.

Sabendo as diferenças entre o período em que a coluna foi publicada e os dias atuais, permitiu-se que algumas informações nas ilustrações sejam modificadas, tais como características físicas e gestuais, (que podem ser identificadas em imagens de mulheres contemporâneas). Foram criadas ilustrações que sejam releituras das colunas selecionadas da seção “Garotas”, de Alceu Penna, contextualizando-as no universo contemporâneo, rompendo as barreiras de representação dos múltiplos femininos atuais, sendo assim uma versão atualizada das “Garotas” de Alceu Penna.

2. JUSTIFICATIVA E DESENVOLVIMENTO

A intenção da pesquisa foi questionar os modelos de representação adotados por Alceu Penna, ilustrador brasileiro de moda que teve grande repercussão durante o período em que a coluna “Garotas” na revista semanal “O Cruzeiro” circulou. Para que fosse possível uma releitura das ilustrações selecionadas, que a autora da pesquisa redesenhou a partir das conclusões da coleta de dados.

Dessa forma, esta contribui para a discussão da representação das mulheres nas ilustrações de moda atuais, uma vez que ainda há uma carência de ilustrações que incluam diferentes perfis de mulheres brasileiras, como na época em que as “garotas de Alceu” eram publicadas.

Essa carência pôde ser percebida depois de uma análise dos portfólios de ilustradores moda brasileiros atuais que têm seu trabalho publicado em revistas de moda, publicidades e *websites*. Foram incluídos os ilustradores: Bárbara Malagoli, Caio Borges, Camila do Rosário, Camila Gray, Danilo Augusto e Fernanda Guedes. Na amostra coletada de cada ilustrador, notou-se a presença apenas de mulheres brancas e magras, como pode ser visto nas figuras a seguir.



Figura 1: Ilustração de Bárbara Malagoli. Vogue, outubro de 2015.

FONTE: <http://barbaramalagoli.com/VOGUE>



Figura 2: Ilustração de Barbara Malagoli. Vogue, setembro de 2015

FONTE: <http://barbaramalagoli.com/VOGUE>



Figura 3: Ilustração de Caio Borges para painel interno da unidade Osasco-SP do SENAC. Sem data.

FONTE: <http://www.estudionze.com.br/#!senac%20%20OZ%20desing/zoom/c1sbt/image1k9>



Figura 4: Ilustração de Caio Borges para Revista Cláudia. Sem data.
FONTE: <http://www.estudioonze.com.br/#!/revista%20claudia/zoom/c1sbt/image13yw>



Figura 5: Ilustração de Camila do Rosário. 2011
FONTE: <http://cargocollective.com/camiladorosario/portfolio-I>



Figura 6: Ilustração de Danilo Augusto. 2014
FONTE: <http://cargocollective.com/daniloaugusto>



Figura 7: Ilustração de Herbert Loureiro. 2011
FONTE: <http://cargocollective.com/herbertloureiro/Everybody-loves-Carine-Roitfeld>



Figura 8: Ilustração de Camila Gray. O Globo, 2012
FONTE: <http://www.camilagray.com/161575/771948/gallery/editorial-lingerie>



Figura 9: Ilustração de Camila Gray. Mercadinho Chic, 2012
FONTE: <http://www.camilagray.com/161575/771946/gallery/mercadinho-chic-sao-paulo>



Figura 10: Ilustração de Fernanda Guedes. Veja, setembro de 2012.

FONTE: <http://www.ladyguedes.com>



Figura 11: Ilustração de Fernanda Guedes. Shopping Metrô Tatuapé, sem data.

FONTE: <http://www.ladyguedes.com>

Todas as mulheres representadas acima correspondem de certa forma à descrição que Junior (2011) faz das “Garotas”, em que “O tipo físico era quase sempre o mesmo: juvenil, magra, de seios pequenos e pouca cintura” (JUNIOR, 2011, p. 94). Nota-se que há um padrão de representação no que diz respeito à ilustração de moda, e mesmo que esta não seja o desenho de moda (croqui) o corpo longilíneo e magro continua presente.

Como a ilustração de moda propõe-se a criar novas narrativas a partir do universo da moda, seria interessante e diferenciado se as ilustrações escolhessem “outras” mulheres para também protagonizarem esse espaço tão seletivo.

A ilustração de moda hoje, não ocupa em sua maioria as páginas de revistas ou jornais como antes, mas ainda pode ser vista em livros e publicações específicas do assunto, como *Illustration Now! Fashion*, de Juliuz Wiedemann, lançado em 2013 pela Taschen Editora; e *websites* de portfólios de ilustradores (MORRIS, 2009) como:

- <http://www.elodie-illustrations.net>;
- <http://www.margueritesauvage.com>;
- <http://marcelagutierrez.com/category/all-works/editorial-fashion-illustration/>;
- <http://www.esraroise.com/news/>;
- <http://www.daphnevandenheuvel.nl>;
- <http://www.jason-brooks.com>;
- <http://www.lauralaine.net>;
- <http://www.stinapersson.com>;
- <http://www.paulasanzcaballero.com>;
- <http://www.marcoschun.com>;
- <http://www.vincefraser.com>;
- <http://www.siljagoetz.com>;
- <http://ceciliacarlstedt.com>;
- <http://hazelcastle.com/lightbox.html>;
- <http://www.lauracallaghanillustration.com>;
- <http://cocopit.biz>;
- <http://www.babethlafon.com/selected-work/beautyfashion-updated/>;
- <http://www.fashionillustrationgallery.com>

Estes reúnem as ilustrações feitas para marcas de moda ou já publicadas em revistas, como pode ser observado nas figuras abaixo, sendo o último listado um *website* que reúne em uma galeria trabalhos de diversos ilustradores que são vendidas pela internet.



Figura 13: Ilustração de Élodie. Nina Ricci x Ladorée, 2013
FONTE: www.elodie-illustrations.net



Figura 12: Ilustração de Marguerite Sauvage. Marie Claire, 2013.
FONTE: <http://www.margueritesauvage.com/72438/2106352/portfolio/optimisme-marie-claire>

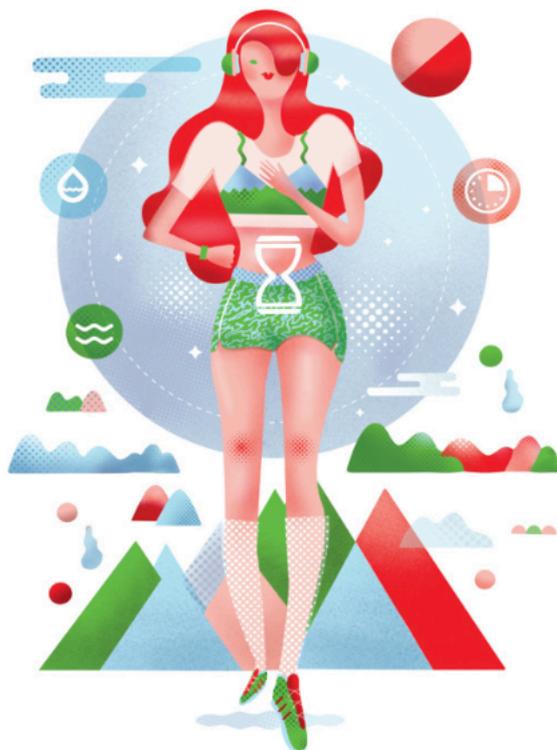


Figura 14: Ilustração de Bárbara Malagoli. Runner's World, 2015.
FONTE: <http://barbaramalagoli.com/Runner-s-World>

Por mais que o espaço da ilustração de moda na mídia tenha diminuído se comparado com o período em que Alceu Penna mais produziu (que compreende entre a década de 1930 até meados dos anos de 1970), ainda é importante a questão da representatividade de tipos físicos variados e raça.

Isso porque vive-se em um mundo em que o acesso à informação torna-se com o passar do tempo mais democratizado, e o público feminino buscará se identificar com a mulher representada não só pela fotografia, mas também ilustração.

2.1 O porquê da escolha de Alceu Penna

A ilustração de moda já faz parte do meu repertório desde meados da minha graduação em Artes e Design, quando iniciei minhas pesquisas sobre o assunto. Como me interessava por moda e ilustração, percebi que havia uma ligação entre as duas após descobrir trabalhos de diversos ilustradores que tinham como tema principal o universo da moda em seus desenhos. Comecei a coletar referências de

portfólios de ilustradores atuais, assim como bibliografias que pudessem me informar mais sobre algo tão pouco estudado ainda hoje.

Ao preparar uma apresentação¹ sobre o tema em 2013, cujo título era “Ilustração de Moda no século XXI: evolução e artistas”, julguei necessária a inclusão de um tópico que falasse dos ilustradores de moda brasileiros, citando aqueles que se destacaram no passado quanto contemporâneos.

Foi assim que descobri o trabalho de Alceu Penna, que despertou minha curiosidade ao perceber que suas ilustrações de garotas não tinham um caráter desconhecido para mim, e que eu já poderia tê-las visto em algum outro lugar.

Quando me deparei com as ilustrações da coluna “Garotas”, logo me identifiquei com seu estilo, que no meu repertório visual lembrava algo entre histórias em quadrinhos e personagens do mundo de Walt Disney. Comecei a me interessar, então, pela obra do ilustrador e a querer pesquisá-lo.

2.2 Alceu Penna e a ilustração

Alceu Penna, que nasceu em 1915 na cidade de Curvelo, Minas Gerais, inicia sua carreira de ilustrador após mudar-se para o Rio de Janeiro em 1932 para estudar arquitetura na Escola Nacional de Belas Artes. Mesmo que não tenha dado procedência a sua graduação, continua morando na cidade uma vez que colaborava frequentemente para publicações como jornais e revista.

O trabalho de Alceu é de grande diversidade, pois criou ilustrações publicitárias e de moda, ilustrações para livros e discos infantis, quadrinhos, figurinos para cassinos e shows, além de suas tão famosas “garotas” e fantasias de carnaval que eram publicadas em revistas como *O Cruzeiro*, *A Cigarra* e *Tricô Crochê* (BONADIO; GUIMARÃES, 2010).

A maioria de suas criações concentrou-se, no entanto na área de moda, haja vista a quantidade de fantasias que eram ilustradas em revistas todos os anos no período do carnaval e que mexia com o imaginário do público leitor, sendo em grande parte mulheres. Entre suas fantasias mais conhecidas está a de baiana estilizada, que em janeiro de 1936 foi ganhadora do concurso de fantasias de

¹ Apresentação no 3º SIPAD – Seminário Interno de Pesquisa em Artes e Design do Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), em 2013.

carnaval na cidade do Rio de Janeiro. A fantasia de baiana ficou bastante popularizada com Carmen Miranda ao aparecer em filmes e outras produções vestida como tal, e “as baianas, mesmo já sendo um tema bastante trabalhado por Alceu Penna anteriormente a 1939, ganham nova conotação a partir desse ano, sendo frequentemente utilizadas na seção como símbolo de brasilidade”. (BONADIO; GUIMARÃES, 2010)

2.2.1 Alceu e suas “Garotas”

Em 1933 Alceu Penna conhece Accioly Neto, que trabalhava na revista semanal “O Cruzeiro” como secretário de redação, tornando-se seu grande amigo e parceiro de trabalhos que realizaria na revista e na coluna semanal que projetou Alceu como um grande ilustrador da época. A coluna “Garotas” surge em 1938 e de acordo com Penna (2007),

foi inspirada nas “Gibson Girls”, de Charles Dana Gibson, autor de desenhos de lindas e glamurosas mulheres. A coluna apresentava, semanalmente, uma diversidade de ousadas jovens, acompanhada de textos bem-humorados. Tomando como inspiração a mulher, bem como os modismos cariocas, Alceu Penna criou um universo de inspiradoras beldades. (...) A coluna ilustrada levou milhares de leitores a copiarem a moda, os gestos, penteados e até mesmo a maquiagem das “Garotas”. (PENNA, 2007, p. 24-25)

Ambientada na cidade do Rio de Janeiro, as garotas representadas na coluna participavam de programas tipicamente da elite carioca, em que as obrigações como o trabalho, eram deixadas de lado. Representadas como jovens, suas preocupações eram poucas, e as garotas se preocupavam mais em flertar do que em casar, por exemplo. Sobre os flertes, Arend (2012) diz que estes aconteciam em bailes e reuniões dançantes, e a presença nos eventos sociais mostrava a passagem da vida de “menina” para “moça”.

Elas também seguiam rituais de beleza, se preocupavam com a aparência, com suas roupas, estilo de vida e o dinheiro; mas vez ou outra apresentavam um comportamento mais ousado do que o esperado, em que “*O corpo e a moda das “Garotas”, frequentemente, eram usados como ‘armas’ para conseguir coisas dos rapazes através da sedução, uma prática que destoava das normas de boa conduta*”. (PENNA, 2007, p. 121)

Justamente por serem ilustrações, Alceu Penna tinha maior liberdade na hora de criar suas garotas assim como os que criavam o texto da coluna, que variavam de acordo com a época. Contudo, algumas características de representação anunciavam que as garotas acabavam não contrariando os padrões de “garota” que de certa forma perpetuam até hoje.

Penna (2007) afirma que os corpos das garotas não fugiam do ideal esperado de corpo feminino, eram magras, de cintura fina mas com algumas curvas, em que a elegância andava de mãos dadas com a beleza, de tal forma que eram ilustradas com a aparência impecável. De certa forma elas possuíam atributos essenciais que atraíam os homens, seus futuros partidos, para seu deleite.

Outra característica marcante é a falta de representação de mulheres negras. A pele bronzeada, de acordo com O'Donnell (2013), era admirada uma vez que foi construída sobre o conceito de “pele dourada” a ideia de que a pele bronzeada era sinônimo de brasilidade, de frequentar às praias cariocas, de saúde, a partir da década de 1920.

A pele negra, no entanto, continuava sinônimo de pobreza, trabalhos braçais e a escravidão. O ideal era uma pele de cor “morena jambo”, ou seja, uma cor obtida depois de passar certo tempo em exposição ao sol, nas praias, prática em que “As garotas” muitas vezes eram ilustradas, como diz Penna: “Nas ilustrações das “Garotas” a pele clara, em alguns momentos, marcadamente bronzeada, vai ilustrar os hábitos e padrão de beleza do cidadão carioca” (PENNA, 2007, p. 51)

A coluna, que foi publicada até 1964, apresentou uma diversidade de garotas que não eram personagens fixas, mas todas muito parecidas no que diz respeito aos hábitos, comportamentos, aparência e classe (média/alta). Esse foi um dos motivos que levou a autora dessa pesquisa a repensar “As garotas de Alceu” nos dias atuais, levando em consideração a forma como seriam representadas.

2.2.2 Evolução das “Garotas” de Alceu

É possível perceber que durante o tempo em que foi publicada, 26 anos, várias foram as gerações de mulheres que acompanharam o trabalho de Alceu Penna e a coluna passou por mudanças assim como o cenário que o país vivenciou. As garotas não só acompanharam a evolução da emancipação feminina e sua inserção no mercado de trabalho como também sofreram alterações no seu figurino e aparência, já que o ilustrador muda seu traço gradativamente, criando garotas cada vez mais joviais.

Quando começa a ilustrar a coluna “Garotas”, Alceu optava por formatos de rostos e olhos menores, logo depois os rostos começam a ficar mais redondos criando a impressão de bochechas, que eram coloridas de um tom rosado. Outra característica são as cores utilizadas nas primeiras edições, sendo em sua maioria o preto e o vermelho, que se juntam a outras cores com o passar do tempo, ficando mais coloridas.

Penna (2007) constatou que as mudanças mais significativas no seu traço ocorrem a partir da viagem do ilustrador para os Estados Unidos em 1940, pois os olhos tornam-se maiores e arredondados, assim como a boca, assemelhando-se às *pin-ups* americanas; e enquanto esteve fora do Brasil, Alceu era como um correspondente da revista *O Cruzeiro*, e até as “Garotas” vivenciaram situações norte-americanas como assistirem a uma luta de box. Os cabelos também adotam os penteados usados entre 1938 a 1964, que variam entre curtos ou compridos.

Uma vez estabelecida a “política de boa vizinhança” entre os Estados Unidos e Brasil, a influência dos costumes norte-americanos aumenta significativamente as referências à filmes, estrelas de cinema, a moda e estilo de vida. A inspiração na moda francesa, no entanto não é deixada totalmente de lado, considerando que esta ainda influenciava no que diz respeito à elegância e bom gosto.

Contudo, algumas contradições aparecem em relação a vida real das mulheres da época *versus* as “garotas” da coluna quando o assunto é a emancipação feminina. Penna (2007) aponta “uma incerta realidade da mulher brasileira” pois “As Garotas’, mesmo representando um tipo de mulher mais livre das amarras da sociedade patriarcal e dos papéis tradicionalmente atribuídos a ela, não materializaram a emancipação feminina completa” (PENNA, 2007, p. 149). Além

dessas constatações, também é afirmada a condição da ilustração como algo que satisfazia o interesse masculino uma vez que a sensualidade é insinuada vez ou outra.

Sobre as mulheres “reais” desse período que vai do começo do século XX até meados de 1960, Pinsky (2012) escreve que as mulheres eram automaticamente relacionadas com o casamento e a maternidade, sendo este o destino de muitas. E por mais que a ideia de “jovem moderna” dos anos 1930 circulasse pela mídia, as jovens continuavam sob rígida vigilância dos pais e outros familiares como irmãos, que prezavam pela pureza e castidade das moças “de família”.

A partir de 1950 as jovens dividem seu tempo com pessoas da sua faixa etária, (como é percebido na coluna “Garotas”), frequentam a escola e possuem maior liberdade e ir e vir, mas

na classificação das imagens femininas, a ‘leviana’ está a meio caminho entre a ‘moça de família’ e a ‘prostituta’. Pode até ‘fazer sucesso com os rapazes’ mas nunca se casa, pois nenhum homem honesto vai querer alguém como ela para ‘mãe de seus filhos (PINSKY, 2012, p. 481).

A liberdade das “Garotas” não era questionada na coluna, então fica a dúvida em qual classificação citada acima elas se encaixariam, mas o que se dá a entender é que elas pertenciam a categoria única de “Garotas do Alceu”.

3. RELAÇÕES ENTRE A PESQUISA E AS ILUSTRAÇÕES

As “Garotas” podem ser consideradas como ilustrações de moda visto que elas venderam, de certa maneira, um estilo de vida e comportamento; não eram simples croquis e também não se encaixavam no perfil de histórias em quadrinhos (não eram personagens fixas e suas histórias não possuíam continuidade); e também não eram ilustrações publicitárias, já que não anunciavam um produto em si a cada publicação.

A importância da moda para a composição visual das garotas era tanta que Junior (2011) afirma que o ilustrador era referência tanta para costureiros quanto para cabeleireiros; e que revistas importadas que traziam as últimas novidades da moda no exterior eram traduzidas para o figurino das garotas em uma versão adaptada para o Brasil.

A cada edição, sempre atento às transformações, ao comportamento da moda e um leitor interessado em revistas estrangeiras, Alceu denunciava tendências e até arriscava seguir a sua intuição como figurinista, em busca de um estilo próprio. (...) Suas garotas estavam por “dentro” da moda. (JUNIOR, 2011, p. 215)

Alceu também utilizava das tendências vindas de fora para ilustrar matérias para outras revistas como “A Cigarra” e “Tricô e Crochê”, e seu sucesso era tamanho que de ilustrador passou a estilista, criando modelos para mulheres da alta sociedade. O trabalho de Alceu na “coluna ‘As Garotas’ fazia dele uma espécie de editor informal de arte de O Cruzeiro, além de um produtor ilustrador – embora continuasse sem carteira assinada e na condição de ‘colaborador’” (JUNIOR, 2011, p. 180).

Após o ano de 1945, suas “Garotas” também apareceram nos calendários distribuídos pela empresa S.A. Moinhos Santista Indústrias Gerais, mais conhecida como Santista, como forma de promover os produtos desta. As “Garotas” apareciam mais sensuais e maduras, mas sem abandonar sua aura de “Garota do Alceu”, e se tornaram uma tradição.

Quanto mais “As Garotas” ganhavam vida, mais Alceu se especializava na criação de moda, que a revista “O Cruzeiro” não deixava de publicar, em forma de ilustrações de moda que segundo Junior (2011) supriam a falta de publicações de

moda vindas diretamente de Paris. Em 1950 a imprensa de moda no Brasil estava consolidada, as ilustrações de Alceu Penna estavam a cada dia mais aprimoradas, assim como “*As Garotas*” que “deixaram de ser as adolescentes da década anterior para ganhar um ar mais maduro, que oscilava entre os 25 e os 35 anos.” (JUNIOR, 2011, p. 238)

O trabalho de Alceu como figurinista e criador de moda aumentou significativamente, e por isso começava a lhe faltar tempo para dedicar-se a coluna “*As Garotas*” de “*O Cruzeiro*”, que em 1964 seria interrompido, e em 1968 deixaria de vez de publicar suas ilustrações de moda. A saída de Alceu Penna depois de 35 colaborando para “*O Cruzeiro*” coincidia com a crise pela qual a publicação passava, e fatores como a interferência em seu trabalho pela direção da revista e suas coleções no início dos anos de 1960 para a multinacional francesa Rhodia só contribuíram para o seu afastamento.

Já no fim de sua vida, Alceu Penna declarou que suas “*Garotas*” não eram mais publicadas porque “estavam fora de moda e haviam sido substituídas por outras de carne e osso (...) aquelas que apareciam nos programas de televisão como *Chacrinha* e faziam muito sucesso” mas no entanto, “seu público era outro: o da mulher jovial moderna, independente, que nada tinham a ver com o erotismo barato da TV” (JUNIOR, 2011, p. 299).

Alceu Penna não só inspirou gerações de mulheres como ainda continua encantando com seus desenhos, que são sempre impecáveis, e que traduziram uma época em que garotas de papel eram capazes de encantar não só as moças como os rapazes. Além de grande ilustrador e artista gráfico, foi também um dos mais importantes estilistas que o Brasil já teve, e seu trabalho ainda é inspiração para trabalhos acadêmicos, como afirma Junior (2011).

A ideia de realizar releituras das “*Garotas*” veio depois quando comecei a trabalhar profissionalmente com ilustração e percebi que infelizmente, faltava representatividade de corpos e raças nas ilustrações atuais, assim como também não havia na época de Alceu, como pode ser notado em “*Garotas*”.

Portanto me questionei como seriam as *Garotas* do Alceu hoje em dia, e, sendo elas um retrato das garotas do Rio de Janeiro durante 26 anos, como eu poderia representá-las atualmente; sendo a cidade do Rio tão plural em relação às mulheres tanto quanto o Brasil. Constatei que seria importante representar algumas

dessas mulheres ainda “esquecidas” pela mídia, tornando a ilustração algo mais fiel à realidade.

Pillar (2014) discute sobre o ato de ler e reler uma obra de arte, em que

Ler uma obra seria (...) perceber, compreender, interpretar a trama de cores, texturas, volumes, formas, linhas que constitui uma imagem. Perceber objetivamente os elementos presentes na imagem, sua temática, sua estrutura. No entanto, tal imagem foi produzida por um sujeito num determinado contexto, numa determinada época, segundo sua visão de mundo. E esta leitura, esta percepção, esta compreensão, esta atribuição de significados vai ser feita por um sujeito que tem uma história de vida, em que a objetividade e subjetividade organizam sua forma de apreensão e de apropriação do mundo. (PILLAR, 2014, p. 11)

A autora também estabelece diferenças entre releituras e cópias, que muitas vezes são confundidas quando há o desconhecimento dentre as duas coisas, pois “na releitura, um artista parte da obra de outro artista para criar o seu trabalho”, diferenciando-se do ato de simplesmente copiar.

A cópia “diz respeito ao aprimoramento técnico, sem transformação, sem interpretação, sem criação” e “na releitura há transformação, interpretação, criação com base num referencial, num texto visual que pode estar explícito ou implícito na obra final (...) o que se busca é a criação e não a reprodução de uma imagem”.

Propôs-se a partir dos conceitos de leitura e releitura uma criação de novas imagens e formas de “Garotas”, inserindo-as na época contemporânea, rompendo barreiras de representação que antes não eram vistas, ampliando a oferta imagética de tipos e estilos de mulheres jovens brasileiras na ilustração de moda.

A técnica de ilustração utilizada foi a manual, onde retoques digitais foram feitos na finalização das artes. O material usado na técnica manual foi apenas o grafite; e na técnica digital foi usado o *software* de edição de imagens *Adobe Photoshop CC*.

As ilustrações foram escolhidas a partir do tema e da ambientação, que traduz-se mais facilmente aos dias atuais e não se prendem a fatos da época em que foram publicados, já que falam sobre a relação das Garotas com a praia, beleza, moda, artes, o carnaval, a paquera e a sedução. Sendo assim, é possível realizar releituras contemporâneas sem que o assunto da ilustração seja modificado.

Outro fator levado em conta foi a qualidade das imagens, que não apresentam estragos que danificam a identificação das figuras e cores. A maioria das colunas escolhidas foi publicada durante o fim da década de 1950, entre 1957 e 1958, devido a dificuldade de encontrar publicações anteriores que pudessem ser aproveitadas, a repetição de temas como o carnaval, temas que se limitam à época que foram publicadas e que não fariam sentido nos dias atuais. No entanto, foram selecionadas algumas do início da década de 1940, de 1941 e 1943. As ilustrações foram as seguintes:



Figura 15: “Garotas vão ao mar”. Alceu Penna, Revista O Cruzeiro, 4 de maio de 1957
FONTE: Dedoc do Jornal Estado de Minas



Figura 16: “Garôtas dão aula de moda”. Alceu Penna, Revista O Cruzeiro, 25 de outubro de 1958.
 FONTE: Dedoc do Jornal Estado de Minas



Figura 17: “Atributos das Garôtas”. Alceu Penna, Revista O Cruzeiro, 30 de agosto de 1957.
 FONTE: Dedoc do Jornal Estado de Minas



Figura 18: "Salve o bloco das Garôtas". Alceu Penna, Revista O Cruzeiro, 2 de março de 1957.
 FONTE: Dedoc do Jornal Estado de Minas



Figura 19: "'Código' das Garôtas". Alceu Penna, Revista O Cruzeiro, 18 de abril de 1958
 FONTE: Dedoc do Jornal Estado de Minas



Figura 20: “A folia das Garotas”. Alceu Penna, Revista O Cruzeiro, 1º de março de 1941.
 FONTE: Dedoc do Jornal Estado de Minas



Figura 21: “Uma Garôta Infernal”. Alceu Penna, Revista O Cruzeiro, 19 de outubro de 1957
 FONTE: Dedoc do Jornal Estado de Minas



Figura 22: “Garotas e as Artes”. Alceu Penna, Revista O Cruzeiro, 29 de maio de 1943.
 FONTE: Dedoc do Jornal Estado de Minas



Figura 23: “Garôtas e maiôs”. Alceu Penna, Revista O Cruzeiro, 29 de maio de 1943
 FONTE: Dedoc do Jornal Estado de Minas



Figura 24: "Verão e Garôtas". Alceu Penna, Revista O Cruzeiro, 15 de fevereiro de 1958
 FONTE: Dedoc do Jornal Estado de Minas

4. MERCADO DE ILUSTRAÇÃO DE MODA

4.1 Consumidor

Como constatado anteriormente, a consumidora imagética das ilustrações de moda ainda são as leitoras de revistas de moda onde estas são publicadas, como por exemplo a revista *Vogue Brasil*, publicada mensalmente pela editora Globo; frequentadoras de *websites* de revistas de moda que também publicam suas matérias online; portfólio de ilustradores, anúncios e outros tipos de mídia que também utilizam ilustrações, como as artes promocionais da edição de 2011 do evento de moda “Mercadinho Chic” realizado em São Paulo.

O perfil da consumidora é o da mulher adolescente/jovem, segura de si e é interessada em questões como a autonomia e empoderamento do corpo feminino. Utiliza com frequência a tecnologia e a internet através do computador e *smartphone*, tem perfis em várias redes sociais e acesso a conteúdos de cunho feminista, como revistas e *websites*. Gosta de se atualizar no que diz respeito à moda, mas não a considera algo primordial em sua vida; lê revistas e blogs de moda apenas por diversão e curiosidade. É crítica com o que é visto na mídia e exige que sua imagem além de representada seja respeitada.

Se interessa também por programas culturais como exposições de arte e mostra de filmes, shows de bandas nacionais e internacionais. Para exemplificar melhor, segue abaixo colagem digital que sugere o universo imagético a qual a consumidora pertence.

4.2 Mercado que atende o consumidor

No mercado atual de publicações que possuem ilustrações e imagens que suprem a necessidade da consumidora das ilustrações das “Garotas Contemporâneas” foram selecionadas as revistas online AZ Mina, Capitolina e Ovelha Mag; e como publicação impressa a Revista Tpm, cujo conteúdo também é disponibilizado para leitura online através do website oficial.

A revista online AZ Mina (<http://azmina.com.br>) está disponível gratuitamente online desde setembro de 2015, foi fundada por Nana Queiroz, atual diretora executiva da revista; que tem como objetivo a discussão sobre gênero e representatividade. Publica matérias de cunho mais jornalístico, mas também apresenta editoriais de moda que *“estão de acordo com princípios de sustentabilidade e rompem com o padrão de beleza inatingível, além de não usarem Photoshop.”*²

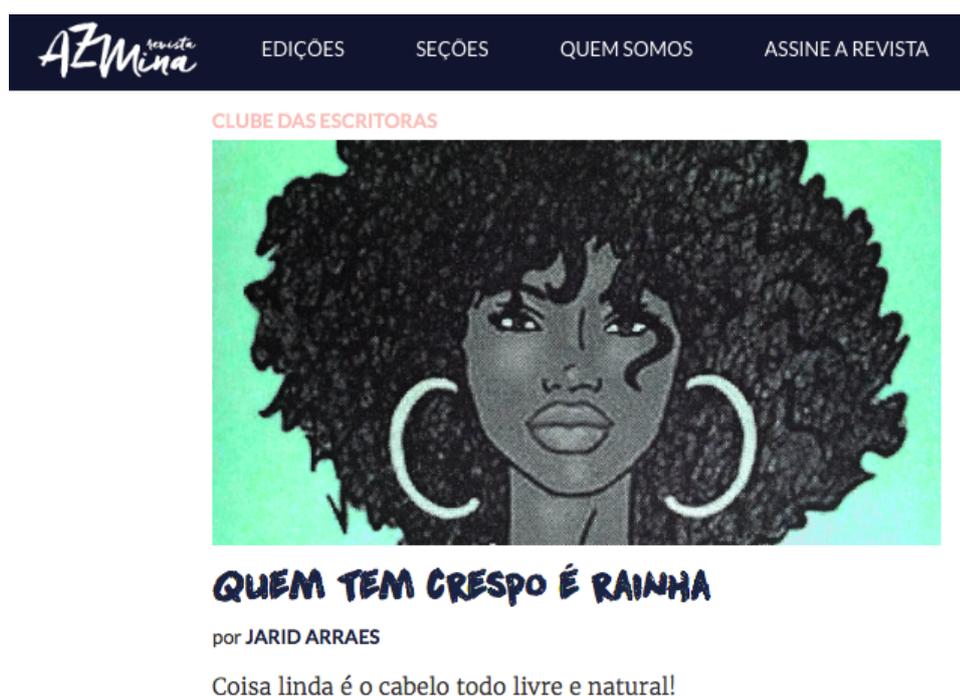


Figura 26: Imagem do site da Revista AZ Mina. Matéria “Quem tem crespo é rainha”
 FONTE: <http://azmina.com.br/2015/11/quem-tem-crespo-e-rainha/>

² AZ Mina.Quem Somos: <http://azmina.com.br/quem-somos/>

SÓ NO CAIMENTO



PIRIGUETE, SIM!

por BABI BOWIE

Seu corpo, suas regras! Nosso segundo ensaio de moda traz algumas sugestões pra você divar quando acordar querendo sensualizar no look.

Figura 27: Imagem do site da Revista AZ Mina, Edição nº 2. Editorial “Piriguite, sim!”
 FONTE: <http://azmina.com.br/2015/12/piriguite-sim/>

A verdade é simples: uma sociedade que controla a sexualidade das mulheres e adora mantê-las sob as rédeas da insegurança não suporta uma mulher que esteja à vontade com o próprio corpo. Mas nós, da Revista AzMina, temos o maior respeito pelas piriguetes e fizemos esse ensaio de moda em sua homenagem. Aí vão algumas ideias de looks pros dias em que você estiver querendo esbanjar sua sensualidade.

E, sim, querida, você se dá muito ao respeito – e todo mundo deve o mesmo a você, piriguetando ou não...



A produção de moda das “Piriguetes” sugere looks dia despojados que podem ser usados casualmente para ser linda até para ir na padaria e looks night que podem ser usados para ir numa balada e ter certeza que vai chegar causando.

Figura 28: Imagem do site da Revista AZ Mina, Edição nº2 . Editorial “Piriguite, sim!”
 FONTE: <http://azmina.com.br/2015/12/piriguite-sim/>

A Ovelha Mag (<http://ovelhamag.com>) é também uma revista digital voltada para o público feminino jovem, criada por Nina Grando e que apresenta conteúdo variado que inclui arte, cultura, música, estilo e assuntos cotidianos que são ilustrados com material feito por mulheres para mulheres, desde outubro de 2014. A revista não apresenta colaboradores fixos e aceita contribuições de mulheres que sejam feministas e que compartilhem dos mesmos valores da revista, que contempla estilos, raças e corpos variados.



Figura 29: Imagem do site da Ovelha Mag, Edição Janeiro de 2016. Matéria “Representatividade e Femvertising nas telas”

FONTE: <http://ovelhamag.com/representatividade-e-femvertising-nas-telas/>



Figura 30: Imagem do site da Ovelha Mag, Edição Janeiro de 2016. Matéria “Casadas e grávidas ao mesmo tempo”.

FONTE: <http://ovelhamag.com/casadas-e-gravidas-ao-mesmo-tempo/>



Figura 31: Imagem do site da Ovelha Mag, Edição Janeiro de 2016. Editorial “Look do dia: Sailor Casual”

FONTE: <http://ovelhamag.com/look-do-dia-sailor-casual/>

Já a Revista Capitolina (<http://www.revistacapitolina.com.br>), publicação também feminista e online, é destinada ao público adolescente, e foi criada por Sofia Soter, Clara Browne e Lorena Piñeiro em 2013, indo ao ar em abril de 2014. A revista possui colunas de Cinema, Ciências, Escola, Vestibular, Quadrinhos, Tecnologia, Esporte, Fotografia, Artes, Culinária, Saúde, Relacionamentos e Sexo, Estilo, Música e outras que são caracterizadas por ilustrações únicas.

São mais de 100 colaboradoras de diferentes idades espalhadas por todo o território brasileiro, que lançam a cada mês uma nova edição temática. Na comemoração de um ano de revista, foi anunciado o livro “Capitolina” que reuniria textos e ilustrações inéditas ou já publicadas.



15 de novembro de 2015 | [Estilo](#) | Texto: [Simone Nascimento](#) | Ilustração: [Julia Oliveira](#)

ARCO-ÍRIS CRESPO

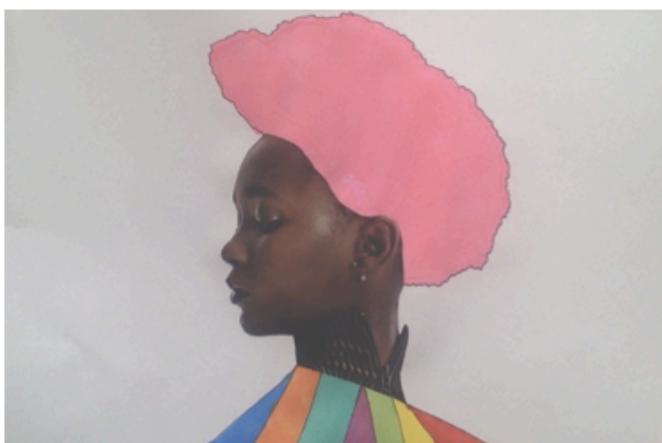


Figura 32: Imagem do site da Revista Capitolina, Edição de novembro de 2015. Matéria “Arco-Íris Crespo”

FONTE: <http://www.revistacapitolina.com.br/arco-iris-crespo/>



9 de janeiro de 2016 | Edição #22 | Texto: Bia Quadros | Ilustração: Isadora M.

CRIE GATOS, NÃO EXPECTATIVAS



Figura 33: Imagem do site da Revista Capitolina, Edição de janeiro de 2016. Matéria “Crie gatos, não expectativas”
 FONTE: <http://www.revistacapitolina.com.br/crie-gatos-nao-expectativas/>



25 de janeiro de 2016 | Edição #22 | Texto: Clara Browne | Ilustração: Isadora Luz

TUTORIAL: COMO CRIAR AMIZADES COM ALGUÉM QUE VOCÊ QUER MUITO (OU SÓ COM QUALQUER PESSOA MESMO)



Figura 34: Imagem do site da Revista Capitolina, Edição de janeiro de 2016. Matéria “Tutorial: como criar amizades com alguém que você quer muito (ou só com qualquer pessoa mesmo)”
 FONTE: <http://www.revistacapitolina.com.br/tutorial-como-criar-amizades/>

A Revista Tpm, pertencente ao grupo de publicações da Trip Editora, é uma revista feminina que está nas bancas desde 2001 com uma nova edição a cada mês. É uma revista voltada para um público feminino mais adulto e contemporâneo que não se encaixa no molde das tradicionais revistas que publicam matérias como “receitas e promessas sobre temas como beleza, sexo, relacionamentos e carreira”³.

Também disponível digitalmente, o conteúdo pode ser acessado através de tablets onde são disponibilizados áudios, vídeos e fotos extras, pelo aplicativo da Tpm. Além da revista, a Tpm promove o evento “Casa Tpm” desde 2012, que traz ao público palestras e rodas de discussão com a presença de artistas e shows musicais.



Figura 35: Capa da Revista Tpm de Agosto de 2012.

FONTE <http://www.jb.com.br/media/fotos/2012/08/03/627w/gaby-amarantos-a-estrela-da-capa-da-revista-tpm-de-agosto-carisma-simpat.jpg>

³ Revista Tpm. Texto retirado do site: <http://www.tripeditora.com.br/marcas-trip/>



TPM / MODA / CORPO / DIVERSIDADE / COMPORTAMENTO

Apaixonada por moda, Ju Romano mostra que estilo não tem nada a ver com estar no "padrão"

Figura 36: Imagem do site da Revista Tpm, Janeiro de 2016. Matéria "Manequim 50, e daí?"
 FONTE: <http://revistatrip.uol.com.br/tpm/ju-romano-mostra-que-estilo-nao-tem-a-ver-com-estar-magra>



TPM / QUADRINHOS

Nossa seleção de trabalhos e artistas pinçados no Festival Internacional de Quadrinhos, que acontece anualmente em Belo Horizonte

Figura 37: Imagem do site da Revista Tpm, dezembro de 2015. Matéria "Esquadrinhando as minas"
 FONTE: <http://revistatrip.uol.com.br/tpm/selecao-de-artistas-do-festival-internacional-de-quadrinhos-de-2015>

5. SÉRIE DE ILUSTRAÇÕES

5.1 Tema

O tema da coleção de ilustrações é “Garotas 2015”, em que as famosas “Garotas de Alceu Penna” foram retratadas no cenário de 2015, inspiradas em garotas que apresentam tipo físico e cor da pele diferente daquelas que eram publicadas pela revista O Cruzeiro.

As “Garotas” de 2015 continuam gostando de moda, são travessas assim como as de Alceu, não são nem um pouco tímidas, estão conectadas às redes sociais da internet e leem blogs e revistas que valorizam e empoderam o público feminino, entendendo o quão importante é ser representada com respeito na mídia. Foi a visão da autora da pesquisa sobre como seriam as “Garotas” se vivessem no mundo de hoje, em que a mulher ainda luta por um espaço maior seja este no trabalho, na mídia ou até mesmo no convívio social.

Como referência, foram coletadas imagens e fotos de mulheres jovens e adultas que se encaixavam com o novo perfil de “Garota” pensado a partir da questão da representatividade de mulheres que ainda são excluídas de editoriais ou ilustrações de moda no cenário brasileiro; além dados demográficos sobre a situação das mulheres entre 15-24 anos no país.

De acordo com o PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (2015), a porcentagem da população feminina no Brasil utilizando os dados de 2013, é de 51,4%, da qual 47,4% é de cor branca; 7,7% preta e 44,1% parda. Dentre os 51,4% de mulheres, 8,3% corresponde a mulheres com idades entre 15 a 18 anos e 7,7% mulheres com 20 a 24 anos.

As mulheres entre 15 a 18 anos são em sua maioria solteiras (97,1%) assim como as entre 20 a 24 anos (83,5%), sendo a maioria em ambas as divisões por idade usuárias de internet (com um percentual variando em torno de 70-78%) e possuidoras de telefones celulares móveis para uso pessoal (percentual entre 80-88%).

Sobre a taxa de alfabetização, o RASEAM – Relatório Anual Socioeconômico das Mulheres (2015) mostra que em 2012 a taxa de alfabetização de mulheres

brancas entre 15 e 24 anos era de 99,4% e a de mulheres negras 98,8%. No que se refere a autonomia econômica, 55,1% das mulheres entre 16 a 24 anos exerce alguma atividade profissional.

É relevante destacar também que os corpos das mulheres brasileiras mudaram com o tempo, e mais brasileiras jovens encontram-se acima do peso. A SBEM – Sociedade Brasileira de Endocrinologia e Metabologia publicou em 2014 em seu *website* o resultado de uma pesquisa realizada pelo Ministério da Saúde que aponta que 25,4% das mulheres entre 18 e 24 apresentam sobrepeso decorrente da falta de exercícios físicos e o aumento de consumo de alimentos industrializados rico em calorias e gorduras.

A partir destes dados é possível perceber que o perfil das jovens brasileiras não se assemelha ao que era mostrado na coluna “Garotas” e que se esta fosse publicada atualmente, as transformações que a autora deste trabalho propõe justificar-se-iam uma vez que a intenção é a de que as novas “Garotas” se aproximem mais à realidade do que antes.

Uma colagem digital foi feita, mesclando as imagens das possíveis “Garotas” atuais às já conhecidas “Garotas de Alceu” com o intuito de mostrar que as “Garotas” podem muito bem se encaixarem na contemporaneidade a partir de novos olhares.

Uma vez que foram feitas releituras das ilustrações já publicadas por Alceu Penna, o cenário e o assunto de cada ilustração permaneceu o mesmo, mas com modificações nos desenhos e no texto que os acompanha. Vale lembrar que os textos originais nem sempre eram escritos por Alceu como diz Penna (2007):

A coluna “As Garotas” conta ao longo de sua vigência com diversas colaborações de redatores, que auxiliaram “a dar vida” a essas figurinhas tão populares no Brasil em meados do século XX. As contribuições mais frequentes e homogêneas, portanto, mais relevantes foram as de Alceu Penna, Accioly Netto (Lyto), Millôr Fernandes (Vão Gôgo), Edgar Alencar (A. Ladino) e Maria Luiza Castelo Branco. (PENNA, 2007, p. 19)

Dessa forma os textos que aparecem nas ilustrações escolhidas foram repensados e recriados considerando que estes também complementavam os desenhos e permitiam que os mesmos tivessem maior entendimento. O objetivo de aproximar a coluna das “Garotas” ao tempo presente só pôde ser bem realizado

caso os textos também estivessem de acordo com o vocabulário e gírias atuais, que foram escolhidos subjetivamente ao que a autora julgar que se encaixa melhor em cada tema.



Figura 38: Colagem Digital que representa o tema

6. DESENVOLVIMENTO DAS ILUSTRAÇÕES

6.1 Processo

Depois da escolha das ilustrações das quais as releituras seriam feitas e da colagem digital do tema, foram feitos rascunhos de cada uma das dez imagens. Os desenhos foram feitos em papel com grafite e para que o processo de finalização das ilustrações fosse mais fácil e estas tivessem uma aparência mais aproximada das feitas por Alceu Penna e publicadas na revista O Cruzeiro, foram digitalizadas e coloridas digitalmente no *software* de edição de imagens Adobe Photoshop CC.

Analisando um dos croquis⁴ de Alceu Penna, é possível sugerir que o material utilizado para finalizar os desenhos seriam aquarela, nanquim e pastel seco aquarelado⁵. No entanto, tem-se a impressão de que as cores alteravam-se quando impressas, tornando-se mais chapadas e perdendo um pouco da transparência original. Outro motivo para a escolha da finalização digital das ilustrações deve-se ao fato de que as imagens digitalizadas facilitam a impressão em diversos tamanhos e meios, além da publicação que pode ser tanto física quanto digital.

Em cada uma das ilustrações buscou-se explorar as diferenças de tipos físicos, cor da pele, penteados de cabelo, roupas e acessórios que traduzissem a diversidade das “Garotas” brasileiras em 2015. Os cenários e a ambientação foram mantidos, enquanto as cores das roupas, fundo, cabelos e pele foram modificados. O processo de cada uma das ilustrações consistiu em:

1. Esboços e rascunho inicial de cada imagem;
2. Digitalização;
3. Inserção de cores base digitalmente;
4. Inserção de contornos, sombras e detalhes;
5. Escolha do tamanho final da imagem;
6. Impressão/preparação do arquivo digital.

⁴ Dedoc do Jornal Estado de Minas

⁵ Informação oral extraída de Gabriela Ordones Penna.



Figura 39: Esboço da ilustração “Garotas vão ao mar”. Imagem digitalizada.



Figura 40: Ilustração “Garotas vão ao mar” com as cores base.

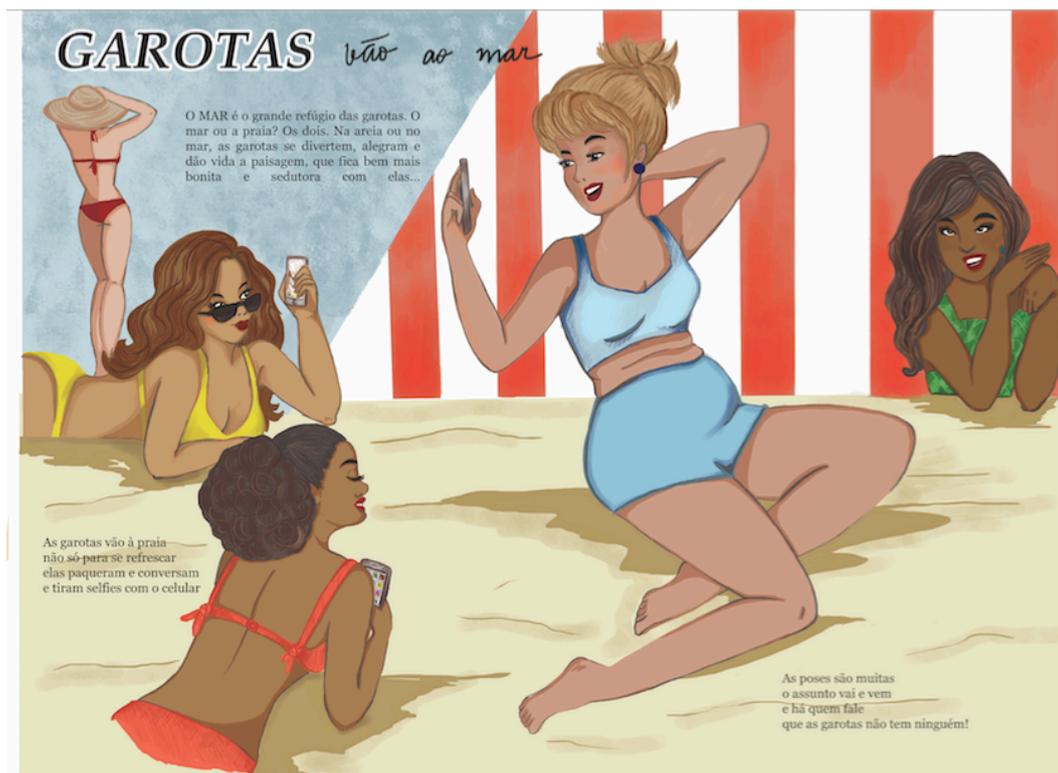


Figura 41: Ilustração já finalizada e pronta para impressão.

6.2 Releituras

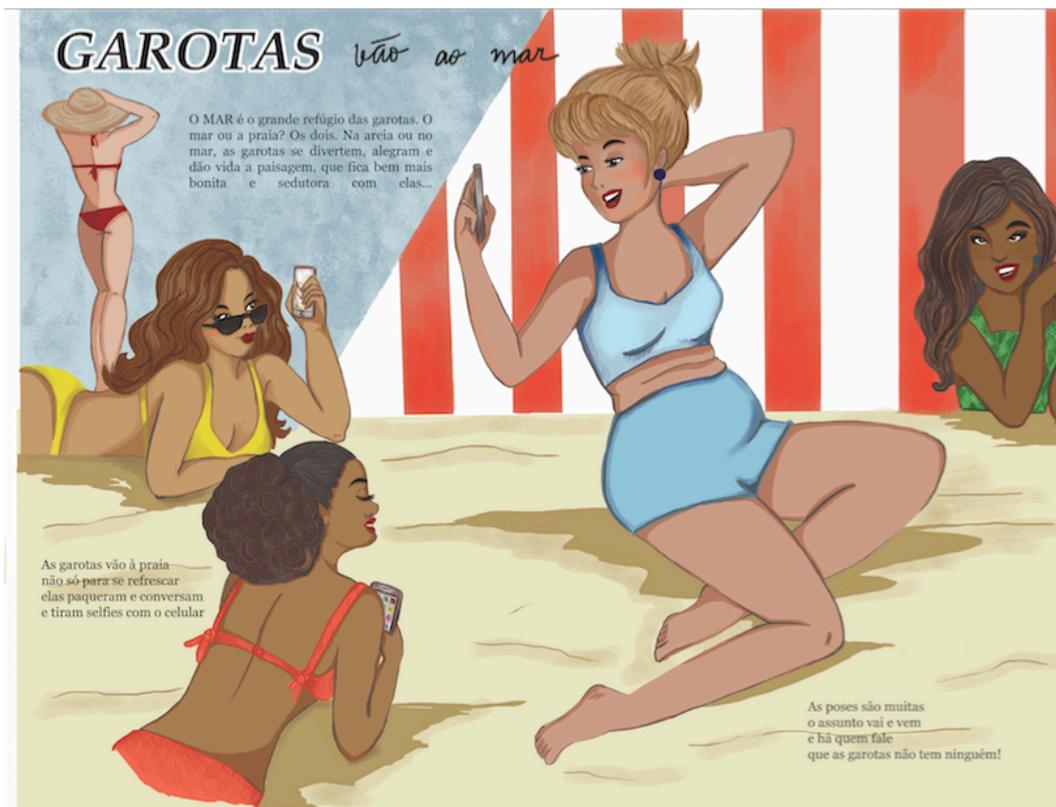


Figura 42: Releitura de “Garotas vão ao mar”



Figura 43: Releitura de “Garotas dão aula de moda”



Figura 44: Releitura de “Atributos das Garotas”



Figura 45: Releitura de “Salve o bloco das Garotas”



Figura 46: Releitura de "Código das Garotas"



Figura 47: Releitura de "A folia das Garotas"



Figura 48: Releitura de “Uma Garota Infernal”



Figura 49: Releitura de “Garotas e as Artes”



Figura 50: Releitura de “Garotas e maiôs”



Figura 51: Releitura de “Verão e Garotas”

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AREND, Sílvia Fávero. **Trabalho, escola e lazer**. In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Org.). **Nova História das Mulheres no Brasil**; Contexto, São Paulo, 2013. 1ª Edição.

BONADIO, Maria Claudia; GUIMARÃES, Maria Eduarda. **Alceu Penna e a Construção de um Estilo Brasileiro: Modas e Figurinos**. In: Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 16, n. 33, p. 145-175, jan./jun. 2010.

BRASIL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. SECRETARIA DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES. **RASEAM - Relatório Anual Socioeconômico da Mulher**. Brasília: Secretaria de Políticas para as Mulheres, março de 2015. Disponível em: <<http://servicodados.ibge.gov.br/Download/Download.ashx?http=1&u=biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv94414.pdf>>. Acesso em 03/02/2016

COSTA, Cristina. **A Imagem da Mulher – Um Estudo de Arte Brasileira**. Senac, Rio de Janeiro, 2002.

DUARTE, Carla Stephania de Góis. **A ilustração de moda e o Desenho de moda**. In: Modapalavra E-periódico CEART-UDESC, Santa Catarina, Ano 3, n. 6, p. 50-58, jul./dez. 2010.

GRAGNATO, Luciana. **O Desenho no Design de Moda**. Dissertação de Mestrado – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://ppgdesign.anhembi.br/wp-content/uploads/dissertacoes/09.pdf>>. Acesso em 01/12/2015

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Pesquisa Nacional por Amstras de Domicílios – PNAD: síntese de indicadores 2013**. IBGE, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Rio de Janeiro, 2015. 2ª edição.

JUNIOR, Gonçalo. **Alceu Penna e as garotas do Brasil: moda e imprensa: 1933 a 1975**. Editora Amariyls, São Paulo, 2011.

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher: permanência e revolução do feminino**. Companhia das Letras, São Paulo, 1997.

MORRIS, Bethan. **Fashion illustrator: manual do ilustrador de moda**. Cosac Naify, São Paulo, 2009. 2ª edição.

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

PENNA, Gabriela Ordones. **Vamos Garotas! Alceu Penna: moda, corpo e emancipação feminina (1938-1957)**. Dissertação de Mestrado – Centro Universitário Senac – Campus Santo Amaro – São Paulo, 2007.

PILLAR, Analice Dutra (Org.). **A educação do olhar no ensino das artes**. Porto Alegre, Mediação, 2014. 8ª edição.

PINSKY, Carla Bassanezi. **A Era dos Modelos Rígidos**. In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (Org.). **Nova História das Mulheres no Brasil**; Contexto, São Paulo, 2013. 1ª Edição.

_____. **Mulheres dos anos dourados**. Contexto, São Paulo, 2014.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **A Cidade e a Moda: novas pretensões, novas distinções – Rio de Janeiro, século XIX**. Editora Universidade de Brasília, Brasília, 2002.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil**. Contexto, São Paulo, 2014

SOCIEDADE BRASILEIRA DE ENDOCRINOLOGIA E METABOLOGIA. **Números da Obesidade do Brasil**. Disponível em: <<http://www.endocrino.org.br/numeros-da-obesidade-no-brasil/>> Acesso em 06/02/2016

WIEDEMANN, Juliu. **Illustration Now! Fashion**. São Paulo, Taschen, 2013.