



PROCEDIMENTOS DE VALORIZAÇÃO DO TRAJE DE CENA NO TEATRO DE REVISTA

Costumes valuation procedures in revue theater

Cardoso, Renata¹. Doutora. Universidade Federal da Bahia.
renatacs@gmail.com

Resumo: Na década de 1920, os palcos do teatro de revista brasileiro sofreram profundas transformações; dentre as principais mudanças, está o processo de refinamento do traje de cena, que ganha maior importância. Serão abordados neste trabalho procedimentos de valorização do vestuário utilizados dentro e fora dos palcos, por companhias nacionais e estrangeiras, que atuavam como ferramentas de divulgação dos espetáculos de revista.

Palavras-chave: traje de cena; teatro de revista; moda.

Abstract: in the 1920s, Brazilian revue theater has changed a lot; among the main changes, costumes became more refined and important. This work will address costumes valuation procedures used on and off stages, by national and foreign companies, which served as tools for the dissemination of revue shows.

Keywords: costumes; revue theater; fashion

Introdução

Como abordado por diversos autores (CASCAES, 2009; VENEZIANO, 2013; entre outros), a década de 1920 trouxe ao teatro de revista brasileiro muitas transformações, e dentre elas, este trabalho enfatiza as mudanças ocorridas com os trajes de cena – que passaram a ser mais valorizados, mais requintados, mais explorados pelo gênero teatral. Os figurinos usados por

¹ Professora de Indumentária e Maquiagem da Escola de Teatro da Universidade Federal da Bahia. É graduada em Artes Cênicas pela Universidade do Rio de Janeiro (2004), mestra em Artes Cênicas na Universidade Federal da Bahia (2008), e doutora em Artes Cênicas pela Universidade de São Paulo (2018).

vedetes e coristas passam a ser um dos chamarizes dos espetáculos, voltados mais especificamente para atrair o público feminino – enquanto para o público masculino o principal atrativo era a semi nudez de algumas atrizes, para a plateia feminina o gênero teatral reservava uma profusão de modelos luxuosos, exuberantes, e muitas vezes, símbolos de modernidade. O aumento da atenção reservada às vestimentas ocasionou um aumento também nos procedimentos de valorização dos figurinos – uma consequência natural deste gênero de teatro que procurava capitalizar tudo que podia.

Cabe destacar aqui que a renovação da revista no Brasil se deu sobretudo após a passagem, pelo país, das companhias europeias de teatro de revista *Bataclan*, em 1922, e *Velasco*, em 1923. As duas trupes voltaram ao Brasil várias vezes ao longo da década, e assim as revistas apresentadas funcionavam como vitrines do antigo continente, trazendo as novidades do momento no mundo da moda. As primeiras apresentações de ambas as companhias geraram furor no meio revisteiro nacional, criando novos modelos e paradigmas, de modo que muitas companhias locais passaram a se inspirar nos espetáculos mostrados pelas trupes europeias, procurando adequar suas produções para atingir os novos padrões de qualidade e modernidade.

O traje de cena como chamariz dos espetáculos

A companhia francesa *Bataclan* apresentou seus espetáculos em solo brasileiro pela primeira vez em 1922, passando pelo Rio de Janeiro e por São Paulo, cidades que eram, à época, os principais centros teatrais do país. À frente da trupe estava Mme. Rasimi, diretora, empresária e figurinista conceituada e reconhecida, responsável pelos trajes de cena da companhia. Rasimi era famosa por ser uma mulher de negócios – esteve na direção do Teatro *Bataclan* e da trupe de mesmo nome por 16 anos – e por ter bom gosto, estilo, e ser uma referência quando o assunto era moda. No Brasil, o simples fato de ser francesa já conferiria à diretora e figurinista um certo conhecimento de causa, já que a França era considerada expoente da moda, liderando as tendências mundo afora, inclusive nas principais capitais brasileiras. Mas o fato é que Rasimi era uma artista influente, reconhecida por seus pares, e que tinha lugar entre os melhores profissionais de sua época, de acordo com a revista *Shadowland*:

Não há dúvida de que na América os teatros têm uma seleção de excelentes artistas e técnicos, mas aqui em Paris a menor revista consegue reunir alguns dos maiores figurinistas do mundo: Poiret, Erté, Guy Arnoux, Zinovieff, Georges Barbier, Rasimi. (*SHADOWLAND*, julho/1923, p. 39)²

Os mecanismos de divulgação dos espetáculos mais utilizados pelo teatro de revista eram baseados na criação de expectativas: os espetáculos eram anunciados com bastante antecedência, eram publicadas matérias e entrevistas com os principais artistas, e também resenhas sobre os espetáculos do repertório das companhias. Isso criava uma aproximação com o público, gerando ao mesmo tempo uma familiaridade com os principais atores e atrizes, e uma ansiedade para pôr à prova tudo que havia sido divulgado; ficava a expectativa para ver de perto tudo que era noticiado pelos jornais e periódicos.

Neste contexto, era muito comum encontrar nos jornais notas como a publicada pelo *Correio Paulistano* do dia 20 de agosto de 1922, sobre a vinda do *Bataclan*, no mês seguinte:

O repertório do *Bataclan* não é vasto: cinco peças apenas, mas, ao que nos informam, com uma montagem deslumbrante e suntuosa, em que

² Disponível em: <<http://archive.org/stream/shadowland08brew#page/n359/mode/2up/search/rasimi>>. Acesso em: 22 jul 2018.

uma fantasia fértil colaborou com o mais requintado bom-gosto. O seu material pesa cerca de 30 toneladas e no seu guarda-roupa há mais de três mil vestidos, criações de mme. Rasimi. O elenco é constituído de 80 figuras, escolhidas entre os melhores cabarés de Paris e de Londres. (CORREIO PAULISTANO, 20/08/1922, p. 04)

Na nota acima reproduzida fica evidente a importância dada ao volume do aparato cênico, contabilizado no número exorbitante de vestidos e no peso gigantesco do material de cena, além de salientar o caráter imponente da montagem. Como estratégia de divulgação, os jornais mantinham pequenas notas quase diárias sobre as companhias, intercaladas com entrevistas ou matérias maiores de vez em quando. Antes mesmo do final de agosto, o Correio Paulistano publicou mais uma nota evidenciando a importância dos trajes para a trupe francesa:

Uma das características mais interessantes dos espetáculos da companhia do *Bataclan* (...) são, ao que nos informam, a requintada elegância e o luxo asiático dos vestuários femininos, tanto os de reconstrução histórica como os de crítica às modas atuais.

Com um “chic” extraordinário e uma visão exata dos modelos de Doueillet, de Paquin, de Callot, de Lelong e outros costureiros, a sra Rasimi apresenta um maravilhoso desfile de trajes que, dizem-nos, nos fazem recordar os contos de mil e uma noites. (CORREIO PAULISTANO, 30/08/1922, p. 6)

Nesta nota, o objetivo é respaldar o gênio criativo de Mme. Rasimi, que primava por vestuários chiques e era capaz de apresentar ao público trajes tão elegantes quanto aqueles feitos pelos melhores costureiros de Paris. O reconhecimento à diretora era praticamente uma unanimidade entre os periódicos da época. Na figura 1 é possível observar um exemplo de publicação sobre a vinda da *Bataclan* ao Brasil, ricamente ilustrada com imagens dos artistas e seus trajes de cena.

Figura 1: Matéria sobre a vinda da *Bataclan* ao Brasil



Fonte: Fon-Fon, 22/07/1922, p. 30

No Jornal do Brasil de 23 de julho de 1922 foi publicada uma nota que ressaltava o deslumbramento característico dos espetáculos da *Bataclan*, prometendo ao espectador que tal deslumbre seria reproduzido em terras brasileiras tal e qual era feito em Paris; cabe aqui destacar que essa era a primeira turnê da companhia francesa pela América do Sul, o que aumentava bastante a expectativa tanto da trupe quanto do público.

Ainda na mesma nota, o autor afirma que o *Teatro Bataclan* se equiparava em qualidade artística ao *Casino de Paris* e ao *Folies Bergère*, ambos expoentes do teatro de revista e de variedades, formando, os três juntos, “o trio avançado do luxo, do requinte e do bom gosto francês” (JORNAL DO BRASIL, 23/07/1922, p. 11); porém, o *Bataclan* teria sobre os outros a vantagem de ser dirigido por Mme. Rasimi, artista prestigiosa que inclusive era convidada pelos diretores dos teatros acima citados para “resolver problemas de bom gosto nas montagens de suas peças” (idem). Em seguida, o jornal reproduz uma carta recém recebida de Buenos Aires, e assinada pelo jornalista argentino Rethkoff. Destaco aqui as partes de maior interesse encontradas na carta:

No *Bataclan* o assombroso é o conjunto do espetáculo, são os trajes, as cores, as luzes, a música, o movimento, o *entrain* de todo aquele bulício! A beleza revelada por uma suprema elegância, um bom gosto inexcelsível, uma esplendorosa e sincera alegria. (...) as revistas de *Bataclan* são célebres sobre todas as outras porque a sua diretora, Mme. Rasimi, é uma senhora de requintado bom gosto, de

quintessenciada arte e por isso os seus trajes são os mais formosos e as suas artistas as mais belas. Nas revistas de Mme. Rasimi cada traje é feito especialmente para a artista que há de vesti-lo, realçando-lhe a beleza com a arte de que só dispõe Mme. Rasimi; ao passo que em regra os diretores de outros teatros metem as artistas dentro dos vestidos mandados fazer antes de contratadas aquelas! (JORNAL DO BRASIL, 23/07/1922, p. 11)

Além dos elogios já costumeiros, esta nota traz uma importante informação referente ao fazer teatral da época: o fato de que nem sempre os figurinos eram feitos sob medida para as artistas que os usariam, o que significava que as artistas podiam estar em cena com trajes muito apertados ou grandes demais. Este pequeno detalhe, que hoje parece tão óbvio aos profissionais de teatro, fazia enorme diferença no conjunto da cena. Apenas este simples cuidado, de fazer trajes sob medida para cada artista, já garantia um acabamento e uma organização plástica da cena superior às montagens concorrentes; junte-se a isso o talento de Rasimi em manipular cores e texturas, primando sempre pelo luxo e requinte em suas criações.

Os espetáculos apresentados no Brasil receberam críticas positivas tanto no Rio de Janeiro quanto em São Paulo, e os trajes de cena eram sempre destacados como grandes atrativos das peças. Durante cada temporada, era comum que as companhias – tanto nacionais como estrangeiras – criassem artifícios para manter a afluência da plateia. Uma das estratégias mais utilizadas era a realização de festas artísticas. Nestes eventos, eram apresentados os espetáculos em cartaz acrescidos de novos quadros, números de canto e dança, artistas convidados, e até mesmo bailes. Mme. Rasimi, no entanto, fazia tudo isso e mais desfile de modas:

Representar-se-á a interessante revista parisiense “Bonsoar...” (...) com algumas palpitantes novidades. Entre estas destacamos: o desfile de cem modelos de Paris, apresentados pelas mais graciosas figuras do elenco, modelos que o Rio vai conhecer antes de Paris, onde só serão exibidos daqui há quatro meses. (JORNAL DO BRASIL, 02/09/1923, p. 13)

O desfile apresentava à plateia modelos parisienses originais, aproximando teatro e moda. Apesar de não terem sido encontradas informações que apoiem essa hipótese, acredito que grandes eram as chances de que alguns

dos modelos apresentados nos desfiles fossem posteriormente vendidos às espectadoras, que deviam aproveitar a oportunidade para adquirir modelos exclusivos. Além disso, como pontuado pelo Correio Paulistano, o desfile servia também para que a plateia pudesse verificar a beleza das vestimentas em movimento, e assim observar seu caimento e mobilidade:

Quer dizer, as ilustres famílias paulistas não vão admirar os modelos hirtos que se contemplam nas vitrinas; vão vê-los sim, mas é na pele de artistas que estão habituados a vesti-los, pois, como se sabe, são sempre as artistas dos grandes teatros de Paris que vestem os originais da “Rue de la Paix,” para que o público melhor se convença da elegância da criação. (CORREIO PAULISTANO 15/09/1923, p. 02)

O expediente de realizar desfiles funcionava ainda para aproximar palco e plateia, propiciando às espectadoras que se identificassem não só com o modelo apresentado pelas artistas, mas também com a artista em si, e sobretudo, com o imaginário associado à atriz de revista parisiense – o suprasumo de requinte e elegância, com toques expressivos de ousadia e modernidade. Nesse sentido, criava-se no público feminino a expectativa de se parecer com uma atriz famosa, ao se vestir da mesma maneira que ela, e assim desfrutar do prestígio e elegância que a moda parisiense oferecia.

Em relação à venda de trajes de cena pelas companhias, embora não tenham sido encontradas informações referentes ao *Bataclan*, foram encontradas matérias publicadas nos jornais sobre a companhia espanhola de revistas *Velasco*. Durante a temporada de 1923 em São Paulo, o diretor da companhia (Eulógio Velasco) colocou à venda alguns *mantons* utilizados pelas atrizes no espetáculo *Tierra de Carmen*. O caso gerou atritos com a alfândega local, que acusou Velasco de tentar burlar as leis aduaneiras. Ao se defender, o empresário afirmou que estava vendendo as vestimentas pois frequentemente era procurado por espectadores e espectadoras interessados em conhecer a procedência e adquirir tais peças.

Mais um dado relevante sobre o caso é o fato de que os artefatos eram propriedade das atrizes, e não da empresa. Como era comum à época, atores e atrizes mantinham seus guarda-roupas teatrais particulares, e estes funcionavam como ferramentas de construção de personagem, e como trunfo

aos artistas – aqueles com os guarda-roupas mais completos tinham mais chance de conquistar papéis nas companhias. Muitas destas vestimentas eram trajes sociais, como ternos e casacas para os homens, e vestidos de gala para mulheres. Quanto maior a variedade, melhor. Neste sentido, atrizes que possuíam trajes exóticos, estrangeiros, garantiam um diferencial em relação às outras. E exploravam esse diferencial de todas as maneiras possíveis, seja exibindo os trajes no palco, seja vendendo as peças por onde passavam. A estrutura da revista colaborava para esse tipo de ação, já que muitas vezes os figurinos podiam ser substituídos por outros sem prejuízo ao entendimento da trama. Anos mais tarde, Eulógio Velasco vendeu boa parte dos figurinos das peças *Orgia dourada* e *Em plena loucura* à Companhia de Revistas Margarida Max, que reaproveitou os trajes em seus espetáculos.

Os trajes de gala não se restringiam à cena; os espetáculos da *Bataclan* e da *Velasco* atraíam um público culto, refinado, e de alto poder aquisitivo. Sabendo disso, as companhias promoviam “noites de gala”, em que a plateia era convidada a comparecer vestida com suas melhores roupas, as mais caras. O teatro era lugar de ver e ser visto, e o desfile acontecia no palco e na plateia.

Além de trajes, elementos como jóias, chapéus e plumagens eram colecionados pelas atrizes, fazendo parte de seus guarda-roupas. Em alguns

Figura 2: Margarida Max em figurino ornamentado com plumas



casos, estes elementos – e a habilidade das artistas em manuseá-los – podiam se tornar parte do *marketing* pessoal, da construção da imagem da atriz. o *Bataclan* contava com a presença da atriz Diamant, famosa por colecionar jóias de alto valor, que expunha em cena; a atriz brasileira Margarida Max, vedete muito famosa durante a década de 1920, possuía uma grande coleção de aves do paraíso, plumas de avestruz e garça, e era conhecida por sempre se apresentar luxuosamente nas montagens de sua companhia.

Também na Companhia Margarida Max encontramos um exemplo de parceria entre teatro e moda. Alguns dos figurinos da trupe eram confeccionados nos ateliês da própria companhia – provavelmente os figurinos mais fantasiosos, extravagantes ou alegóricos. Porém, uma parte dos trajes era confeccionado fora dos ateliês, em lojas renomadas de alta costura. Nesses casos, a companhia anunciava com antecedência qual seria a loja escolhida para executar os figurinos – se a loja fosse de alto nível, isso já criava expectativas nos futuros espectadores.

No ano de 1926, a Companhia Margarida Max realizou diversos espetáculos. Em vários deles aparece menção à casa A Moda (loja especializada em trajes sob medida) como responsável por executar parte dos figurinos. A casa A Moda ficava no centro do Rio de Janeiro, na Rua Gonçalves Dias, nº 18, esquina com a Rua Sete de Setembro. A localização era privilegiada, e a loja ficava próxima a outras de natureza semelhante. Havia nos entornos todo tipo de comércio, e a casa A Moda estava entre as mais sofisticadas da cidade. Ocupava um prédio de três andares, sendo que no primeiro pavimento funcionava a loja, no segundo pavimento havia um grande salão, onde as clientes eram atendidas, e no último andar ficavam as oficinas de costura comandadas pela modista Mme. Guimarães.

Quando os figurinos ficavam prontos, a loja exibia os trajes “de alto preço e notável bom gosto” (JORNAL DO BRASIL, 28/10/1926, p. 12) em suas vitrines, o que gerava uma segunda onda de expectativas, e também aproximava a audiência dos artistas, na medida em que tornava possível que mulheres comuns (da alta sociedade) se vestissem com trajes semelhantes – ou equivalentes em

elegância – àqueles usados por estrelas famosas. Margarida Max, ao longo de sua vida artística, construiu uma imagem de estrela bem vestida, elegante, e atualizada em relação à moda; a maneira como a atriz se vestia servia de inspiração para outras mulheres. A parceria entre sua companhia de teatro e lojas de vestuário gerava prestígio para ambas as partes.

Considerações finais

O estudo do teatro de revistas brasileiro revela diversas estratégias que eram comumente utilizadas para divulgar os espetáculos e atrair o público. Muitos desses procedimentos foram esquecidos ou caíram em desuso ao longo dos anos. É interessante notar como os profissionais da revista procuravam capitalizar diversos elementos, aproveitando toda e qualquer situação possível para gerar renda. Neste contexto, os trajes de cena aparecem como mais um elemento capaz de atrair público, fomentar lucro, e criar notabilidade.

Como elemento de destaque na composição visual da cena, os figurinos passam a ser tratados como uma forma de investimento na montagem: empregava-se altas quantias na criação e confecção de vestuários novos, originais, requintados e de qualidade, esperando que esse investimento fosse revertido em lucro através da lotação das casas de espetáculo, e consequente bilheteria abundante.

Para tanto, além do investimento na execução das vestimentas, desde a compra de materiais específicos (muitas vezes importados) e da contratação de mão de obra especializada, passa-se a valorizar a originalidade, a ousadia, a novidade em cada montagem. Apresentar figurinos luxuosos e dispendiosos em cena podia ser considerado uma forma de *status*, era uma das maneiras de manter o alto padrão dos espetáculos. Dessa maneira, eram criadas estratégias e procedimentos para a valorização destes trajes, que agora funcionavam como poderoso chamariz para atrair a audiência.

Referências

Hemeroteca Digital Brasileira.

Disponível em: <<http://memoria.bn.br/hdb/periodico.aspx>>. Acesso em 25 jul 2018.

ANTUNES, Delson. **Fora do sério**: um panorama do teatro de revista no Brasil. Rio de Janeiro: Funarte, 2004.

CASCAES, Laura Silvana Ribeiro. **Queria bordar teu nome**: a dança no teatro de revista. 2009. 224 f. Dissertação (Mestrado em Teatro) – Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

LOPES, Ana Cláudia Lourenço Ferreira. **Os portugueses e o comércio de moda no Rio de Janeiro nos anos 1950**: imigração, pertencimento e identidade. Associação Nacional de História – ANPUH. XXVII Simpósio Nacional de História – 2013.

_____. **A Celeste Modas e as butiques de Copacabana nos anos 1950**: distinção, modernidade e produção do *prêt à porter*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em História Social da Cultura. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2014.

SILVA, Renata Cardoso. **Margarida Max**: do traje de cena à representação do figurino. Tese de Doutorado. Programa de Pós-graduação em Artes Cênicas. Universidade de São Paulo, 2018.

VENEZIANO, Neyde. **O teatro de revista no Brasil**: dramaturgia e convenções. São Paulo: SESI-SP, 2013.