



**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE
ARTE, CULTURA E HISTÓRIA (ILAACH)**

HISTÓRIA - LICENCIATURA

MOMENTO 68:
A TROPICÁLIA NAS PÁGINAS DA REVISTA MANCHETE (1968)

ÉRIKA FRANCISCA DOS SANTOS

Foz do Iguaçu
2025

MOMENTO 68:

A TROPICÁLIA NAS PÁGINAS DA REVISTA MANCHETE (1968)

ÉRIKA FRANCISCA DOS SANTOS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Latino-Americano de Arte, Cultura e História da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Licenciado em História.

Orientadora: Profa. Dra. Rosângela de Jesus Silva.

Foz do Iguaçu
2025

ÉRIKA FRANCISCA DOS SANTOS

MOMENTO 68:
A TROPICÁLIA NAS PÁGINAS DA REVISTA MANCHETE (1968)

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Latino-Americano de Arte, Cultura e História da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Licenciado em História.

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Profa. Dra. Rosangela de Jesus Silva
UNILA

Profa. Dra. Ana Rita Uhle
UNILA

Profa. Me. Julimar del Carmen Mora Silva
PUC-Rio

Foz do Iguaçu, 13 de março de 2025.

RESUMO

O objetivo do presente trabalho é analisar como a revista *Manchete* (1968) representou a Tropicália nas reportagens sobre o desfile-show Momento 68, produzido pela empresa de fibras sintéticas Rhodia em 1968 apresentado no Brasil e no exterior. O Momento 68 foi uma junção de desfile de moda com shows teatrais e musicais, composto por referências artísticas e culturais que definiam o que era aquele período. O recorte temporal é o ano de 1968, entre os meses junho e agosto. Neste período foram lançadas quatro edições da revista *Manchete* que noticiaram o desfile-show. A partir de discussões teóricas sobre imprensa como fonte histórica e história da moda no Brasil, serão analisadas as edições 845, 846, 848 e 854 da revista *Manchete*. A pesquisa concluiu que os artistas tropicalistas receberam atenção nas publicações sobre o desfile, porém a revista os caracterizou segundo sua própria interpretação do Tropicalismo, como sinônimo de brasilidade, não como um movimento que mesclava o internacional ao nacional.

Palavras-chave: Revista Manchete; Tropicália; Momento 68; Rhodia.

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo es analizar cómo la revista *Manchete* representó a Tropicália en los reportajes sobre el desfile-show Momento 68, producido por la empresa de fibras sintéticas Rhodia. El Momento 68 fue una unión de desfile de moda con espectáculos teatrales y musicales, compuesto por referencias artísticas y culturales que definían lo que era ese período. El recorte temporal es el año 1968, entre los meses de junio y agosto. En este período se lanzaron cuatro ediciones de la revista *Manchete* que informaron del desfile-show. A partir de discusiones teóricas sobre la prensa como fuente histórica e historia de la moda en Brasil, se analizarán las ediciones 845, 846, 848 y 854 de la revista *Manchete*. La investigación concluyó que los artistas tropicalistas recibieron atención en las publicaciones sobre el desfile, pero la revista los caracterizó según su propia interpretación del Tropicalismo, como sinónimo de brasilidad, no como un movimiento que mezclaba lo internacional con lo nacional.

Palabras clave: Revista Manchete; Tropicalia; Momento 68; Rhodia.

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1. INTRODUÇÃO..... | 6 |
| 2. RHODIA E A MODA NACIONAL..... | 9 |
| 3. A TROPICÁLIA..... | 10 |
| 4. ANÁLISE DA REVISTA <i>MANCHETE</i>..... | 12 |
| 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 17 |
| REFERÊNCIAS..... | 19 |

1. INTRODUÇÃO

A década de 1960 é relevante na história da moda brasileira por ser um período marcado por iniciativas na construção deste campo. Na Europa, a moda tem sua autonomização profissional por meio do surgimento da Alta Costura francesa em meados do século XIX, período que na temporalização de Gilles Lipovetsky (2009) marca uma passagem da “Moda Aristocrática” em vigor desde o século XIV para a “Moda dos Cem Anos”, articulada em torno de duas novas indústrias, a Alta Costura e a confecção industrial (Lipovetsky, 2009, p. 79-80). No Brasil, o campo da moda teve sua autonomização a partir da década de 1950, de forma tardia e subordinada ao sistema francês (Prado, 2019, p. 23). Os primeiros criadores de moda autoral começaram a ganhar relevância e a indústria têxtil brasileira investiu em campanhas publicitárias para alavancar o consumo, se pautando pelos lançamentos franceses.

No decorrer da década de 1960, com o avanço do prêt-à-porter¹, há uma transição do sistema que se estendia desde o século XIX para uma nova fase, a “Moda Aberta”. Assim, a produção industrial de roupas não se limitava mais a seguir as criações da Alta Costura (Lipovetsky, 2009, p. 124 e 126). No Brasil, tanto o surgimento de uma alta moda quanto o avanço do prêt-à-porter ocorrem de forma simultânea e só no fim da década de 1960 o Brasil ajusta seus passos com a moda internacional (Prado, 2019, p. 329), alcançando a Moda Aberta, fase em que a moda se torna mais plural, suas referências advêm de diferentes grupos, a Alta Costura perde seu posto de vanguarda e a produção industrial também se configura como moda.

Neste contexto de autonomização e profissionalização da moda no país, a empresa Rhodia Indústrias Químicas e Têxteis S.A teve papel importante nestes processos. Em 1955, a empresa obteve a patente para a fabricação de fios e fibras sintéticas no Brasil, material até então pouco utilizado na confecção de moda. Ao longo de toda década de 1960 a empresa investiu em campanhas publicitárias buscando construir no país um novo gosto pela moda baseado nos materiais sintéticos, que já vinham sendo usados no exterior como sinônimos de uma moda jovem e inovadora (Sant’Anna, 2010, p. 15).

Lideradas por Lívio Rangan (1933-1984), gerente publicitário da Rhodia, as ações de publicidade envolveram criações de coleções, editoriais de moda e desfiles-shows, criando espaço para a solidificação de campos profissionais ligados à área (Bonadio, 2005, p.

¹ A expressão “prêt-à-porter” é inaugurada por J. C. Weill na França em 1949, derivada do termo americano ready-to-wear e se refere a roupas prontas-para-vestir. Diferentemente da roupa de confecção tradicional, que geralmente carecia de qualidade e inovação, o prêt-à-porter se engajou num “caminho novo de produzir industrialmente roupas acessíveis à todos, e ainda assim “moda”, inspiradas nas últimas tendências do momento” (Lipovetsky, 2009, p. 126).

178). Os desfiles-shows produzidos pela Rhodia foram uma junção de desfiles de moda com shows musicais e teatrais, aproximando arte e moda. Lançados anualmente na FENIT (Feira Nacional da Indústria Têxtil), os desfiles viajavam pelo Brasil e exterior (Bonadio, 2005, p. 11). Reuniam artistas plásticos brasileiros, convidados para elaborar estampas, e nomes de destaque na costura nacional, responsáveis por criar as peças. Os desfiles se caracterizavam como “espetáculos de brasilidade” (Bonadio, 2005, p. 138). As temáticas dos desfiles também se aproximavam de aspectos da cultura e arte brasileira, como é o caso do espetáculo “Momento 68”, apresentado em 1968.

Como o nome sugere, o show se propunha a ser uma síntese do que era o “Momento 68”, apresentando referências culturais e artísticas em alta daquele ano. A Tropicália foi uma das referências que figuraram no desfile. O movimento foi a junção de elementos da cultura popular e modernos, nacionais e internacionais, uma cultura sincrética, que “culminou em uma vanguarda verdadeiramente nacional” (Souza, 2018, p. 129). O desfile recebeu ampla cobertura da imprensa brasileira, apontado pela Revista *Manchete* como “o mais luxuoso show já produzido no país” (*Manchete*, n. 846, p. 196).

O desfile esteve presente nas páginas da Revista *Manchete* entre os meses de junho e agosto de 1968, desde publicidades promovendo o show antes do seu lançamento até reportagens sobre sua apresentação no Brasil e em Portugal. As reportagens apresentaram a equipe e elenco do show, a moda nos figurinos, os 20 quadros do show, cada um com uma temática. Porém o destaque maior foi a Tropicália, enfatizando a presença dos cantores Caetano Veloso e Gilberto Gil, nomes importantes do tropicalismo.

Observando o destaque dado a este tema, surgiu a questão: como foi representado o movimento tropicalista no desfile Momento 68 através da revista *Manchete*? A revista foi escolhida como objeto de análise por sua ampla cobertura do evento, abordado em quatro edições: 845, 846, 848 e 854. A *Manchete* foi fundada em 1952, seguindo um padrão que vinha se construindo desde o início do século, quando o gênero revista passou a se individualizar frente a outras formas de impressos periódicos, apresentando conteúdos diversificados (De Luca, 2005, p. 121). Consolidou-se como uma das revistas mais relevantes do período no decorrer da década de 1960, sucesso advindo da boa relação de seu proprietário, Adolpho Bloch (1908-1995), com políticos e do quadro de jornalistas, redatores e colaboradores, com nomes destacados do meio intelectual (Nascimento, 2015, p. 31 e 33).

A revista mantinha um caráter maleável em relação à política nacional, Bloch procurou construir uma relação amigável com os governantes desde a fundação do periódico, quando se aproximou do então presidente Getúlio Vargas (1882-1954). Manteve esta prática com outros políticos e nos futuros governos, inclusive no período da ditadura militar, garantindo “empréstimos, financiamentos, propagandas de estatais na revista e perdão de

dívidas por impostos” (Nascimento, 2015, p. 35). Por conta disso, o conteúdo da *Manchete* era muito mais voltado ao entretenimento, abordando questões políticas nacionais de forma a evitar polêmicas e críticas.

As revistas foram o principal meio de divulgação da publicidade da Rhodia nos anos 1960. Com o grupo editorial Bloch, a parceria durou toda a década, inicialmente com maior volume de reportagens na própria *Manchete* e após 1964 se concentrou na *Jóia*, revista feminina publicada pelo grupo Bloch (Bonadio, 2005, p. 164). Mesmo a Rhodia não direcionando tanto suas publicidades para a *Manchete* em 1968, o desfile daquele ano foi destacado na revista.

Assim, este trabalho tem como objetivo analisar como foi representado o movimento tropicalista na cobertura da revista *Manchete* sobre o desfile-show “Momento 68”. Para isto utilizará a revista como fonte histórica, baseado nas teorias de Barros (2022) e De Luca (2005) sobre o trabalho com a imprensa periódica na história.

A revista, assim como outros formatos de periódicos, passou no século XX por uma mudança na forma de tratar a notícia, abandonando abordagens doutrinárias e se dedicando à função de informar os leitores “a verdade dos fatos” (De Luca, 2005, p. 138). Porém, ao investigar historicamente a imprensa é preciso considerar que não há transmissão neutra de informação, o fato sempre se mescla a discursos que comunicam valores e ideias, buscam agir na sociedade e atendem a interesses sociais, políticos e econômicos (Barros, 2022, p. 590), seja de forma mais ou menos intencional.

As escolhas na apresentação das notícias, como são destacadas, seu posicionamento na revista e forma de representação, vão influenciar na leitura e percepção dos fatos, precisando ser decifrados na análise da fonte a fim de entender as intenções dos diversos autores do periódico (Barros, 2022, p. 593). Entendendo a imprensa como uma força política que interage com outros poderes, com intenção de colaborar ou se opor a eles, compreender como a *Manchete* se relacionou com os aspectos políticos e econômicos do período, seja em relação aos governos militares ou às iniciativas da Rhodia no desenvolvimento da indústria de moda nacional, pode ajudar a interpretar a atenção dada à Tropicalia em suas páginas e quais aspectos foram destacados ou apagados.

Para isso, o artigo se dividirá em quatro partes a partir daqui, a primeira busca expor brevemente qual a importância da Rhodia no cenário nacional e sua relação com a cultura brasileira. O segundo tópico trabalhará a história da Tropicalia e suas características, para na terceira parte se analisar como este movimento apareceu na cobertura da revista *Manchete*, finalizando com as conclusões finais.

2. RHODIA E A MODA NACIONAL

As campanhas publicitárias empreendidas pela Rhodia no decorrer da década de 1960 buscaram constituir uma cultura de moda brasileira que se baseasse em têxteis sintéticos, a fim de criar um mercado consumidor para sua produção. A empresa investiu na criação de coleções que eram desfiladas na FENIT² e levadas para outros países, divulgadas em editoriais e reportagens sobre o “lançamento internacional da moda brasileira” (Prado, 2019, p. 287), produzidos em parceria com revistas brasileiras.

A empresa buscou se apresentar no cenário nacional como “responsável pela criação de uma “moda nacional” com qualidade internacional” (Bonadio, 2009, p. 74). Para isso, contratou os principais nomes brasileiros da costura e das artes plásticas para criarem suas coleções. Para desenvolver as estampas exclusivas, o publicitário italiano Livio Rangan³ escolheu artistas que dedicavam-se à temática buscada pela Rhodia⁴, ou seja, tinham em seu trabalho “uma visualidade explicitamente brasileira” (Sant’Anna, 2010, p. 156).

As estampas com motivos considerados brasileiros, como as inspiradas no café, no futebol brasileiro, na fauna e na flora, foram utilizadas pelos estilistas que colaboraram com a Rhodia para criar os modelos que desfilaram pelo Brasil e exterior. Dentre diversos nomes que participaram das criações, o desenhista Alceu Penna (1915-1980) se destacou, além de ter desenhado variadas coleções, atuou como consultor de moda da empresa por muitos anos (Prado, 2019, p. 304). Alceu também trabalhou na construção de uma espécie de “caderno de tendências” editado pela Rhodia para orientar suas confecções homologadas, o desenhista viajava a pedido de Rangan para capitais da moda, como Milão e Paris e trazia ao Brasil informações sobre as tendências de moda, as recriando nas coleções da Rhodia com adaptações ao nacional (Dória, 1998, p. 60 apud Prado, 2019, p. 305). Da mesma forma, as promoções organizadas por Rangan estavam em consonância com as tendências internacionais. No visual das coleções, a “moda brasileira” se alinhava “às descrições estrangeiras que dominaram os relatos verbais ou visuais sobre o Brasil entre os séculos XVI e XIX e que, em contrapartida, também serviram para despertar o espírito de nacionalidade em nossos artistas e literatos” (Neira, 2008, p. 6), talvez por se tratar de um publicitário italiano, Livio Rangan, criando moda brasileira.

² A FENIT foi a primeira feira industrial do Brasil, idealizada pelo empresário Caio de Alcântara Machado, teve sua primeira edição em 1958. Durante a década de 1960 a Feira foi aberta ao público, apresentava exposições de máquinas e amostras de novos fios e tecidos, desfiles e shows musicais. A união de negócios e entretenimento transformou a FENIT no maior mercado de tecidos da América Latina (Bonadio, 2005, p. 88, 114 e 125).

³ Livio Rangan (1933-1984), publicitário autodidata, chegou ao Brasil vindo da Itália em 1953. Atuou como professor de latim e jornalista, porém sua profissão inicial era bailarino. Ao tentar um financiamento para uma montagem de balé, foi convidado pela Rhodia para ser gerente de publicidade, contratado em 1959, permaneceu na empresa até 1970. (Bonadio, 2005, p. 10 e Sant’Anna, 2010, p. 16).

⁴ Artistas que desenvolveram estampas para a Rhodia são listados no trabalho “Coleção Rhodia: arte e design de moda nos anos sessenta no Brasil” (Sant’Anna, 2010, p. 123).

Para atestar a “qualidade internacional” de sua moda, as viagens internacionais das coleções foram uma estratégia recorrente. Para compor os desfiles internacionais, a Rhodia também apresentava modelos de estilistas franceses, colocando lado a lado na passarela suas criações com as dos estilistas brasileiros, sugerindo uma equivalência entre estes, como forma de valorizar o nacional (Prado, 2019, p. 294). Dentre os modelos desfilados, vários eram de alta-costura, se apropriando do valor simbólico da moda francesa.

Além das criações dos costureiros famosos, as coleções abrigavam modelos criados pelas confecções homologadas pela Rhodia, que escolhiam as estampas criadas pelos artistas e desenvolviam alguns modelos. Esses modelos eram desfilados primeiro e na segunda parte dos desfiles se destacavam os modelos de alta-costura (Prado e Braga, 2011, p. 337). Assim, as coleções da Rhodia somavam alta-costura e prêt-à-porter, este último ganhando cada vez mais destaque no decorrer do século.

Estes desfiles eram amplamente divulgados na imprensa nacional, enaltecendo o reconhecimento internacional da moda brasileira, a despeito da pouca repercussão que os eventos tiveram no exterior (Bonadio, 2005, p. 160). O fato de não alcançarem realmente um grande reconhecimento internacional não influenciou na continuidade das promoções, pois estas eram voltadas ao mercado interno,

fazia-se necessário apresentar a moda nacional em cenário estrangeiro a um público feminino brasileiro de classe média habituado a receber informações de moda do exterior (Paris ou Nova York), de modo a conferir credibilidade à moda nacional (Prado, 2019, p. 325).

No Brasil, o principal palco das promoções da Rhodia foi a Feira Nacional da Indústria Têxtil. A FENIT foi o “evento que aproximou, os costureiros, os empresários do setor têxtil e de confecção, oferecendo visibilidade às criações brasileiras e sua interação com o mercado nacional e internacional” (Vasques, 2011, p. 127). Durante toda a década de 1960 a Rhodia desfilou suas coleções no evento, utilizando a FENIT como espaço central dos lançamentos de coleções, entendendo que a divulgação das coleções deveria se dar a partir de um evento de lançamento, à exemplo dos desfiles franceses (Prado e Braga, 2011, p. 337). Em 1968, o desfile-show “Momento 68” passou pelos palcos da FENIT, desfile que teve entre suas inspirações a Tropicália.

3. A TROPICÁLIA

Em 1967, ocorrem as manifestações artísticas que são geralmente apresentadas como os “eventos fundadores” do que em 1968 seria denominado Tropicalismo, termo “ora apresentado como a face brasileira da contracultura, ora apresentado como o ponto de convergência

das vanguardas artísticas mais radicais” (Napolitano, Villaça, 1998, p. 1-2). Na música, campo destacado do movimento, acontecem as apresentações de Caetano Veloso e Gilberto Gil no III Festival de Música Popular da TV Record. As canções *Alegria, Alegria* e *Domingo no Parque* lançadas no Festival não foram apresentadas como ligadas a qualquer movimento, porém destoavam das outras canções, por não estarem nos padrões do que se denominava MMPB (Moderna Música Popular Brasileira) (Favaretto, 2000, p. 19), foram consideradas músicas inovadoras, com letras e arranjos modernos e postura política mais difícil de ser reconhecida (Favaretto, 2000, p. 20).

No teatro, a peça *O Rei da Vela*, escrita por Oswald de Andrade em 1937 e dirigida por José Celso Martinez Corrêa, teve sua primeira montagem pelo Teatro Oficina em 1967. A montagem causou impacto na época, apresentava elementos que seriam associados ao Tropicalismo, como a antropofagia de Oswald de Andrade (Napolitano, Villaça, 1998, p. 4). No cinema, no mesmo ano foi lançado *Terra em Transe*, do diretor Glauber Rocha, representante do Cinema Novo, filme que segundo Ridenti (2017) teria desencadeado as idéias tropicalistas, pois “fazia parte dessa ideia de um país caótico, contraditório, onde a razão meramente formal não daria conta dessas contradições” (Coutinho, 1990 apud Ridenti, 2017, p. 239)

No campo das artes plásticas, foi originado o nome do movimento. Tropicália era o nome de uma obra de Hélio Oiticica, do gênero por ele inaugurado “antiarte ambiental”, uma “apropriação de elementos cotidianos organizados no espaço de maneira que o espectador pudesse vivenciar uma experiência construtiva” (Souza, 2018, p. 127). Oiticica criou um tipo de percurso fechado que envolvia todos os sentidos do espectador, nas palavras do artista, criou

um tipo de cena tropical, com plantas, areias, cascalhos. O problema da imagem é colocado aqui objetivamente, mas desde que é um problema universal, eu também propus este problema num contexto que é tipicamente nacional, tropical e brasileiro. Eu quis acentuar a nova linguagem com elementos brasileiros, numa tentativa extremamente ambiciosa em criar uma linguagem que poderia ser nossa (Oiticica, 1969 apud Napolitano, Villaça, 1998, p. 3).

O nome da obra chega a Caetano Veloso através de Luís Barreto, diretor de fotografia de *Terra em Transe*. De acordo com Caetano, em seu livro *Verdade Tropical* (1997, p. 187), ao ouvir uma canção ainda sem nome composta para seu primeiro álbum solo, o fotógrafo sugeriu nomeá-la “Tropicália”, pois achou que apresentava afinidades com o trabalho de Oiticica que havia visto a pouco. Caetano não conhecia o artista, mas por falta de outro nome resolveu batizar assim a canção que para ele justificava todo seu álbum e o movimento musical que se construía (Veloso, 1997, p. 187-188).

Em momentos próximos, ocorreram essas diversas expressões, que se apropriaram das imagens de brasilidades, de seus aspectos arcaicos e modernos, retomando a antropofagia e explicitando as contradições do país (Napolitano e Villaça, 1998, p. 3-4). Logo se apontou a ideia de que tudo poderia se traduzir em um movimento. Foi o jornalista Nelson Motta, que na crônica

“Cruzada Tropicalista”, publicada em fevereiro de 1968 no jornal carioca Última Hora, apontou um movimento e o nomeou tropicalismo. O texto de Motta imagina uma festa fictícia, que reunia artistas e intelectuais celebrando de forma irônica a conjuntura política e cultural do Brasil, mencionando o Cinema Novo, o Teatro Oficina e os discos de Gil e Caetano, em uma “paródia do ufanismo conservador” (Napolitano e Villaça, 1998, p. 5). A crônica repercutiu na imprensa, impulsionando o novo termo.

A articulação dos artistas teve seu registro público em maio, com a gravação do disco *Tropicália ou Panis et Circensis*, reunindo Gilberto Gil, Caetano Veloso, Tom Zé, Gal Costa, Torquato Neto, Rogério Duprat, Nara Leão e o grupo Os Mutantes, formado por Rita Lee, Sérgio Dias e Arnaldo Batista. Manifesto e produto cultural, o álbum sintetizou a “imbricação indissolúvel entre moderno e arcaico, urbano e rural, internacional e nacional, revolução e tradição” (Ridenti, 2017, p. 254) que formou o movimento.

O tropicalismo foi recorrentemente interpretado exclusivamente como uma subversão da ordem imposta, porém em uma análise mais recente Marcelo Ridenti apontou que o movimento não rompeu radicalmente com a cultura política dos anos 1950 e 1960 (2017, p. 232), nem com o nacionalismo, os tropicalistas continuaram tendo como preocupação “a constituição de uma nação desenvolvida e de um povo brasileiro, afinados com as mudanças no cenário internacional, a propor soluções à moda brasileira para os problemas do mundo” (Ridenti, 2017, p. 434). Ou seja, o grupo não propunha o abandono do tradicional, mas fazia uma nova interpretação e o mesclava a referências internacionais.

4. ANÁLISE DA REVISTA *MANCHETE*

A revista não pode ser considerada apenas um simples veículo de informações, podendo ser pensada como um “instrumento de manipulação de interesses e de intervenção na vida social” (Nascimento, 2015, p. 15). Com seu posicionamento de manter apoio a qualquer que fosse o governo, durante a ditadura militar a *Manchete* teve como trabalho construir uma imagem positiva do regime e divulgar seus ideais, como o nacional desenvolvimentismo e a ideia de progresso. Exemplo disso é a capa da edição 845 de 1968, que traz a manchete “Energia para o progresso: as maiores barragens do Brasil”, no mesmo número que o show Momento 68 aparece pela primeira vez.

No mesmo ano em que a *Tropicália* se consolidou como movimento e lançou seu álbum manifesto ocorreu o desfile-show Momento 68. Como ocorria com outros eventos da Rhodia, o Momento 68 recebeu divulgação da revista *Manchete*. A primeira aparição foi na edição do dia 29 de junho, no número 845. Entre as 188 páginas da edição, apareceu da 160 a 169, sendo esta a

edição que dedicou maior número de páginas ao evento.

As duas primeiras páginas que mencionam o evento se destinam a uma espécie de cartaz publicitário, (imagem 1) “Momento 68” aparece em destaque no meio, com fotografias do elenco do show, seus músicos, banda, dançarinos, apresentadores e as manequins conhecidas da Rhodia. O texto do cartaz apresenta as referências do desfile, sendo eventos, movimentos ou tendências em alta naquele ano: a Tropicália, os hippies, a mini saia de Mary Quant, a moda oriental e a anti-moda.



Imagem 1: Revista *Manchete*, edição 845, p. 160-161.

Todos estes eventos colocados juntos mostram que Lívio Rangan estava atento às tendências internacionais e a cultura local, indo além da referência da alta costura francesa, que no fim da década já dividia sua influência com outros movimentos. A moda passava por uma ruptura, em que a “moda de consumo” substitui a “moda de classe”⁵, com mais diversidade estilística e menos consenso, a moda de consumo incorpora gostos de grupos sociais de todos os níveis, não apenas da elite (Crane, 2006, p, 273).

⁵ A moda “de classe” se caracterizava por um sistema centralizado em poucos criadores em alto consenso, com regras rígidas de utilização do vestuário e objetivo de expressar posição social. Já na moda “de consumo” há mais variedade estilística, menos consenso e incorpora gostos de diferentes classes sociais (Crane, 2006, p. 272-273)

De acordo com o anúncio, o desfile teve em seu elenco Caetano Veloso, Eliana Pitman, Gilberto Gil, Lennie Dale, Raul Cortez e Walmor Chagas. Apresentava 400 modelos de figurinos desenvolvidos por Alceu Penna, com as manequins Felícia, Geórgia, Jan, Mailu, Marisa e Ully, que “não desfilam, porque não é desfile [...] andam, cantam, dançam, falam. Falam!” (*Manchete*, n. 845, p. 160). As manequins da Rhodia ficaram famosas por sempre aparecerem nos desfiles e editoriais, pois se criava uma equipe fixa, sendo esse um dos campos ligados à moda que a empresa contribuiu para o processo de profissionalização (Bonadio, 2005, p. 181).

O musical teve arranjo produzido por Rogério Duprat, responsável também pelos arranjos do disco *Tropicália ou Panis et Circensis*, e foi tocado pelo conjunto Brazilian Octopus, grupo formado em razão dos shows da Rhodia teve entre seus integrantes os músicos Hermeto Pascoal e Lanny Gordin, chegando a gravar um disco homônimo, hoje “considerado um dos mais importantes discos de música instrumental já produzido no Brasil” (Bonadio, 2005, p. 224-225). A direção ficou a cargo de Ademar Guerra e o texto foi escrito por Millôr Fernandes. O texto de apresentação encerra com a frase “Senhoras e senhores: É proibido proibir”, em referência à música de Caetano Veloso.

A página direita da publicidade (imagem 1) mostra as manequins utilizando vestidos estampados com seus próprios rostos, o estilo de estampa lembra as serigrafias de ícones da cultura de massas retratados pelo artista Andy Warhol no início da década de 1960, em referência a Pop-arte. A estampa tanto nos vestidos quanto ampliada no fundo da imagem causa uma “familiaridade com as retratadas, permitindo reconhecê-las mesmo sem observá-la” (Bonadio, 2005, p. 219). No fim da página, o texto informa que o espetáculo será apresentado nas principais cidades do Brasil. No Rio de Janeiro, ocorreu no Edifício Bloch. O prédio projetado por Oscar Niemeyer abrigava a redação da *Manchete* e demais títulos da Editora Bloch, além de auditório de teatro e restaurante (Nascimento, 2015, p. 28 e 36). A apresentação na sede da revista demonstra a parceria do grupo editorial com a Rhodia.

Após duas páginas sem conteúdos vinculados a Rhodia, se inicia uma reportagem da revista sobre o desfile, das páginas 164 a 169. As duas primeiras são inteiras ilustradas por uma foto grande dos três cantores do evento, Caetano, Gil e Eliana e destaca o evento como o mais caro já produzido, informação repetida algumas vezes nas próximas menções ao show.

As próximas páginas apresentam mais fotos do elenco e das manequins, que ocupam a maior parte do espaço (imagem 2). Graças ao seu material de qualidade, impressa em papel glacê, a *Manchete* tinha como atrativos a boa qualidade gráfica e visual, o que levava a revista a dar mais destaque às imagens em relação aos textos, “adotando um modelo de paginação idêntico à francesa *Paris-Match*. Obedecia à seguinte distribuição: 20% de texto, 30% de títulos e espaço em branco e 50% de fotografias” (Bonadio, 2005, p. 152).



Imagem 2: Imagens são destaque nas páginas. Revista *Manchete*, edição 845, p. 168-169.

Os textos da reportagem dão detalhes sobre o show, destacando mais de uma vez seu caráter de inovação, que poderia “significar uma autêntica revolução na arte de apresentar um texto em teatro” (*Manchete*, n. 845, p. 166). Sobre os modelos desfilados, informa que 50 dos mais conhecidos artistas foram chamados para enviar suas criações e escultores trabalharam em alguns figurinos com materiais como metal, concebendo a “mulher arte”. Apesar do texto demarcar a relação da Rhodia com as artes plásticas nacionais, nas imagens desta reportagem, isto não é destacado, o foco fica muito mais no espetáculo e seu elenco do que nas roupas.

Além das cidades brasileiras, se diz que o show passará por Buenos Aires, Montevideo e Lisboa. Na revista apenas a viagem a Lisboa será mencionada em edições futuras, não há informações sobre como foram as outras planejadas. O restante dos textos apresenta os vinte quadros do show e dão informações sobre suas execuções.

Nesta primeira edição, os tropicalistas aparecem na primeira foto utilizando ternos brancos, possivelmente inspirados na “Cruzada Tropicalista” de Nelson Motta, indicando uma visão estereotipada do movimento. Os artistas são destacados através das fotos nas outras páginas, mas não há menções a ideias do movimento para além da utilização de seu nome, de forma que parece que suas imagens são utilizadas num sentido de agregar valor à marca, para associar o desfile à identidade nacional que representavam. Na fase da moda “de consumo”, a motivação do consumidor para adotar um estilo está ligada a sua identificação com determinados grupos através de bens de consumo, extraindo modelos da cultura de mídia, como no caso dos cantores (Crane,

2006, p. 274). Então, a presença dos cantores apresentados como tropicalistas poderia gerar uma identificação do público consumidor tanto com a moda produzida pela Rhodia quanto com os conteúdos apresentados pela revista.

A próxima aparição do desfile é na edição seguinte, número 846, de 6 de julho, nas páginas 168, 169 e 171, sendo a página 170 ocupada por um anúncio de banco. As duas primeiras páginas são preenchidas por uma grande fotografia de um momento do último quadro do show, destinado a homenagear a Bahia (imagem 3). A revista destaca que estreou em sua sede o, novamente, “mais luxuoso espetáculo musical já produzido no Brasil” (*Manchete*, n. 846, p. 169) e cita o sucesso da apresentação.

Na fotografia, é possível ver que as modelos utilizam figurinos inspirados nas tradicionais roupas de baianas, com saias rodadas e algumas com turbantes. O cenário tem grandiosas fotos das manequins, em estilo de editorial de moda, dando um ar moderno ao show. A associação com a Bahia no quadro demonstra uma das estratégias da empresa, utilizava lugares históricos brasileiros, muitas vezes consagrados como patrimônios ou espaços de “brasilidade” para se atribuir valor histórico, artístico e nacional às suas coleções. Isto foi mais observado nos editoriais fotográficos produzidos em viagens Rhodia ao longo da década (Bonadio, 2005, p. 246), mas pode ser exemplificado aqui com a associação da empresa à Bahia. Estas políticas publicitárias estavam de acordo com os interesses governamentais, que procuravam reforçar o sentimento nacionalista (Bonadio, 2005, p. 243).



Imagem 3: Quadro em homenagem à Bahia. Revista *Manchete*, n. 846, p. 168-169.

Na página 171, é anunciado que o show criado pela Rhodia, Ford, Shell e Helena Rubinstein (todas marcas patrocinadoras do show), irá a Lisboa levado pela TAP - companhia aérea portuguesa - se apresentar na festa promovida pela *Manchete* em homenagem às comemorações cabralinas (aniversário de 500 anos do nascimento de Pedro Álvares Cabral). Uma das imagens mostra Caetano, Gil e Eliana Pitman juntos, com a legenda os descrevendo como “expressão viva da Tropicália”. Considerando que as legendas das fotografias, “orientam a recepção num sentido predeterminado, a contemplação livre não lhes é adequada” (Benjamin, 1985. p. 174), aqui é possível perceber que foi a revista que denominou Eliana como tropicalista, pois na realidade ela não estava associada ao movimento, era cantora de outros ritmos como Carimbó e Bossa Nova. Juntando artistas de diferentes expressões musicais brasileiras sob o mesmo título de tropicalistas, a revista parece estar definindo a Tropicália como sinônimo de Brasil, desconsiderando as conexões do movimento com referências internacionais.

Na edição 848, publicada em 20 de julho, o desfile é citado em apenas uma página da reportagem que cobre a participação da *Manchete* nas festas cabralinas em Lisboa, em homenagem aos 500 anos de nascimento de Pedro Álvares Cabral. Há uma foto do show, apresentando o mesmo quadro sobre a Bahia citado anteriormente. Aqui, o Momento 68 é apresentado como “show Rhodia-TAP-MANCHETE” evidenciando a colaboração entre as empresas. A prática de viajar para o exterior com suas coleções já era utilizada pela Rhodia, visando atribuir aprovação internacional em seus produtos.

A última reportagem sobre o desfile está na edição 854, publicada em 31 de agosto. Duas páginas noticiam a apresentação do show em São Paulo, na FENIT. Uma grande fotografia mostra o cenário ornamentado com fotos das manequins, que estão no palco usando os vestidos com suas fotos e os apresentadores com uma roupa de aspecto plástico, também é possível ver parte da plateia assistindo. Uma das fotos tem foco exclusivamente nas roupas, mostrando dois vestidos “exóticos”, provavelmente os que a primeira reportagem cita terem sido feitos por escultores, evidenciando a relação entre arte e moda. Os tropicalistas são apresentados em uma foto, com os típicos ternos brancos e a legenda “Gil e Caetano: o talento nasce lá na Bahia” (*Manchete*, n. 854, p. 115). Os artistas aparecem para relacionar o desfile com a cultura e identidade nacional, novamente evocando o simbolismo da Bahia, porém como nas outras reportagens não há nada que evidencie qualquer aspecto de contestação ou críticas do movimento tropicalista, pois estes estão presentes para representar o Brasil, não as ideias próprias do movimento.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se pensar em algumas aproximações entre as propostas dos desfiles-shows

produzidos pela Rhodia e da Tropicália. Ambos os movimentos se preocuparam com a questão da identidade nacional, o tropicalismo “desenvolveu suas próprias ideias de nação, de Brasil, de povo brasileiro, incompreensíveis fora da cultura política da época” (Ridenti, 2017, p. 257) e a Rhodia buscou incorporar essa identidade em suas coleções. Entrementes, ambos os casos sincretizaram as ideias de brasilidade com elementos estrangeiros, seja as tendências de moda internacional ou as influências culturais, porém com intencionalidade diferentes, enquanto a Tropicália ressignifica o estrangeiro e constrói uma identidade própria, a publicidade da Rhodia o utiliza como validação de seus produtos.

Durante toda a década de 1960, o publicitário Livio Rangan procurou utilizar a arte e cultura brasileira para criar a identidade da moda feita a partir das fibras sintéticas da Rhodia. Porém não houve a criação de uma moda nacional em termos de formas e modelagem, a temática nacional se restringiu as estampas dos tecidos - com inspirações na natureza, como papagaios e frutas, e elementos culturais, como a exportação de café e o futebol-, aos cenários e artistas convidados. Portanto, o visual da “moda brasileira” estava alinhado a um pensamento estrangeiro, estereotipado, sobre o Brasil.

Em relação a ditadura militar, não há evidências de que a Rhodia teve problemas relacionados a censura, até porque seus objetivos estavam alinhados com os do regime, que buscavam reforçar um sentimento nacionalista e tinham um ideal nacional desenvolvimentista, o que era também divulgado na *Manchete*.

Conclui-se que a apropriação da Tropicália feita no desfile-show Momento 68 ocorreu no sentido do movimento apontado por Ridenti (2017), de se apropriar do que o tropicalismo tinha de tradicional, arcaico e popular junto às influências internacionais, sem buscar qualquer forma de subversão. A moda e a publicidade podem às vezes se associarem a movimentos transgressores, porém só refletem o momento social sem militar por suas ideias, procurando apenas agregar a atualidade do movimento à marca (Bonadio, 2005, p. 198). Assim, a revista *Manchete* apresentou o movimento tropicalista na cobertura no desfile, porém o vendo como uma referência de brasilidade, de tropicalidade, contradizendo o aspecto sincrético do movimento com o estrangeiro, o representando imagetivamente por meio dos artistas, sem mostrar qualquer ideal para além da estética expressa nos ternos brancos.

REFERÊNCIAS

- BARROS, José D'Assunção. Considerações sobre a análise de jornais como fontes históricas, na sua perspectiva sincrônica e diacrônica. **História Unisinos**, v. 26, n. 3, p. 588-604, 2022.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: **Obras Escolhidas: Magia, Técnica, Arte e política**. São Paulo, Brasiliense, 1985.
- BONADIO, Maria Claudia. **O fio sintético é um show! Moda, política e publicidade**; Rhodia S.A. 1960-1970. Tese (doutorado) Departamento de História do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, 2005.
- BONADIO, Maria Claudia. A revolução no vestuário: publicidade de moda, nacionalismo e crescimento industrial no Brasil dos anos 1960. **Revista Mosaico - Revista de História**, Goiânia, Brasil, v. 2, n. 1, p. 73–86, 2009.
- CASCUDO, Fernando Luiz. Manchete nas Festas Cabralinas de Lisboa. **Manchete**. Rio de Janeiro, n. 848, p. 158-163, julho, 1968.
- CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Editora Senac, 2006.
- DE LUCA, Tânia Regina. História de, nos e por meio dos periódicos. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org). **Fontes Históricas**. São Paulo: Contexto, 2005. p. 111-153.
- FAVARETTO, Celso Fernando. **Tropicália: Alegoria, Alegria**. 3ª ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2000.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- MOMENTO 68. **Manchete**. Rio de Janeiro, n. 845, p. 160-169, junho, 1968.
- MOMENTO 68: dança, canção e moda. **Manchete**. Rio de Janeiro, n. 846, p. 168-171, julho, 1968.
- MOMENTO 68 é prêmio extra de música, balé, moda, beleza e humorismo na XI Fenit de São Paulo. **Manchete**. Rio de Janeiro, n. 854, p. 114-115, agosto, 1968.
- NAPOLITANO, Marcos, VILLAÇA, Mariana Martins. Tropicalismo: As Relíquias do Brasil em Debate. **Revista Brasileira de História**, v. 18, n. 35, p. 1-10, 1998.
- NASCIMENTO, Greyce Falcão do. **“ACONTECEU, VIROU MANCHETE”**: O golpe de 1964 e o governo Castelo Branco nas páginas da revista. Dissertação (mestrado) Universidade Federal de Pernambuco, 2015.
- NEIRA, Luz Garcia. A invenção da moda brasileira. **Caligrama**, v. 4, n. 1, 2008.
- PRADO, Luís Andre do, BRAGA João. Tropicália & Glamour [1961 | 1975]: Fenit e Rangan tornam a moda um grande espetáculo. In: _____ **História da Moda no Brasil: Das influências às autorreferências**. São Paulo: Disal Editora, 2011.

PRADO, Luís André do. **Indústria do vestuário e moda no Brasil do século XIX a 1960: da cópia e adaptação à autonomização subordinada.** Tese (Doutorado) Departamento de História da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2019.

RIDENTI, Marcelo. **Em busca do povo brasileiro: artistas da revolução, do CPC à era da TV.** São Paulo: Editora Unesp Digital, 2017.

SANT'ANNA, Patricia. **Coleção Rhodia: arte e design de moda nos anos sessenta no Brasil.** Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 2010.

SOUZA, Nívea Faria de. Figurino Tropicália: Moda e Movimento. **Veredas da História**, v. 11, n. 2, p. 124-141, dez., 2018.

VASQUES, Ronaldo Salvador. **A indústria têxtil e a moda brasileira: a urdidura de novos conceitos e percepções do vestir na década de 1960.** Dissertação (mestrado) - Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Estadual de Maringá, 2011.

VELOSO, Caetano. **Verdade Tropical.** São Paulo: Companhia das Letras, 1997.