

SOB OMBROS ESPLÊNDIDOS: UM ESTUDO SOBRE A REPRESENTAÇÃO FEMININA NOS ANOS 1980

Débora Pires Teixeira¹

Sara R. Andrade Silva²

Andressa de Freitas Maturo³

RESUMO

O presente artigo trata-se de um trabalho bibliográfico que teve como objetivo analisar o uso de ombreiras como elemento determinante para a formação da imagem feminina. Para tanto, foram analisadas editoriais da Revista Desfile de 1980. O processo de amostragem e seleção das revistas deu-se por acessibilidade e foi realizada no arquivo do Grupo de Estudos Vista – Vestuário, Indumentária, Sustentabilidade, Tecnologia e Meio Ambiente, pertencente ao Departamento de Economia Doméstica e Hotelaria da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Foram selecionadas nove revistas. Os resultados evidenciaram a importância dos códigos de vestir para a construção de papéis femininos, com ênfase no empoderamento feminino vivenciado na década de 1980. As revistas femininas constituem uma instância discursiva que exerce forte influência na vida da mulher.

Palavras-chave: Ombreiras. Revista Desfile. Moda.

ABSTRACT

This article it is a bibliographic work was to analyze the use of shoulder pads as a determining factor in the formation of the female image. Therefore, the magazine editorial were analyzed Desfile 1980. The sampling process and selection of magazines was given for accessibility and was held in the file Vista Study Group - Clothing, Clothing, Sustainability, Technology and Environment of the Department Home Economics and Hospitality of the Rural Federal University of Rio de Janeiro. Nine magazines were selected. The results showed the importance of dress codes for the construction of female roles, with emphasis on female empowerment experienced in the 1980s Women's magazines are a discursive instance that has a strong influence on women's lives.

Keywords: Jams. Desfile Magazine. Fashion.

INTRODUÇÃO

¹ Graduada em Economia Doméstica (UFV). Especialista em Gestão Estratégica e Qualidade (UCAM). Mestre em Economia Familiar (UFV). Professora da área de Vestuário e Têxteis (UFRRJ)

² Membro do Grupo de Estudos Vista, Discente do Curso de Licenciatura em Belas Artes da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Email: sara.andrade@live.com

³ Membro do Grupo de Estudos Vista, Discente do Curso de Administração EAD da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Consórcio CEDERJ, Polo Piraí. Email: dre_maturo@hotmail.com

Apesar de caracterizada por uma década de declínio e estagnação econômica, principalmente na América Latina, e por atravessar períodos de desestabilidade política e social, as tendências de moda da década de 1980 refletiram o comportamento de uma sociedade onde a ascensão social e econômica em convergência com uma maior consciência da autoimagem, promoveram o deslocamento dos hábitos de consumo privilegiando a marca e o valor simbólico agregado à grife (MENDES e HAYE, 2009).

Após a Segunda Guerra Mundial, os Estados Unidos da América firmaram-se como potência econômica/cultural e a queda do muro de Berlim consolidou a hegemonia do capitalismo. Tais fatores contribuíram para a alteração entre ideologias e relações pessoais entre jovens e adultos; alterações essas que impulsionariam o surgimento de um estilo de vida hedonista e focado no trabalho, conhecido como *yuppie*². Obcecados pela autoimagem e deslumbrados pelo enriquecimento precoce, os hábitos de consumo desse grupo estavam voltados para marcas e grifes luxuosas que estampavam seu sucesso econômico (SILVEIRA, 2002). Neste novo modelo de vida, as relações de trabalho feminino também foram alteradas.

De acordo com Bruschini (2009), nas décadas anteriores a 1980, a ocupação das mulheres no mercado de trabalho, apesar de ter apresentado expressiva expansão, ainda era proporcionalmente inferior se comparado à presença masculina. Até 1970, havia a diminuição das taxas de atividade femininas na força de trabalho nacional a partir dos 25 anos, idade tradicionalmente associada a chegada da maternidade. A partir de meados dos anos 80, porém, observou-se uma diminuição dessa tendência, que indica que a atividade fora de casa torna-se tão importante quanto à maternidade ou o casamento.

Inseridas neste panorama, as mulheres começaram a buscar afirmação em um ambiente ainda dominado por homens, no qual a adoção de peças masculinizadas, uma tendência crescente desde 1970, teve como intuito afirmar a mulher independente frente ao mercado de trabalho.

Diante das novas relações formadas entre mulher e sociedade, buscou-se entender neste artigo os discursos surgidos e veiculados sobre o “ser mulher” em publicações femininas na década de 1980, pautada no aparecimento das ombreiras como tendência de moda da época.

A ROUPA E A MODA NA DÉCADA DE 1980

A moda da década de 1980 tornou-se plural e recebeu a influência de diversas tribos e vertentes, tais como: os *punks* e os *góticos*, os *yuppies*, a busca pelo corpo perfeito e a supervalorização das academias de ginástica e os ídolos musicais: Madona, Michael Jackson e Prince.

⁴ O termo *yuppie* (*Young Urban Professional*), cunhado pelo colunista Bob Greene, em 1983, e que em tradução livre significa “jovem profissional urbano”, nomeia um grupo de jovens trabalhadores que surgiram nos Estados Unidos, na década de 1980 e tem no sucesso profissional e ascensão econômica o principal objetivo de vida (SILVEIRA, 2002).

O movimento *punk* nasceu na cidade de Londres, ainda na década de 1970, mas sua difusão pelo mundo ocorreu na década de 1980. Adotando uma postura revolucionária, os punks foram uma tribo de jovens que queriam agredir e denunciar a sociedade da época através do seu visual totalmente inusitado e transgressor. Para tanto, utilizavam roupas rasgadas, jaquetas de couro preto, botas surradas e muitos detalhes de material metálico como rebites, tachas e correntes, além dos excessivos brincos e alfinetes. A cor predominante era o negro, tendo também como marca o uso de cabelo espetado, especialmente no corte moicano, muitas vezes descolorido. Em um movimento semelhante, os góticos associavam o romantismo à aspectos religiosos e à questão existencial, sentimentos que se derivavam do temor pela guerra nuclear. Como identidade, os góticos tinham o preto total nas suas roupas, palidez da face, cabelos negros, maquiagem escura e longas capas pretas sobrepostas às peças (BRAGA, 2007 e LAVER, 1989).

Em uma corrente totalmente oposta, com a supervalorização visual e a adoção de aspectos tradicionais da moda surgiram os *yuppies* (*Young Urban Professional*) ou “jovens profissionais urbanos”. Esse grupo de jovens possuía independência financeira e fazia uma carreira brilhante e meteórica. Dinheiro, muito dinheiro, e rápido, os americanos caracterizaram-se pelo desprezo às conquistas trabalhistas mais essenciais, em especial a jornada de oito horas e impuseram à sociedade um ritmo frenético – 12 horas de trabalho seguidas (BRAGA, 2007 e STEFANELO; CASTILHOS, 2012). Na visão de Riello (2012, p. 106), os *yuppies* foram um novo perfil social para os *baby boomers*³, uma geração que abandonou os idealismos de 1968 para abraçar o liberalismo econômico de Margaret Thatcher⁴ e de Ronald Reagan, que prometia torná-los ricos através das especulações de mercado e das manipulações financeiras.

Desta tendência surgiu a figura da mulher de ferro, voluntariosa e determinada por natureza, que passou a assumir cargos gerenciais e teve em Margaret Thatcher e Nancy Reagan⁵ ótimos exemplos de *dressed for success*, em português, vestida para o sucesso. Para os *yuppies* estar sempre bem vestido era indispensável, deixando claro em seus visuais uma excessiva preocupação com gastos em roupas e acessórios para refletir a boa condição econômica dos adeptos. O grande nome da moda e ícone dos *yuppies* veio da Itália: Giorgio Armani, sinônimo de elegância e refinamento (BRAGA, 2007 e STEFANELO; CASTILHOS, 2012).

Na ótica do culto ao corpo, à saúde e aos esportes surgiu uma tendência de *sportswear* amplamente divulgada e aceita na década de 1980. Para Araújo e Leoratto (2013), nos anos 80, a busca por um corpo perfeito passou a ser uma obsessão: adoção de hábitos saudáveis, rotina de exercícios, uma boa alimentação, etc. Segundo João Braga (2007), ocorreu ampla adoção de

⁵ Filhos da explosão população que surgiu logo após o fim da Segunda Guerra Mundial, denominada *Baby Boom*.

⁶ Primeira mulher a ser primeira-ministra do Reino Unido. Thatcher era uma das únicas representantes do gênero feminino entre os estadistas majoritariamente do gênero masculino.

⁷ Primeira-dama dos Estados Unidos, entre 1981 e 1989, e que atraiu a atenção da mídia por causa das suas roupas elegantes.

roupas justas e normalmente muito coloridas, com ênfase em cores cítricas, roupas de moletom e cotton-lycra, legging, calça fuseau, collants, bermuda ciclista, moletom, polaina e jeans com elastano.

Ainda nessa década, astros norte-americanos da música pop, Madona, Prince e Michel Jackson Dos Estados Unidos, foram grandes ídolos musicais e formadores de opinião da moda jovem (BRAGA, 2007).

OMBREIRAS E O PODER FEMININO

A moda é uma das formas de expressão do ser humano e, pode tanto ser profundamente reveladora, como "pode ser um verdadeiro simulacro, podendo dizer a verdade ou enganar os olhos dos menos treinados" (BRAGA, 2005, p. 17). A interação entre vestuário, contexto social, cultura e comportamento traduzem o significado implícito na escolha de moda do usuário; a moda é reflexo da sociedade, do que acontece no mundo e ao redor das pessoas (BRAGA, 2005).

Nessa mesma perspectiva, Joaquim e Mesquita (2011), caracterizam o vestuário, como uma das formas mais significantes inserida no sistema da moda, que adquire fundamental importância na construção social do sujeito. A moda, como portadora de significados ideológicos, determina, em contextos históricos e culturais específicos, aspectos das relações sociais de poder e gênero. Thébaud, citado por estes autores, define o século XX como delineado por imagens de mulheres que "tomaram o controle de suas identidades visuais, sublinhando o desafio político da representação, quebraram o estereótipo e propuseram múltiplas vias de representação social".

As mudanças nas formas de vestir, possibilitada pelas décadas de 60 e 70, juntamente com o advento da pílula anticoncepcional, foram algumas das grandes responsáveis pela inserção efetiva da mulher no mercado de trabalho, em cargos antes apenas ocupados por homens (VALCÁRCEL, 2005 *apud* PEREZ e CURCINO, 2013). Se o período entre os 70 e meados de 85 foi declarado "A Década da Mulher" pelas Nações Unidas, na década de 80, a mulher passa a assumir cargos de chefia. Da valiosa participação feminina no mercado de trabalho, à liberdade sexual, passando pelo culto ao corpo perfeito, a década de 80, ajudou a esculpir a imagem de uma nova mulher: segura de si e de suas aspirações, disposta a encarar desafios e a superar limites (ONODERA, 2011).

A mulher, independente e autoconfiante, buscou ascensão no mercado de trabalho, procurando dar ao traje uma aparência de seriedade, adotou blazers com saias ou calças, emprestando uma aparência masculina ao visual (MOUTINHO; VALENÇA, 2000). Usava cada vez menos maquiagem, preferindo um aspecto mais natural (NERY, 2004).

Neste contexto histórico, Margareth Thatcher adotou como marca registrada em sua vestimenta os *tailleurs*, que chamavam a atenção para uma parte do corpo ainda pouco explorada pela moda feminina: os ombros. Thatcher exercendo um cargo de grande autoridade no contexto mundial encontrou na ampliação dos ombros, através da roupa, um símbolo de poder. Levemente marcados pela moda durante a guerra, lembrado pelo *smoking*,

a vestimenta emprestada do guarda-roupa masculino, de Yves Saint Laurent nos anos 60, apareceu de forma expressiva na década de 80, proporcionando uma modificação visualmente perceptível na silhueta feminina. Além disso, algum tempo depois, nas passarelas de Milão, o desfile do estilista italiano Giorgio Armani apresentou ternos femininos com ombros exagerados, peças que rapidamente foram aderidas pelas executivas estadunidenses que iniciavam suas carreiras no mercado financeiro norte-americano e desejavam impor-se frente aos executivos do gênero masculino (PEREZ e CURCINO, 2013).

As ombreiras, originalmente um acessório componente das fardas militares, usadas inicialmente para a proteção e, posteriormente para caracterizar os oficiais de alta patente, obtêm de suas origens seu significado simbólico: o poder, uma vez que remetem ao universo e ao corpo masculino. Dos campos de batalha, as ombreiras foram adaptadas para o uso diário, quando passaram a fazer parte da configuração do terno masculino (PEREZ; CURCINO, 2013).

Além da ampliação dos ombros com uso de ombreiras, o uso de calças justas proporcionava a mulher uma silhueta andrógina, no formato de triângulo invertido, que é própria do ser masculino. O uso generalizado da calça comprida, bem como a apropriação de blazers, jaquetas masculinas e smokings, significava sutilmente a apropriação de elementos anteriormente restritos ao masculino (JOAQUIM; MESQUITA, 2011). A adoção de ombreiras pelas mulheres reivindica a ressignificação do corpo por meio de uma construção a partir da vestimenta, dando à silhueta feminina um formato masculinizado, uma forma de se impor em ambientes anteriormente dominados por homens (PEREZ e CURCINO, 2013, JOAQUIM; MESQUITA, 2011).

No Brasil, apesar de toda crise econômica pela qual o país vinha vivenciando, é possível observar, nos anos 80, um crescimento do número de mulheres que passaram a buscar trabalho fora de casa. De acordo com Bruschini (2009), a partir de meados dessa década, as mulheres tomaram consciência de que esse tipo de trabalho era tão importante quanto a maternidade e o cuidado com os filhos, e é aí que elas vão ingressar maciçamente no mercado de trabalho à procura de cargos executivos e de chefia. Essa luta das mulheres também se refletirá em uma das tendências de moda: o público feminino passa a adotar um visual inspirado no guarda-roupa dos homens. Os terninho e calça comprida ganham status, tal como acontecia com o comportamento de moda de outras partes do mundo ocidental e capitalista.

METODOLOGIA

A pesquisa classifica-se como qualitativa e bibliográfica, construída por meio da utilização de livros e artigos de história da moda e pela análise de editoriais de moda.

Para constatar a relação entre a roupa com ombreiras e a representação do corpo feminino na década de 1980 foram analisados capas e editoriais da Revista

Desfile e que entrecruzam enunciados verbais com os imagéticos, fazendo emergir discursos sobre a mulher e o poder.

O processo de amostragem e seleção das revistas deu-se por acessibilidade e foi realizada no arquivo do Grupo de Estudos Vista – Vestuário, Indumentária, Sustentabilidade, Tecnologia e Meio Ambiente, pertencente ao Departamento de Economia Doméstica e Hotelaria da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, durante os meses de setembro a novembro de 2015. Buscou-se selecionar números de revistas que contemplassem diferentes períodos da década pesquisada.

Foram selecionadas nove revistas da década de 80 do século XX, que continham editoriais evidenciando o conceito de poder feminino ligado ao uso de ombreiras. As imagens foram analisadas a luz da literatura vigente.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

As publicações brasileiras de moda voltadas para o público feminino datam de finais do século XIX, porém foi a partir dos anos sessenta que assuntos como sexo, carreira e lazer foram abordados pelas revistas. A maior liberdade para o debate de questões voltadas para o público feminino em diversos campos, a colocação da mulher no mercado de trabalho e o surgimento de um novo ideal feminino, onde a mulher não é apenas bela, mas bem sucedida profissional e sexualmente, são alguns dos pontos comuns em grande parte das revistas femininas surgidas a partir da segunda metade do século XX (RAINHO, 2014).

Muitas das publicações que hoje estão no mercado nasceram no período da virada dos 50 para 60, com o crescimento da indústria nacional de moda. Para aprender tudo isso, foi necessário meio século de revistas femininas práticas, prestadoras de serviço, repletas de conteúdo e qualidade de informação. Leitoras se tornaram, década a década, mais exigentes. De lá para cá foram importantes, numa sequência mais ou menos cronológica *A Cigarra, Jóia, Manequim, Claudia, Desfile, Setenta, Mais, Nova, Vogue, Criativa, Elle e Marie Claire*, fazendo correr em paralelo, no campo das fotonovelas, *Grande Hotel, Capricho, Sétimo Céu, Ilusão e Noturno* (SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO RIO DE JANEIRO, 2002).

Nesse contexto, a revista *Desfile* surgiu em 1969; não era uma publicação voltada exclusivamente para moda, oferecendo a seu público uma proposta sofisticada em relação ao tema, com produções de editoriais no exterior e apresentando diversas matérias, com temáticas variadas, voltadas ao universo feminino (RAINHO, 2014). A revista *Desfile* foi um grande (o próprio formato era maior) projeto gráfico e visual da editora Bloch, numa época, os anos 70, em que explodia a moda e o mercado da moda no país. Um diferencial dessa revista era a *Senhora Desfile*, primeira seção dedicada às mulheres “maduras” (SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DO RIO DE JANEIRO, 2002).

Segundo Braga e Prado (2011), na década de 1970, a concorrência entre revistas femininas focadas no consumo e na moda pronta se acirrava, até porque, em 1969, a Bloch lançara a *Desfile*, editada por Roberta Barreira –

“com mais glamour e brasilidade” – justamente para fazer frente à Cláudia, da Editora Abril, que investiu em um projeto ousado voltado para o público feminino, mais especificamente, às mulheres das classes média urbana. Não foi um marco de inovação, mas fez sucesso pela qualidade editorial. Desfile sobreviveu até o fim da década de 1990, quando a editora Bloch entrou em crise financeira e sua falência foi decretada em agosto de 2000.

Na década de 1980 a Desfile, categorizada como feminina, trazia como muitas outras, matérias que procuravam abarcar os vários aspectos da mulher moderna. Dividida em seções, a revista Desfile apresentava matérias relacionadas à moda atual, entrevistas com personalidades da época, receitas, dicas de decoração, horóscopo, sugestões de turismo, entre outros. Todos esses gêneros comunicavam-se de modo a tentar representar a diversidade de facetas relacionada à mulher, dona de casa, mãe, esposa, profissional e etc., conforme pode-se observar nas imagens analisadas e discutidas a seguir.

Na Figura 1, as diferentes fotos apresentam a incorporação de peças e elementos do visual masculino no cotidiano da mulher. Com as atenções voltadas para a estética pessoal, a mulher da década de 1980 não hesitava em trajar terninhos folgados, calças largas, ombreiras e gel no cabelo, para adotar um visual masculinizado que a função de executiva exigia (ONODERA, 2011). O uso de ombreiras, blazers, calças largas e gravatas pode ser notado na figura abaixo.

Figura 1: Mulheres no poder

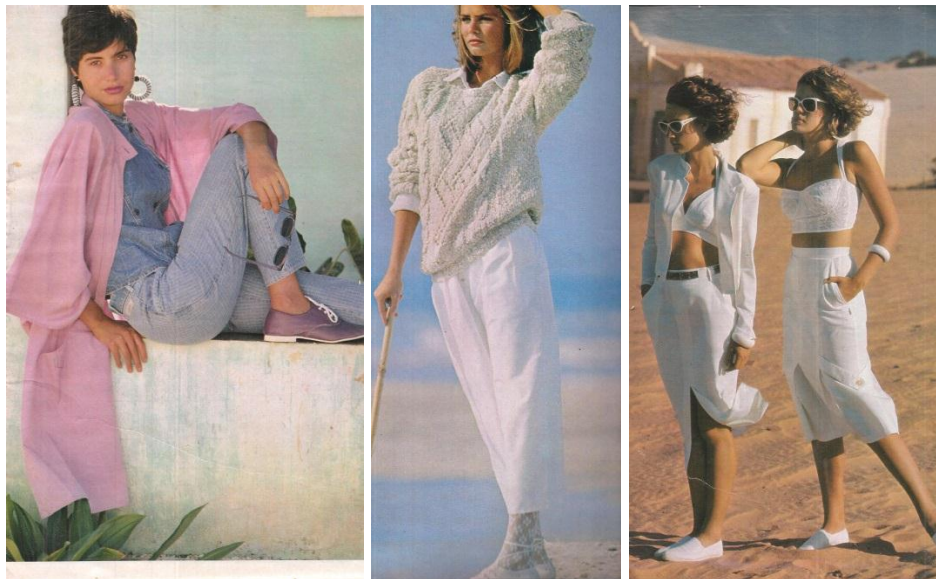


Fonte: Desfile: nº 128, maio de 1980 e n.139, Abril de 1981.

Pode-se perceber que as ombreiras e os aspectos de masculinização estavam presentes também nas roupas que retravam momentos de lazer, ultrapassando os limites do trabalho, conforme a Figura 2 expõe. Notam-se elementos do universo masculino nos editoriais abaixo, tais como o corte de cabelo, camisas e sapato Oxford. As ombreiras se fazem presentes nos três momentos apresentados pela Figura 2, indicando a importância desse aspecto para a época. Para Perez e Curcino (2013), ao fazer uso das ombreiras, o corpo feminino recriou-se: uma linha reta e prolongada na altura dos ombros

atribuiu um novo significado para esse corpo, rememorando o formato corporal masculino, a virilidade e, conseqüentemente, o poder. Essa nova silhueta, se não possibilitou que a mulher se posicionasse de maneira mais efetiva em esferas sociais antes dominadas pelos homens, ao menos sinalizou essa mudança, permitindo às mesmas a autenticação de sua presença nestes lugares (PEREZ e CURCINO, 2013).

Figura 2: Momentos de lazer



Fonte: Desfile, n.º 181, Outubro de 1984

Nessa mesma perspectiva, a Figura 3 revista *Desfile*, do mês de Janeiro de 1987, apresentou um editorial denominado “Férias na cidade”, sob a seguinte descrição: “*clima de férias, sem perder um certo ar de sofisticação. Curtir o movimento da cidade, mas com outros olhos. Sentir-se livre das obrigações e dos horários a cumprir*”. O indicativo nome do editorial “Férias na cidade” cria uma interessante contraposição de valores. Ao mesmo tempo em que as férias e a ideia do lazer marcam o distanciamento do ambiente de trabalho, a localização “cidade” sugere a aproximação com o universo laboral. Ao se apropriar de informações comumente associadas ao universo masculino, aqui expressos pelo corte de cabelo, ombros marcados pela ombreira, posicionamento da modelo ao fotografar (sozinha, sentada em uma mesa de bar), a presença do jornal (literatura comum associada ao masculino); a Figura 3 distancia a mulher dos elementos que compõe seu papel idealizado atrelado ao lar e aos filhos. Butler (1993) citado por Rainho (2014), observou que a construção de gênero não se faz presente apenas pela reiteração, mas também pela exclusão; assim, o editorial sugere que se reconheça a alternatividade da performance como proposta para romper com representações engessadas. Contudo, a necessidade de reiterar a existência de características femininas, que podemos notar, por exemplo a necessidade de apresentar um modo de se vestir, sendo a moda em si mesma um espaço

de construção da feminilidade, afirma a existência papéis sociais a serem representados.

Figura 3: Férias na Cidade



Fonte: Desfile, nº 208, Janeiro de 1987.

As figuras 4 e 5 também ilustram a mulher da década de 80 do século XX, a qual se mostra segura de si, imitando cortes de cabelos e incorporando elementos do guarda roupa masculino à silhueta feminina, de certa forma a fim de se impor na sociedade.

Figura 4: Masculino/Feminino



Fonte: Desfile, nº 191, 1985

Figura 5: As novas peças clássicas



Fonte: Desfile, n.º 225, Junho 1988

Na extrema direita da Figura 4, nota-se a utilização do verbete “Masculino/Feminino”, que segundo o editorial é representado por “*sobriedade no corte e nas cores inspirado no guarda roupa masculino. A sisudez é quebrada por detalhes nitidamente femininos*”. Tal trecho demonstra a valorização dos aspectos masculinos no traje da mulher de forma a fornecer a caracterização desejada pela mulher da década.

A aproximação visual feminino/masculino também pode ser observada na Figura 6, com apresentação de um *look* feminino demasiadamente influenciado pelo universo masculino. Vestir-se como homem foi a maneira que a mulher da década de 1980 buscou para ocupar cargos até então, exclusivamente masculinos. Para Barnard (2003) citado por Bitares (2011), vestir-se como homem é uma forma de reversão, e tem por objetivo permitir que as mulheres demonstrem que possuem o que até então era visto como qualidades e habilidades masculinas, mas cuja expressão havia sido denegada pelos códigos, dominados pelos homens, de moda.

Figura 6: Visual unisex



Fonte: Desfile, n.º 225, Junho de 1988

A Figura 6 foi extraída de um editorial cujo título fazia menção a momentos de amor: “Namorar: esquecer de tudo. Uma maravilhosa viagem a dois”. O título do editorial reitera a tese que vestir-se como homem, não se limitava ao ambiente laboral da mulher. Segundo Butler (1993) citado por Rainho (2014), é na repetição do discurso e dos atos corporais que se encontram normatizadas as identidades de gênero que servem como forma de naturalizar uma hegemonia. Entretanto, a performance é capaz de contestar esse ideal onde oferece meios alternativos de se representar masculinidade e feminilidade. A presença de ombreiras na moda dos anos oitenta é uma interessante apropriação performática que empresta características culturalmente ligadas ao masculino, como independência, força, capacidade às usuárias mulheres. No entanto, é comum encontrarmos tanto a proposta da performance que subverte os papéis de gênero quanto a reiteração de atributos historicamente reconhecidos como femininos.

Na Figura 7, presente no editorial “As cores da sorte”, de Dezembro de 1986, apresentou sugestões de roupas para as festividades de ano novo; os ombros marcados continuam presentes, ainda que fora do ambiente de trabalho, o que indica uma necessidade de afirmar-se em outros aspectos da vida. A cor vermelha e o corte em “v” da saia evocam uma sexualidade latente, a associação do editorial da cor vermelha às palavras “força e paixão” reiteram tanto esse índice quanto conferem o adjetivo normalmente associado ao homem, força, a uma composição de vestimenta feminina.

Figura 7: As cores da sorte



Fonte: Desfile, nº 207, Dezembro 1986

A forma como a modelo posiciona as mãos para segurar objetos, no caso, bolsa, evoca um dos repertórios mais associados à mulher, o toque feminino. Segundo Goffman (1979) citado por Rainho (2014), nas fotografias publicitárias as mulheres aparecem com frequência usando as mãos para destacar um objeto. Muito mais do que os homens em editoriais de publicitário, esse toque feminino é um distintivo do contato utilitário da manipulação simples. A ideia associada é que o corpo e todo o arsenal de adjetivos associados ao feminino fazem com que a mulher figure como um auxiliar na criação do desejo de consumo muito mais do que o homem.

Para Perez e Curcino (2013), a masculinização do corpo feminino foi rapidamente absorvida pelos estilistas e pelas grandes marcas e as imagens que ligavam o poder ao uso de roupas com ombreiras começaram a emergir nos mais variados meios (PEREZ; CURCINO, 2013). A figura 8 apresenta a exacerbação desse conceito pelo estilista francês Pierre Cardin.

Figura 8: O estilo de Paris



Fonte: Desfile, nº 238, Julho de 1989

Na figura acima, embora os ombros sejam exageradamente marcados e estruturados, com uma lapela também extravagante e de cor sóbria, a composição não demonstra estranheza à ideia de feminilidade. O enfoque dimensional do ombro contrasta fortemente com atributos notadamente conhecidos como femininos: maquiagem suave, batom vermelho e os brincos. Ao mesmo tempo, a pose da mulher valoriza os ombros e pode ser comparada com a postura de Henrique XVIII, recorrentemente encontrada em seus retratos. Na Renascença, o antropocentrismo valorizou a imagem do ser humano e dos atributos de virilidade. O uso de ombreiras e a pose da modelo fotografada na Desfile imprimem a noção de performance masculina, ao mesmo tempo que o blazer de Cardin realça a cintura da mulher, dando ares de feminilidade.

A intensa masculinização dos trajes da mulher nessa década influenciou até mesmo o mais tradicional deles: o vestido de noiva, que carrega fortes heranças culturais. Para Worsley (2010), o vestido de noiva, diferente de outro traje social de luxo preparado para ocasiões especiais, tem um significado relevante para vida das mulheres. Ele resgata pedaços da cultura da religiosidade e da história da humanidade. “Muito provavelmente o vestido de noiva será roupa mais cara que uma mulher irá vestir na vida – e, acredita-se terá usado apenas uma vez. Seu noivo nunca a viu vestir algo parecido e provavelmente nunca verá de novo.” (WORSLEY, 2010 p. 12).

Nas figuras 9 e 10 a revista propõe adoção de duas peças para a vestimenta matrimonial e apresenta diversas sugestões que fogem ao tradicionalismo da ocasião beirando a subversividade. Na Figura 09, o editorial “Cenas de um casamento”, constata: *“ultimamente tem surgido na moda para casamentos modelos mais simples que podem ser perfeitamente utilizados após a cerimônia para jantares e festas. Essas sugestões são indicadas para*

noivinhas mais modernas e práticas”. Ao ligar trajes masculinos a aspectos de modernidade, o editorial da Desfile apresenta o incompatível para o papel que o vestido de noiva deve representar: ser único, ligado ao sagrado, indissolúvel como o próprio matrimônio, símbolo máximo de feminilidade, pureza e requinte; não sendo adequado sua reutilização ou incorporação de tendências de moda, modernidades ou aspectos de praticidade.

Figura 9: Cenas de um casamento: duas peças em jogo.

Figura 10: A alegre Primavera das Noivas.



Fonte: Desfile, nº 139, Abril de 1981
 Fonte: Desfile, nº 181, Outubro de 1984

Muito embora a questão da cor não seja abordada – o branco aparece como imperativo em todas as sugestões – a existência de uma demanda inovadora na indumentária matrimonial surpreende por questionar as imposições do vestir nessa cerimônia. Segundo Moraes (2006), as revistas femininas em geral constituem uma instância discursiva que exerce forte influência na vida da mulher. Ao mesmo tempo em que elas retratam o papel que a mulher desempenha na sociedade, elas ajudam a moldar esse papel, transmitindo ideologias e contribuindo para a manutenção de certas relações hegemônicas, reafirmando antigos costumes.

De forma geral, os termos “sophistication”, “seriedade” e “sobriedade” estiveram presentes na maioria dos editoriais. Além disso, os tecidos compostos por linho foram mencionados repetidamente nas peças apresentadas pelos editoriais analisados, a exemplo da Figura 11. Ambos os aspectos reforçam a influência *yuppie* na estética de moda da década de 1980.

Figura 11: Linho chique



Fonte: Desfile, nº 225, Junho de 1988

Para Braga (2007), os yuppies tinham uma forma particular de se vestirem de maneira correta e “arrumadinha”, todavia, privilegiando o que era chique e sofisticado para aquele momento. Roupas de linho e crepe passaram a ser as preferidas pelos dois sexos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As ombreiras - desde sua origem, na utilização como elemento protetor dos ombros nas fardas militares, perpassando pelo Renascimento, onde assumiu função de valorização dos aspectos de virilidade e masculinidade difundidos pelo antropocentrismo, até a década de 1980, onde esse acessório influenciou o guarda roupa feminino – tem desempenhado papéis ligados ao masculino.

Na década de 80 do século XX, as ombreiras contribuíram de forma significativa para construção de uma imagem feminina atrelada a emancipação e na ocupação, pela mulher, de cargos gerenciais. Ao utilizar desse acessório para se aproximar do corpo masculino, a mulher carregou pra si, símbolos de poder e autoridade, no intuito de competir com o homem, em nível de igualdade, no mercado de trabalho. Ao mesmo tempo, nota-se a perpetuação desse visual também nos momentos de festividades, lazer e até no enlace matrimonial, o que reitera a necessidade da se firmar em sua sociedade, para além do ambiente laboral.

Destaca-se ainda o papel importante das revistas de moda feminina. O valor documental de uma imagem de moda relaciona-se não apenas com o aspecto descritivo do comportamento e dos valores atribuídos a uma determinada sociedade e seu contexto, como também atesta a forma como a veiculação de discursos, suas particularidades e objetivos são construídos dentro dessa sociedade.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, D. C.; LEORATTO, D. Alterações da silhueta feminina: a influência da moda. **Rev. Bras. Ciênc. Esporte**, vol.35, n.3 Porto Alegre July/Sept. 2013.

BITARÃES, K. Comunicação e moda na revista *Claudia* nos anos 80. **Monografia** [Curso de Comunicação Social/Jornalismo]. Viçosa: Universidade Federal de Viçosa. 2011.

BRAGA, J. **Reflexões sobre moda**: volume I. 2. ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

_____. **História da moda: uma narrativa**, 6 ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007.

BRAGA, J.; PRADO, A. L. **História da Moda no Brasil**: das influências às autorreferências. Pyxis Editorial. 2011.642 p.

BRUSCHINI, C. 2009. **Mulheres, Trabalho e Família**. Disponível em: <<http://www.fcc.org.br/bdmulheres/serie2.php?area=series>>. Acessado em: 20 nov. 2015.

JOAQUIM, J. T.; MESQUITA, C. Rupturas do vestir: articulações entre moda e feminismo. **Revista DAPesquisa**, n 8. Agosto de 2010 a Julho de 2011.

PEREZ, L. CURCINO, L. Construindo ombros fortes: A roupa ressignificando o corpo feminino. **Revista Rua**, n 19, vol. 2. Campinas, nov. 2013.

LAVER, James. 1989. **A Roupas e a Moda: uma história concisa**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MENDES, Valerie; HAYE Amy de la. **A Moda do Século XX**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

MORAIS et al. **Revista Claudia e o Conceito de Independência Feminina**. Intercom Júnior. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação 24. Anais do 2006, Brasília.

MOUTINHO, M. R.; VALENÇA, M.T. **A moda no século XX**. Rio de Janeiro: SENAC, 2000.

ONODERA, Lucy. **Almanaque da Mulher**: O universo feminino dos anos 80, 90 e 2000. São Paulo: Editora Saraiva, 2011.

RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. **Moda e Revolução nos anos 1960**. Rio de Janeiro : Contra Capa, 2014

RIELLO, Giorgio. **História da moda**: da Idade Média aos nossos dias. Tradução de Carlos Aboim de Brito. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2012.

SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. **Cadernos da Comunicação. Série Memória/Mulheres em Revista**. Junho de 2002.

STEFANELO, C. M.; CASTILHOS, D. Mulheres e revista: transformações femininas e da moda evidenciadas por Elle Brasil. **COLÓQUIO DE MODA**, 8. **Anais do ...** . Rio de Janeiro – RJ Setembro de 2012.



REVISTA ELETRÔNICA DE MODA.

volume 4 • número 1 • janeiro/agosto de 2016

WORSLEY, Harriet. **O vestido de noiva.** Inspiração fashion para noivas e estilistas. Tradução: Dafne Melo. São Paulo: Publifolha, 2010.

ISSN 2318-5724

Achiote.com	Belo Horizonte	v.4	n.1	p. 1 a 81	2016
-------------	----------------	-----	-----	-----------	------