



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

Rodrigo Rui Simão de Medeiros

Descosturando tramas: a “revolução” no campo da moda e seus desdobramentos
no Brasil (1960 – 1969)

Florianópolis

2024

Rodrigo Rui Simão de Medeiros

**Descosturando tramas: a “revolução” no campo da moda e seus desdobramentos
no Brasil (1960 – 1969)**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em História do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em História.

Orientadora: Dra. Daniela Queiroz Campos

Florianópolis

2024

Medeiros, Rodrigo Rui Simão de
Descosturando tramas : a "revolução" no campo da moda e seus
desdobramentos no Brasil (1960 - 1969) / Rodrigo Rui Simão de
Medeiros ; orientadora, Daniela Queiroz Campos, 2024.
142 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de
Pós-Graduação em História, Florianópolis, 2024.

Inclui referências.

1. História. 2. História. 3. Moda no Brasil. 4. Imagem. 5.
Imprensa. I. Campos, Daniela Queiroz. II. Universidade Federal
de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em História. III.
Título.

Rodrigo Rui Simão de Medeiros

**Descosturando tramas: a “revolução” no campo da moda e seus desdobramentos no Brasil
(1960 – 1969)**

O presente trabalho em nível de mestrado foi avaliado e aprovado por banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Profa. Dra. Daniela Queiroz Campos
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Profa. Dra. Daniela Novelli
Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)

Profa. Dra. Joana Bosak
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Certificamos que esta é a versão original e final do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de mestre em História atribuído pelo Programa de Pós-graduação em História da Universidade Federal de Santa Catarina.

Coordenação do Programa de Pós-graduação em História

Profa. Dra. Daniela Queiroz Campos
Orientadora

Florianópolis

2024

Dedico este trabalho a todos os pesquisadores dos estudos de moda, que com suas contribuições me auxiliaram a contribuir mais um pouco para este campo. Como também dedico à minha família e amigos, que são muitos para listar aqui...

AGRADECIMENTOS

Agradeço a quem contribuiu direta ou indiretamente para este trabalho ser desenhado e costurado como está aqui.

À minha família, que me incentivou a persistir nos estudos, e encontrar na educação uma forma de crescimento, pessoal e coletivo.

À minha orientadora, Daniela Queiróz Campos, que com sua paciência, simpatia e inteligência, me acolheu como orientando, me fazendo enxergar um novo mundo a partir da História da Arte. Sou um pesquisador melhor após estes mais de dois anos de orientação.

Ao meu querido amigo, Victor Figols, que por horas me escuta falando das novas ideias para a pesquisa, me ajuda a formular os pensamentos e me apoia em novas aventuras.

À André Massabki, que pacientemente revisou os meus textos e me deu conselhos para a escrita.

Ao Grupo de Pesquisa em História da Arte e Cultura de Moda da UFRGS, com sua diversidade de pesquisadores, contribuiu e acolheu o meu trabalho desde o seu embrião.

À professora Joana Bosak, coordenadora do Grupo de Pesquisa em História da Arte e Cultura de Moda. Inteligente, sagaz, e acolhedora, contribuiu diretamente para o desenrolar desta pesquisa.

À Daniela Novelli, que com seu conhecimento em História da moda, me rendeu boas reflexões desde a qualificação desta dissertação.

Agradeço à Universidade Federal de Santa Catarina e ao Programa de Pós-graduação em História, que me permitiram desenvolver a minha pesquisa em uma das melhores universidades do país.

Também agradeço aos meus amigos: Arthur Ebert, Clara Alves, Jonathan Santana, Judson Caetano, Luiz Melo, Mateus Araújo, Olga Cabral, Rodrigo dos Anjos, Vinicius Junqueira. Vocês foram e são importantes para mim.

O novo é uma qualidade independente do valor de uso da mercadoria. É a origem da aparência que pertence de modo inalienável às imagens produzidas pelo inconsciente coletivo. É a quintessência da falsa consciência cujo agente infalível é a moda. Essa aparência do novo reflete, como um espelho no outro, na aparência da repetição do sempre-igual. O produto dessa reflexão é a fantasmagoria da “história cultural”, em que a burguesia saboreia sua falsa consciência. (BENJAMIN, 2009, p. 48).

RESUMO

Pensando a moda como um objeto de estudos que nos proporciona abertura para pensar conflitos sociais e políticos, economia, arte e cultura, a presente dissertação pretende-se como uma análise da moda no Brasil no período das décadas de 1960 e 1970. A partir da revista *A Cigarra* e do jornal *Diário de Pernambuco*, analisarei de que modo a moda foi recepcionada, difundida e incorporada em nosso país à época, especialmente pensando a partir de Recife – PE e São Paulo - SP. Articulando temas transversais como o estudo do corpo e das artes, pensarei a relação destes com a moda, dando destaque às décadas aqui abordadas. Assim sendo, esta dissertação é um estudo sobre o campo da moda que se consolidava neste momento, assim como a análise da recepção da moda entendida como “revolucionária”, influenciada pelos movimentos sociais e culturais da época, com o foco em Recife e de São Paulo e seus respectivos impressos.

Palavras-chave: História; Moda no Brasil; Imagem; Imprensa; Recife; São Paulo.

ABSTRACT

Viewing fashion as a subject of study that provides us with an opportunity to contemplate social and political conflicts, economics, art, and culture, this dissertation aims to serve as an analysis of fashion in Brazil during the 1960s and 1970s. Through an examination of the A Cigarra magazine and the Diário de Pernambuco newspaper, I will analyze how fashion was received, disseminated, and embraced in our country at that time, with a particular focus on Recife - PE and São Paulo - SP. By interconnecting cross-cutting themes such as the study of the body and the arts, I will explore their relationship with fashion, emphasizing the decades under consideration. Therefore, this dissertation constitutes a study of the fashion field that was taking shape during this period, as well as an analysis of the reception of fashion, perceived as "revolutionary" and influenced by the social and cultural movements of the time, with a focus on Recife and São Paulo and their respective publications.

Keywords: History; Fashion in Brazil; Image; Press. Recife; São Paulo.

LISTA DE IMAGENS

Figura 1.....	28
Figura 2.....	35
Figura 3.....	46
Figura 4.....	46
Figura 5.....	46
Figura 6.....	50
Figura 7.....	50
Figura 8.....	64
Figura 9.....	64
Figura 10.....	65
Figura 11.....	66
Figura 12.....	67
Figura 13.....	68
Figura 14.....	69
Figura 15.....	69
Figura 16.....	70
Figura 17.....	71
Figura 18.....	71
Figura 19.....	73
Figura 20.....	80
Figura 21.....	80
Figura 22.....	80
Figura 23.....	83
Figura 24.....	84
Figura 25.....	89
Figura 26.....	89
Figura 27.....	92
Figura 28.....	92
Figura 29.....	93
Figura 30.....	98
Figura 31.....	98
Figura 32.....	101

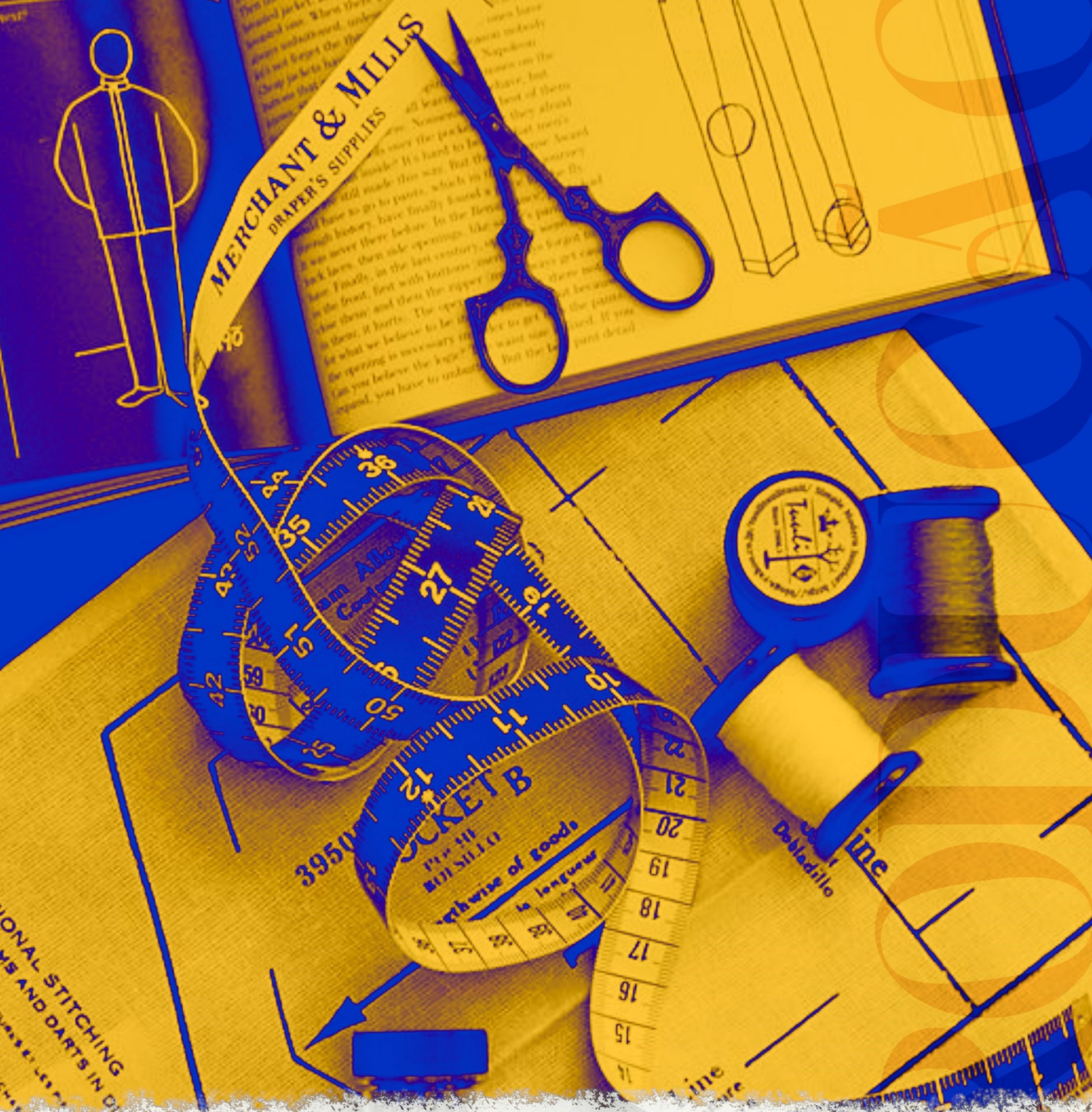
Figura 33.....	101
Figura 34.....	104
Figura 35.....	112
Figura 36.....	113
Figura 37.....	115
Figura 38.....	115
Figura 39.....	116
Figura 40.....	119
Figura 41.....	126
Figura 42.....	127
Figura 43.....	128

LISTA DE ABREVIACOES E SIGLAS

AI-5	Ato Institucional Número 5
BN	Biblioteca Nacional
FFLCH	Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas
LGBTQIA+	Lésbicas, gays, bissexuais, transgneros, <i>queer</i> , intersexuais, assexuais
MR-8	Movimento Revolucionário 8 de Outubro
PCB	Partido Comunista Brasileiro
PCdoB	Partido Comunista do Brasil
PE	Pernambuco
SP	São Paulo
UDESC	Universidade do Estado de Santa Catarina
UERN	Universidade do Estado do Rio Grande do Norte
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
USP	Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO ou <i>tecendo tramas efêmeras</i>	15
2	OS MODOS E A HISTÓRIA DA MODA	26
2.1	OS FIOS DA HISTÓRIA.....	27
2.2	TECIDOS ESCRITOS.....	37
2.3	COSTURANDO RUPTURAS.....	48
3	CORPOS COSTURADOS E PUBLICADOS	59
3.1.	UMA ÓRBITA DE CORPOS.....	60
3.1.1.	Costurando e publicando corpos	61
3.2.	A PADRONAGEM DE CORPOS.....	75
3.3.	O CORPO-ESPETÁCULO.....	87
3.3.1.	Um corpo fechado	88
3.3.2.	Um corpo aberto	90
4	VESTIDOS DE REVOLUÇÃO: O CORPO DESPIDO DE MODAS	95
4.1.	A NUDEZ DA MODA.....	97
4.2.	MODA CONTESTADA.....	110
4.2.1	Moda despida	111
4.3.	MODA INCORPORADA.....	123
4.3.1	O que vestirá a mulher nos próximos anos?.....	125
5	CONCLUSÃO ou <i>Descosturando tramas efêmeras</i>	130
6	REFERÊNCIAS	136



1. INTRODUÇÃO

ou *TECENDO TRAMAS EFÊMERAS*



GRAM FOR YOUR
WIDTH.
ON FABRIC FOLLOW
TOGETHER ALONG

1 INTRODUÇÃO ou *Tecendo tramas efêmeras*

Os fios se entrelaçam. Um a um são conduzidos na tecitura que dará origem a algo maior. Que é eterna, que não finda ao corte de uma tesoura, mas que é remendada em novos fios. Os fios se espalham, ganham diferentes direções. Mas eles compõem um todo maior. A tessitura das tramas do tecido ganha forma, é conduzida cada vez mais de maneira frenética. Quanto mais frenético o ritmo, mais possibilidades e remendos vão aparecendo no tecido. O tecido é esgarçado, manchado, danificado. Mas isso não significa o seu fim. Mais mãos compõem a tecelagem deste, mas mais mãos também o esgarçam, mancham e o danificam.

Esta é uma pesquisa que há alguns anos orbita a minha mente. Uma pesquisa sobre o tecido que é a moda, sobre as diferentes direções que o campo da moda toma e tem tomado ao longo dos séculos. Sobre o frenético ritmo da cadeia de produção ao qual este campo está submetido há décadas. Como também sobre a possível democratização e difusão desta em nosso país.

Há mais de quinhentos anos temos o nosso território explorado e o nosso povo escravizado, seja em um regime colonial, imperial ou na democracia liberal. Gostos artísticos, gastronômicos e vestimentares foram e são impostos a partir das classes dominantes, principalmente após a chegada da família real portuguesa durante o século XIX. Em um processo de “tornar civilizada” a terra que foi chamada de Brasil, a coroa portuguesa criou Universidades, museus, bibliotecas, entre outras instituições que cooperaram para uma europeização do nosso país.

Uma terra povoada por indígenas e pretos sequestrados de África? Uma terra bárbara, sem civilização, sem alma, sem arte, sem moda. Este seria um território que estaria longe da moral e ética europeia, longe da modernidade, da industrialização, do humano. Tragam para cá homens brancos, como também o racismo e a linha de cor, uma pitada de distinção entre as classes sociais, mais uma porção de desigualdade, e um punhado de exploração do homem – ser humano – pelo homem. Assim foi sendo formado o Brasil, um país no Sul Global, mas embebido de Europa.

O processo civilizador estava e ainda está em curso no Brasil, pensar essa sociedade a partir da Europa, como almejam as classes dominantes. A forma que nos portamos à mesa, o jeito de andar, a cordialidade – como bem estudou o historiador Sérgio Buarque de Holanda em sua obra *Raízes do Brasil* (1936) – o modo como nos apresentamos e nos vestimos em público. Uma sociedade racista, mas que esconde

que é racista, que é latino-americana, porém pensada à luz da Europa. A partir do sociólogo Norbert Elias em sua obra *O processo civilizador: uma história dos costumes* (2021), temos uma ideia de como este processo de tornar o Brasil uma exímia colônia europeia está em curso há décadas. Como explana o autor:

Mas se examinamos o que realmente constitui a função geral do conceito de civilização, e que qualidade comum leva todas essas várias atitudes e atividades humanas a serem descritas como civilizadas, partimos de uma descoberta muito simples: este conceito expressa a consciência que o Ocidente tem de si mesmo. Poderíamos até dizer: a consciência nacional. Ele resume tudo em que a sociedade ocidental dos últimos dois ou três séculos se julga superior a sociedades mais antigas ou a sociedades contemporâneas “mais primitivas”. Com essa palavra, a sociedade ocidental procura descrever o que lhe constitui o caráter especial e aquilo de que se orgulha: o nível de sua tecnologia, a natureza de suas maneiras, o desenvolvimento de sua cultura científica ou visão do mundo, e muito mais. (ELIAS, 2021, p. 23).

Para estas elites, o Brasil era um país bárbaro e precisaria ser colonizado com os “bons costumes” europeus, pois, para eles somente os seus gostos serviam, somente a sua arte era relevante, somente a sua moda era sofisticada. Foi criando-se, então, um Brasil que pensava a partir da Europa, que se vestia a partir da Europa, que fazia arte a partir da Europa. Alguns movimentos foram importantes para romper ou subverter este processo, como a Semana de Arte Moderna, que aconteceu em 1922 na cidade de São Paulo e se reflete nas produções artísticas brasileiras mesmo um centenário depois. Assim como também foi importante o tropicalismo, movimento artístico e cultural que será debatido também neste trabalho. Trabalho este que é uma continuação do meu percurso acadêmico na pesquisa histórica.

Começando minha trajetória de pesquisa já no início da graduação em História na Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN), em um projeto na área de História Social do Crime, percebi a importância da imprensa, seja em jornais ou revistas, para a análise histórica. Assim, cheguei ao campo de pesquisa da moda e do vestuário, uma área extensa, mas que no Brasil durante décadas não ganhou o devido reconhecimento. Pesquisar sobre moda não é reconstituir o que a nobreza usava e quais os signos eram importantes para eles, mas também é perceber o impacto social e cultural que a produção e difusão da moda e dos gostos vestimentares têm no tecido social.

Pensando nisso, concluí meu curso de graduação com uma pesquisa sobre os usos políticos que Zuzu Angel fez da moda, transformando-a em instrumento de resistência e de denúncia contra a Ditadura Civil-militar. Com o trabalho intitulado

Panos vermelhos, bandeiras de sangue: política e resistência na moda de Zuzu Angel (1966 – 1976), pensei a politização da vestimenta, para além do seu uso prático, que me fez refletir sobre a moda como um objeto que abre um leque de possibilidades, atravessando a História social, cultural, política, econômica, Sociologia, Antropologia, Artes Visuais, entre outras áreas que acabaram sendo importantes para a realização desta atual dissertação.

Minha pesquisa sobre moda não poderia parar ali, logo após iniciei os estudos no mestrado de História da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), que me faria aguçar a minha percepção na análise histórica, principalmente no âmbito da história da arte e nas áreas que a atravessam. Como integrante do Grupo de Pesquisa em História da Arte e Cultura de Moda da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), fui apresentado a novos debates que tomavam a moda e a arte como objeto de pesquisa, influenciando diretamente na execução deste presente trabalho.

Mas acho que já podemos iniciar aqui. Como pensarei a moda nesta pesquisa? Para mim, historiador que veio de uma universidade estadual de um estado que é periferia da região mais relegada do maior país da América Latina, não poderia pensar a moda de outro modo se não como um instrumento de distinção entre classes sociais, como um artifício das elites econômicas para perpetuar seus gostos e seus prazeres estéticos. As elites não pensam nas classes populares no processo criativo de novas tendências? Claro que sim! Pensam em novos modos de distinguir-se das classes subalternas.

Tecer um trabalho crítico sobre a moda é perceber os embates e as problemáticas envolvidas neste campo, sendo este um dos muitos pilares do capitalismo e do imperialismo há alguns séculos, a exemplo das navegações europeias em busca de matéria prima, assim como no impacto na vida dos indivíduos do século XXI, como a busca excessiva pela magreza. Não somente repetir o que alguns autores falaram sobre a moda é entender que estamos em um lugar social diferente do qual estes pesquisadores escreveram. Não estamos no centro econômico da Europa, mas sim em um país de capitalismo tardio, onde milhões de pessoas acordam sem saber o que vão comer naquele dia.

Dito isto, é relevante escrever um trabalho sobre moda? Moda é uma frivolidade das elites? Como defendeu o sociólogo Pierre Bourdieu em sua obra *Economia das Trocas Simbólicas* (2007), a moda como a conhecemos nasceu na Idade Moderna, nas cortes europeias, como um artifício da nobreza de distinção da

burguesia e das classes inferiores, ao passo que a burguesia utilizava das vestimentas para tentar equiparar-se a nobreza. Era um jogo dialético. Discordando de Bourdieu, analiso que a moda e a estética vestimentar não surgiu nesse período, mas sim um *campo* da moda europeia que viria a ditar através das classes dominantes o que seria ou não moda, a partir dos conceitos europeus. Como disse Elias (2021), “a sociedade ocidental procura descrever o que lhe constitui o caráter especial e aquilo de que se orgulha: o nível de *sua* tecnologia, a natureza de *suas* maneiras, o desenvolvimento de *sua* cultura científica ou visão do mundo, e muito mais. (ELIAS, 2021, p. 23). Os europeus, por meio da moda, perpetuaram suas ideologias políticas, suas visões artísticas, seus gostos dominantes.

No entanto, Bourdieu é importante para este trabalho quando ele teoriza que a moda é composta por um jogo dialético da distinção, que explicarei melhor no primeiro capítulo. Como também é fundamental para esta pesquisa a teoria dos campos, elaborada pelo sociólogo, e que me auxiliou a pensar a moda como um campo complexo formado por estilistas, empresários, imprensa, publicidade, entre outros componentes que fazem parte deste. Jourdain e Naulin (2011) nos trazem uma sucinta explicação do que seria a teoria dos campos em Bourdieu:

Segundo Pierre Bourdieu, o espaço social é constituído de uma pluralidade de campos sociais como o campo artístico, o campo econômico, o campo jornalístico, o campo político, o campo religioso, o campo escolar, ou ainda o campo esportivo. A Teoria dos Campos de Pierre Bourdieu consiste em colocar em evidência a similaridade de estrutura, e, portanto, de funcionamento, entre estes diferentes domínios da vida social. (JOURDAIN; NAULIN, 2011, p. 145)

Tal teoria me permitiu perceber a estrutura da moda, pensando-a para além do aspecto estético e visual, mas analisar sua influência através da política, do sistema capitalista, das artes. Este campo foi diretamente construído no Brasil sob o processo de torná-lo um país “civilizado” aos moldes europeus e sob a máxima da modernidade. Um país civilizado teria que ser concebido e construído através de uma modernidade, por si só eurocêntrica, se pensarmos a partir de autores como o peruano Aníbal Quijano e o argentino Walter Mignolo¹. Como pensou o antropólogo Nestor Cesar Canclini em sua obra *Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade* (2011), nas sociedades consideradas modernas o consumo é fundamental. Segundo

¹ Sobre este tema, ler o texto de Mignolo: MIGNOLO, Walter. Colonialidade: o lado mais escuro da modernidade. Revista Brasileira de Ciências Sociais, Vol. 32, N. 94, junho/2017.

ele, a teoria dos campos de Bourdieu é importante para destrinchar os gostos e saberes:

Observa que a formação de campos específicos do gosto e do saber; em que certos bens são valorizados por sua escassez e limitados a consumos exclusivos, serve para construir e renovar a distinção das elites. Em sociedades modernas e democráticas, onde não há superioridade de sangue nem títulos de nobreza, o consumo se torna uma área fundamental para instaurar e comunicar as diferenças. Ante a relativa democratização produzida ao massificar-se o acesso aos produtos, a burguesia precisa de âmbitos separados das urgências da vida prática, onde os objetos sejam organizados – como nos museus – por suas afinidades estilísticas e não por sua utilidade. (CANCLINI, 2011, p. 36 – 37).

A partir de Canclini analiso que o polo dominante do campo da moda parte quase sempre das elites, pensando modas para elas, a partir dos seus gostos dominantes. Desta forma, considero importante pesquisar sobre a moda a partir do Sul global para compreendermos as suas contradições, sua permanência através do ideário colonial que nos faz valorizarmos as culturas estrangeiras – especialmente europeias – e desvalorizarmos as produções que são feitas em nosso país.

Em minha visão a moda é um dos temas de maior potência e relevância para a análise histórica. No imaginário social, quando pensamos em uma época específica, pensamos rapidamente nas roupas referentes àquele período histórico, como os gigantescos vestidos da corte francesa, como também as minissaias predominantes na década de 60 do século XX. As roupas, as modas e seus valores estéticos compõem a história da humanidade, sendo importante para identificarmos regimes políticos, ideologias, movimentos sociais e culturais, ritmos musicais, e diferenças culturais entre sociedades. Mas, assim como a filósofa brasileira Ana Carolina Acom, em sua tese de doutorado, penso que a moda é um “campo que lida com momentos de ‘não-moda’; nas artes, nos adornos tribais, e em sua concepção histórica e museológica.” (ACOM, 2021, p. 21). Ou seja, penso a moda não como o pólo dominante do campo a constitui, mas pensando a moda no plural, com sua multiplicidade de modos de se fazer, vestir-se e adornar-se. Penso que também é importante para esta pesquisa o trabalho de Heloisa Helena de Oliveira Santos, que questiona o que seria a moda, e não somente um campo de criação ocidental:

A intervenção etnográfica nos estudos sobre moda problematiza este conceito e busca inserir os povos não ocidentais dentro de um sistema de produção do vestuário que antes era tido como apenas Ocidental. Em resumo, politiza-se o conceito de moda quando aplicado às análises

históricas, culturais e sociais sobre a moda, localizando os efeitos sociopolíticos de uma abordagem que busca afirmar não haver moda em sociedades fora do Ocidentais, onde incluímos o Brasil. (SANTOS, 2020, p. 179).

A escolha deste tema passou por vários momentos e sentimentos: 1) o amor pela moda, compreendendo-a como um importante instrumento de comunicação não-verbal do que somos ou do que queremos que pensem que somos; 2) o entendimento que a moda, assim como outros campos, é um complexo sistema que passa pelo luxo, pela democratização da arte e da cultura, da diversidade cultural, como ainda é braço da distinção entre as classes sociais, assim como é uma das indústrias que mais poluem o meio ambiente; 3) o ódio de classe, este que nos faz ter consciência de onde fazemos parte e de qual lugar social falamos. Sou um historiador brasileiro e latino-americano, de um continente fruto de exploração, estupros e saques praticados por quem é referência na moda até a atualidade. Assim sendo, não posso enxergar a moda somente pela ótica estética e comunicacional, mas também pelos problemas que fazem parte deste campo e de como este nos afeta diretamente. Desta forma, pensei em uma dissertação dividida em introdução, três capítulos e conclusão, que irão me auxiliar a contar a história destas tramas.

No capítulo que abre este trabalho, intitulado *Os modos da moda*, inicio o debate que vai atravessar as linhas deste trabalho: o que é a moda? Para dar o pontapé inicial começarei traçando um rápido panorama sobre a história da moda de forma global. Penso que é interessante iniciar deste modo para introduzir o leitor à pré-história da história que vou contar: o que aconteceu na moda antes dos anos 1960? É isto que tento elaborar no item que chamarei de *Os fios da história*, onde adentro nos fatos históricos que correspondem ao meu tema de pesquisa, assim como tento classificá-lo, pensando a partir de mais de um autor.

No item seguinte, que nomeei *Os tecidos escritos*, elaboro uma análise de alguns escritos que foram importantes para esta pesquisa, como os textos de Pierre Bourdieu sobre o campo da moda, assim como da socióloga Diana Crane, da historiadora Daniela Calanca, e também as reflexões de Walter Benjamin, como de outros pesquisadores importantes na área. Também é importante frisar o papel de pesquisadores latino americanos, especialmente brasileiros, nos estudos de moda. Dentre as principais figuras há a notória Gilda de Mello e Souza, que em 20 de junho de 1950, defendeu sua tese de doutorado no âmbito da Faculdade de Filosofia, Letras

e Ciências Humanas (FFLCH), da Universidade de São Paulo (USP), com o título *A moda no Século XIX*. Tendo escrito sua tese analisando o caráter classista, artístico e de gênero que a moda possui, anos antes da maioria dos nomes citados anteriormente publicarem seus escritos sobre o tema, Gilda de Mello e Souza foi pioneira nos estudos de moda em nosso país (PRADO, 2019, p. 3). Dito isto, importantes pesquisadores brasileiros e brasileiras que despontaram após este período, também deixaram suas contribuições, como Maria Rúbia Sant'Anna (*Teoria da Moda*, 2009), Maria do Carmo Rainha (*Moda e Revolução nos anos 1960*, 2014), Maria Claudia Bonadio (*Moda e Publicidade no Brasil nos anos 1960*, 2014), João Braga e Luís André do Prado (*História da Moda no Brasil*, 2011).

Podemos citar, também, o primeiro livro dedicado ao estudo da moda escrito em nosso país, a obra *Três Séculos de Moda*, escrito por João Affonso do Nascimento, publicado na cidade de Belém (PA), no ano de 1923. O livro apresenta a história da moda do começo do século XVII ao início do XX, sendo a obra pioneira que trabalha o tema no Brasil.

A moda, como veremos no primeiro capítulo, era pesquisada por poucos teóricos na área da História, se comparada a outros temas recorrentes, ganhando maior destaque na Sociologia, Artes Visuais e Filosofia. Porém, nos últimos anos esta tornou-se objeto de investigação para muitos historiadores e historiadoras, como eu, que veem na moda um tema profícuo de análise histórica, um caleidoscópio que nos abre um prisma de possibilidades de pesquisa. Além disso, neste item também trato sobre os impressos que vou trabalhar nesta dissertação, o jornal *Diário de Pernambuco* (1822 – atualmente), o jornal brasileiro há mais tempo em circulação, e a revista *A Cigarra* (1917 – 1975), impresso de grande circulação em São Paulo (SP) e em outros estados brasileiros, que divulgava as últimas modas, dicas culturais e eventos sociais. Estes dois impressos me auxiliaram na compreensão da moda da época, assim como a recepção e difusão destas, a partir das colunas e editoriais sobre o tema, como através das imagens de publicidade. Como bem observou a historiadora Tânia Regina de Luca, na obra *Fontes Históricas* (2005), a imprensa é um importante instrumento para compreendermos as problemáticas do período ditatorial brasileiro:

Não há como deixar de lado o espectro da censura. Em vários momentos, a imprensa foi silenciada, ainda que por vezes sua própria voz tenha colaborado para criar as condições que levaram ao amordaçamento. O papel desempenhado por jornais e revistas em regimes autoritários, como o Estado Novo e a ditadura militar, seja na condição difusor de propaganda política

favorável ao regime ou espaço que abrigou formas sutis de contestação, resistência e mesmo projetos alternativos, tem encontrado eco nas preocupações contemporâneas, inspiradas na renovação da abordagem do político. (LUCA, 2005, p. 129)

Prosseguindo na análise, elaborei o terceiro item deste capítulo, intitulado *Costurando rupturas*, no qual falo um pouco sobre os aspectos sociais, políticos e culturais que estavam em voga na década de 60 e na seguinte. Como poderemos observar, a moda também faz parte de um “espírito da época”, sendo influenciada cada vez mais pelo contexto na qual está inserida, sendo a década de 60 um momento fortuito de contestação social, lutas contra ditaduras, ebulição cultural. Desta forma, pensei o item como um importante meio para chegarmos a um dos objetivos desta pesquisa, qual o impacto do contexto social e cultural da época na produção e difusão de moda?

Com esta pergunta em mente chegamos ao segundo capítulo, que leva o título de *Corpos costurados e publicados*, sendo este um dos textos mais desafiadores que escrevi em minha trajetória acadêmica. Mas não podemos falar sobre moda sem falar sobre os corpos que esta reveste. Neste capítulo me debrucei nos estudos sobre o corpo, sendo ele vestido ou despido, começando pelo primeiro item *Uma órbita de corpos*, que apresenta um panorama geral sobre a relação do corpo com a fotografia de moda e a própria confecção das roupas, tomando como principal exemplo as produções de Schiaparelli, que usava corpos como ornamentos, e as fotografias de moda de Man Ray. Estas produções possuíam uma ligação com as artes de vanguarda da época, como o surrealismo e o dadaísmo. Por que, não pensar também nas formas do corpo adornado? Os indígenas, com suas pinturas que envolvem o corpo ou as mulheres do povo Karen, na Tailândia, com suas dezenas de colares para modificar o pescoço. Desta forma, elaborei uma análise a partir da relação destes corpos com a moda, que vai além do corpo humano vestido por uma roupa.

Em seguida, me aprofundo sobre os padrões impostos ao corpo humano, especialmente o feminino, no item *A padronagem de corpos*, que dá continuidade ao segundo capítulo desta dissertação. Quais corpos orbitavam as revistas de moda da época? O corpo branco, negro, magro, gordo? A partir de fotografias da modelo europeia Twiggy tracei algumas linhas sobre quais corpos estampavam as principais revistas da época, influenciando posteriormente em um novo padrão corporal. Diante disso, também abordo a estética do corpo militante: em uma época que os

movimentos sociais ganhavam destaque, era interessante para o campo da moda tomar esses corpos também para si, apropriando-se da estética comumente ligada à esquerda política. Nesse cenário, analiso que o campo da moda não estava alienado com relação às lutas políticas e sociais da época, pelo contrário, os olhos estavam atentos a estes movimentos.

No item que finaliza o capítulo, que nomeei como *O corpo espetáculo*, me aprofundo na análise dos corpos que eram publicados nos jornais e revistas, pensando a partir da revista brasileira *A Cigarra*. Este item, que foi fruto da disciplina *Teorias da Imagem*, ministrada por minha orientadora, a professora Daniela Queiróz Campos, é o elo que liga toda a costura da dissertação para chegar no terceiro e último capítulo. Neste item faço um estudo comparativo entre a representação dos corpos das modelos presentes na publicidade de moda da revista *A Cigarra* entre os anos de 1964 e 1970, pensando na diferença de poses, cenários e roupas.

No último capítulo, que chamarei de *Vestidos de revolução*, tem como principal foco a análise de fontes selecionadas para esta pesquisa, como imagens de publicidade de moda, editoriais e matérias referentes ao tema, presentes na revista *A Cigarra*, no jornal *Diário de Pernambuco* e algumas no *Correio da Manhã*. Ele pretende-se como o ponto central desta dissertação, na qual me proporei a pensar a “revolução” do campo da moda e seus desdobramentos em nosso país, pensando a partir de Recife e São Paulo, como dois importantes centros nacionais de importação e produção de bens simbólicos. Dito isto, dividi o capítulo em três itens: *Moda recepcionada*, *Moda contestada*, *Moda incorporada*.

No primeiro analisarei a recepção que esta imprensa teve com a moda que despontava na época, com o enfoque especial na minissaia e no monoquini. A moda da época estava despindo o corpo feminino, artistas como Gal Costa tensionavam o que seria a nudez “aceitável” e a repudiada pelos valores morais da época. Uma revolução sexual estava em curso, no Brasil e em dezenas de países do Ocidente e do Sul Global. Dito isto, esta “revolução” na moda despida foi recebida pela imprensa de forma positiva ou negativa? Os impressos que destrincharei tiveram opiniões convergentes ou divergentes?

Ainda nesta linha passo para o item seguinte, no qual foco nas opiniões contestadoras da imprensa, pensando nas falas negativas dos jornais e revistas. Desta forma, elaborei um subitem intitulado *Moda censurada*, no qual irei me debruçar sobre a análise do monoquíni, peça de moda-praia lançada no ano de 1964 e que

causou reações diversas na imprensa da época, assim como prisões de mulheres por portarem a peça, passeatas de movimentos conservadores para inibir a venda, entre outras formas de reações contrárias à nova moda do corpo despido.

Finalizando este capítulo, situo o item *Moda incorporada* em um campo da moda brasileiro que incorporou as novas tendências ao nosso país. A partir do antropólogo Néstor García Canclini percorro por um processo de *hibridação cultural*, conceito elaborado pelo autor em sua obra *Culturas híbridas* (2011), para pensar formas de hibridismo nas artes e na cultura atravessadas pelo capitalismo, globalização, como também pelo colonialismo na América Latina. Desta forma, analiso como esse processo pode ter ocorrido no campo da moda no Brasil no período estudado, que influencia até hoje nas produções deste campo.

Dito isto, aqui encerro esta introdução, e abrirei a cortina para o desenrolar dos fios que a partir daqui se seguem. Este trabalho, fruto de leituras, pesquisas e análises de fontes, me permitiu me aprofundar nos estudos de moda, percebendo esta como uma área diversa teórica e empiricamente falando. Dividida em três partes, esta dissertação percorre o caminho das artes, do corpo e da história da moda, pensando os entrelaçamentos possíveis entre estas peças, notando a importância do papel de cada uma nas tramas de tecido. Tramas, estas, que se constroem em alguns momentos como eternas, em outros como efêmeras, mas que estão sempre sendo costuradas, tecidas *ad infinitum*. Portanto, está na hora de analisarmos estes fios, e pensarmos em uma descostura destas tramas.



2. OS MODOS E A HISTÓRIA DA MODA



2. OS MODOS DA MODA

A moda contribui para redefinir identidades sociais ao atribuir constantemente novos significados aos artefatos (CRANE, 2013, p. 43).

De quais modos a moda é tecida? Tecida não no sentido literal da palavra, mas de que forma se deu sua construção histórica? Para iniciar uma dissertação de mestrado que tem como objeto focal a moda, penso que é necessário perguntar-se de que modo esta foi sendo tecida ao longo dos tempos e das histórias, neste entrecruzamento composto de rupturas e permanências, de um eterno cobiçar o futuro e almejar o passado.

Estudar a moda é também analisar o caráter eurocêntrico e ocidental que esta possui, inclusive nas pesquisas acadêmicas, que tomam a Europa – e principalmente a França – como o centro difusor de novas tendências, de beleza e estilo. Perceber que outros povos também possuíam valores estéticos, e de moda é entender a diversidade cultural que compõe as sociedades, e que não há somente uma forma europeia de materializar tais valores, mas diversos outros modos, que podem convergir e divergir conforme são executados. Desta maneira, neste item me debruçarei sobre a história da moda, e não somente uma europeia – ou europeizada – como também a que era tecida no Brasil, pensando em nosso país como um forte produtor de estilo.

Roupa para homens e para mulheres? Vestimenta como fator de distinção social? Moda como instrumento político? É sabido que uma roupa não serve somente ao papel de cobrir a nudez e proteger o corpo do frio ou calor, mas que os fios dos tecidos estão cobertos de signos, facultados pelos próprios humanos, do objetivo último que determinada roupa possuirá. Assim sendo, este primeiro capítulo objetiva-se em descosturar os fios da história da moda.

2.1 OS FIOS DA HISTÓRIA

Os *hippies*, com suas roupas coloridíssimas e um pouco sujas, estavam contestando a sociedade de consumo. Estavam propondo uma volta ao campo e à simplicidade. Mas logo viraram moda. Logo, todos passaram a usar roupas coloridas, muitos colares. A contestação também pode virar moda. O poder negro americano, protestando contra a dominação branca, resolveu não mais alisar os cabelos. Tentaram criar seus próprios padrões de beleza. Mas, também acabaram virando moda. Os costureiros lançaram a moda dos cabelos encaracolados, e todas as mulheres do mundo parram a fazer permanente no cabelo. A inspiração da moda passou a ser feita na

África. A sociedade de consumo tem suas maneiras de acabar com os protestos contra ela feitos. Em pouco tempo, os movimentos de contestação são incorporados e industrializados por essa sociedade (A CIGARRA, novembro de 1970, p. 18-19).

Com esta citação do editorial intitulado *Moda: um produto de maxi consumo*, presente na revista paulista *A Cigarra* (1914 – 1975) e escrito por Helena Maria Azevedo, iniciarei o enredo que atravessa as tramas de tecido da história da moda. Uma história permeada de distinções, mas também de coalizões, que veste o ser humano para o teatro da vida, enfeita as relações sociais, que deixa fraturas abertas no meio ambiente. A moda não possui vida própria, não é um espectro, assim sendo devemos tratá-la como um produto da cultura humana, manipulada pelos seres humanos, dotada de significados por nós fixados.

Figura 01 – Moda: um produto de maxi consumo (1970)



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional (BN)

A matéria publicada no mês de novembro de 1970 recheia seis páginas d'*A Cigarra*, trazendo para as leitoras e os leitores o conhecimento sobre a história da moda, ao passo que a autora da matéria tecia uma crítica ao mercado da moda como

também à sociedade do consumo, que em suas palavras: “a sociedade de consumo tem suas maneiras de acabar com os protestos contra ela feitos”, ou seja, ela subverteria as críticas a seu favor. A antimoda viraria moda, as vestimentas *hippies* entrariam para a lista de desejos, as revoluções se transformariam em estética de moda. Esta sociedade do consumo já estava sendo debatida e criticada por autores diversos, como o francês Guy Debord, que em 1967 lançou sua mais famosa obra, *A sociedade do espetáculo*, que tentaria dissecar a sociedade capitalista contemporânea, que penetra nos mais diversos espaços da nossa vida privada, nas artes, em nossas roupas, que atravessa a nossa existência.

É interessante pensarmos que a obra de Debord e o texto presente na revista eram contemporâneos, trazendo para o debate os rumos que o campo da moda estava tomando. Um campo que em meados da década de 60 e 70 pretendia-se como democratizado, no qual pessoas de classes distintas poderiam vestir-se com roupas parecidas, uma comprada em boutiques parisienses, outra adquirida em uma loja de departamento com uma fibra que não duraria muitos meses. Seria mesmo a moda democrática, como abordou o filósofo Lipovetsky em seus escritos? Seria mesmo ela um elo de classes sociais? Mas, *a priori*, o que seria o fenômeno social denominado como moda?

Quando o ser humano se cobriu com um pedaço de pele para proteger-se do frio, ele estava fazendo moda? Certamente não. A moda, como diversos constructos sociais, foi moldando-se através da história, ganhando novos signos, raízes, estruturas, e cristalizando-se como um sistema que interfere direta ou indiretamente na vida de uma quase totalidade da urbe ocidental.

Significado artístico, religioso ou somente estético, as vestimentas possuíam, e ainda possuem, formas distintas de adornar-se ao corpo humano nas diferentes sociedades. As inúmeras culturas ao longo da história construía relações diversas com as roupas e indumentárias que eram tecidas naquelas comunidades. Segundo o antropólogo Felix Keesing:

As teorias sobre a origem do vestuário têm acentuado variadamente os fatores de proteção, pudor, melhoria da aparência e identificação social. LOWIE (1940) mostra que a associação do *pudor* com o vestuário é provavelmente resultado do uso de roupas: muitos aborígenes australianos e povos da Terra do Fogo, por exemplo, habitualmente não usam roupa e o “pudor” para eles se manifesta por outros meios. Algumas roupas realmente sugerem uma origem na *proteção*, como as perneiras, as coberturas para a cabeça, as capas de chuva, os agasalhos para aquecimento. O *ornamento*,

também, pode ter aparecido em consequência de algum estímulo de prazer ou de estética: notaram-se coisas paralelas no comportamento de símios. Estudos antropológicos comparados fazem crer, porém, que a função mais universal do vestuário e do adorno é indicar o *status*. (KEESING, 1972, p. 315.)

Cobrir o corpo despido, esconder a vergonha, ostentar a ascensão social, demarcar fronteiras de classe, reforçar a *performance* de gênero. A roupa ao longo da história ocidental serviu e serve para tudo isto citado. Roupas estas que foram incorporadas ao sistema *moda*, que engloba uma complexidade envolvendo tendências sazonais, desfiles, divulgação de ideias que precisam ser aceitas pelo público para obterem sucesso, como também ocasionar o esquecimento da moda anterior, que será colocada no baú da história para futuramente ser repaginada e divulgada como uma nova moda, uma novidade.

Em vista disso, abre o precedente para a pergunta: quando a moda surgiu? Bom, alguns teóricos como o filósofo francês Gilles Lipovetsky (1987) afirmam que esta se constituiu na gênese da Idade Moderna, com o crescimento da burguesia e a intensificação dos modos de produção. No entanto, a moda era uma cultura unicamente dos países centrais da Europa? Certamente não, mas foi nesses países – a exemplo da França, Itália e Inglaterra – que ela se expandiu mais rapidamente e com maior força simbólica.

Desde o começo desse período, foi sendo tecido enquanto um sistema complexo que dita gostos, papéis de gênero e distinção social. Segundo os teóricos clássicos que estudamos em nossas graduações e pós-graduações, isto que chamamos de moda nasceu no âmbito da nobreza europeia, principalmente na francesa e italiana, que usavam do luxo e ostentação para sacralizar suas imagens e torná-las inalcançáveis. Como abordou o sociólogo francês Frédéric Godart em sua obra *Sociologia da moda*:

Como explica a historiadora americana Sarah-Grace Heller (2007), a moda, de acordo com a posição dominante de sua historiografia, surgiu “no Ocidente”, nas cortes de Borgonha ou da Itália, nos séculos XIV ou XV, mais especificamente durante o período chamado “Primeira Modernidade” (2007, p. 46), isto é, durante a Renascença. Essa posição é reencontrada na obra do historiador francês Fernand Braudel (1979), que vê a moda como um produto da emergência da modernidade na Europa.” (GODART, 2010, p. 21).

Pensar a palavra moda nos remete primeiramente a roupas, desfiles, vitrines, manequins e beleza. Já está no senso comum este seu principal significado e de como

ela está inserida em nosso dia a dia, direta ou indiretamente, seja nas classes mais altas, seja nas classes médias ou menos favorecidas. Como diz Calanca (2011, p. 13), “apesar de sua etimologia ser latina – vem de *modus* (modo, maneira), - entra no italiano em meados do século XVII como empréstimo do termo francês “*mode*”. E ela continua:

Além disso, o uso da palavra moda na Itália do século XVII é amplo e geral, e alude explicitamente ao caráter da mutabilidade e de busca de elegância por parte de uma classe privilegiada, no que diz respeito às roupas, às convenções sociais, aos objetos de decoração, aos modos de pensar, de escrever e de agir. (CALANCA, 2011, p. 13 – 14).

Deste modo, podemos analisar que a moda, em sua gênese, já correspondia a mais setores da vida do que somente ao vestuário. No entanto, este aspecto é o que mais se destaca, por seu caráter ostentatório de riqueza, principalmente quando o conceito do que viria ser a *moda* começou a sua difusão nos séculos XVII e XVIII, como um instrumento que serviria para expressar divisão de gênero, e essencialmente demarcar as fronteiras existentes entre as classes sociais, sendo desta maneira utilizada pela burguesia para mostrar de forma visual seus lugares na “pirâmide social”. Como abordou o sociólogo Godart (2010):

A moda, com a mudança regular do vestuário, vem a ser, portanto, uma composição social preponderante na burguesia e a dinâmica de ostentação de riquezas que ela cria, a fim de manter viva sua presença diante da aristocracia. O princípio fundador da moda é a “ostentação” (*conspicuity*), um termo introduzido no estudo da moda por Thorstein Veblen, economista americano de origem norueguesa (1899). A ostentação é a afirmação agonística, fundamentada na luta por posição econômica, *status* social ou inclusão cultural por meio de elementos visíveis e suscetíveis de serem interpretados por todos. (GODART, 2010, p. 23).

Assim a moda foi moldando-se como um sistema efêmero, de rápidas mudanças que acarretariam o irromper de novos desejos, em um constante movimento permeado pelo consumismo, mas também pela necessidade de diferenciação entre as classes sociais. O sociólogo alemão Georg Simmel, no começo do século XX, escreveu seu famoso artigo *Die Mode*, ou *A Moda* (1911). Nele, o autor analisava o sistema e moda da época, e como esta tornou-se um fenômeno de classes. Simmel destacou que a distinção se dava principalmente quando as classes altas criavam uma nova moda, e quando as classes populares conseguiam imitar estas roupas, já estava na hora de criar uma nova tendência. Este pensamento

difundiu-se em algumas áreas da Sociologia, e influenciou estudiosos como Pierre Bourdieu, que nomeou este fenômeno de dialética da distinção. Segundo Bourdieu:

A dialética da divulgação e da distinção dá conta, inteiramente, tanto do funcionamento do sistema quanto das mudanças incessantes que o caracterizam. De fato, um estilo deve mudar necessariamente quando já foi totalmente divulgado, uma vez que, se pretendo ser um signo distintivo, não pode universalizar-se sem que perca a significação, o “valor” que deriva de sua posição num sistema e de sua oposição aos outros elementos do sistema. (BOURDIEU, 2007, p. 19).

A dialética da divulgação e da distinção, segundo Bourdieu, seria o processo de criação de uma nova moda, ou tendência, a partir do topo da pirâmide social daquele período, que seriam os integrantes da nobreza europeia, principalmente da França e Itália. Assim sendo, esta nova moda sofreria um processo de difusão através da burguesia, que posteriormente culminaria em uma adaptação nas classes mais populares, ao passo que a nobreza já estaria criando um novo modo de vestir-se para não se igualar esteticamente a outras camadas sociais.

Desta forma, percebemos que a moda surgiu no âmbito da nobreza e posteriormente da burguesia, que procurava nas roupas uma forma alcançável de igualar-se esteticamente a nobreza. Como abordaram Braga e Prado “iniciou-se, assim, um processo de reinvenção dos modos de se vestir que passou a ser cíclico, sempre vindo de cima para baixo: partindo do topo da nobreza rumo aos burgueses. Esse fenômeno, com o tempo, ganhou o nome de moda.” (BRAGA; PRADO, 2011, p. 18). Dito isso, observamos que a moda está eminentemente atrelada à renovação de ciclos, quando investigamos que este sistema se pretende efêmero, para constantemente haver uma repaginada nas vestimentas, de acordo com autores como Walter Benjamin (1982), Pierre Bourdieu (2007) e Gilles Lipovetsky (2016).

Esta efemeridade da moda foi sendo constituída neste período, justamente com a ascensão da classe burguesa, que usava a vestimenta como um artifício de aproximação da nobreza, como nos revela a historiadora Daniela Calanca na sua obra *História Social da Moda* (2008): Desde que ela surgiu no Ocidente, no final da Idade Média, não tem um conteúdo específico. É um dispositivo social definido por uma temporalidade muito breve e por mudanças rápidas, que envolvem diferentes setores da vida coletiva (CALANCA, 2008, P. 13). Desta forma, a moda que hoje conhecemos ganhou suas principais características neste período que antecedeu a Revolução Francesa, nas cortes europeias mais proeminentes.

No entanto, estética e socialmente falando, como eram as vestimentas referentes à moda neste período? Como principal referencial usaremos a essencial obra do historiador James Laver intitulada *A roupa e a Moda* (1969), que é um dos principais guias nos estudos sobre indumentária e roupa publicados nas últimas décadas.

Quando falamos sobre a “capital da moda” na contemporaneidade, a França circunda o nosso imaginário, e isso se deu desde o século XVIII, quando a corte de Versalhes começou a ditar o que era de melhor ou pior no gosto vestimentar. Segundo Laver “O enorme prestígio da corte de Versalhes havia provocado, em toda a Europa, uma disposição de aceitar, em questões de moda e muito mais, o domínio da França. Daí em diante, roupas elegantes significavam, pelo menos para as classes altas, roupas francesas” (LAVÉR, 2003, p. 127).

Neste período, era importante tanto para as mulheres quanto para os homens das classes altas estarem dentro dos padrões vestimentares ditados pela nobreza. Pois como bem frisou a socióloga da moda Diana Crane em *A Moda e seu papel social* (2013) “o vestuário constitui uma indicação de como as pessoas, em diferentes épocas, veem sua posição nas estruturas sociais e negociam as fronteiras de *status*” (CRANE, 2013, p. 21). A negociação destas fronteiras de *status* também acabou se transformando em uma das principais características da moda naquele período, pois bem mostramos anteriormente a citação de Bourdieu afirmando que ela se constituiu a partir de uma dialética da distinção e da divulgação.

Na segunda metade do século XVIII as roupas foram ganhando formatos exagerados. Os saltos altos dos homens eram importantes, assim como as perucas suntuosas que classificavam poder, os calções bufantes que iam até o joelho prendidos por meias, geralmente brancas. Já as mulheres nobres e burguesas tinham que lidar com os corpetes que apertavam o corpo e sufocavam a respiração, arcos presos nas saias ampliavam para os lados o seu tamanho.

A necessidade de uma diferenciação entre as classes sociais, como podemos ver, ganha seu ápice durante este período, quando a crescente burguesia corria para igualar-se à nobreza. A corte, então, mudava as modas que seguia, como abordou Bourdieu, era uma dialética da divulgação e da distinção, em que esta possuía papel fundamental na criação de novas tendências, a partir do corte, dos tecidos, de novos acessórios, a altura do cabelo, o tamanho do salto.

Isto posto, a dialética da distinção atravessou as fronteiras do tempo da moda? Certamente podemos analisar que ela no século XX ainda funcionava a base das distinções entre as classes sociais. Esta moda de classes que se perpetuava desde o século XVIII encontra o seu período fértil em meados do XIX, quando é inaugurada a primeira casa de *Haute Couture*, ou simplesmente Alta-Costura, em Paris. Tal tendência visava fazer roupas de forma exclusiva para poucas clientes, com tecidos caros e raros, pedras preciosas, assim como um trabalho minucioso e manual. Esta exclusividade tornava a roupa um item mágico, dotado de uma aura simbólica que atraía os compradores que possuíam capital econômico suficiente para obter esta mercadoria rara. A alta-costura ainda dominava o setor da moda até a primeira metade do século XX, para posteriormente perder espaço comercial para o *prêt-à-porter*, ou ready-to-wear, setor da moda que fabricava roupas prontas para vestir, fabricadas em série, mas ainda sim com alto valor simbólico.

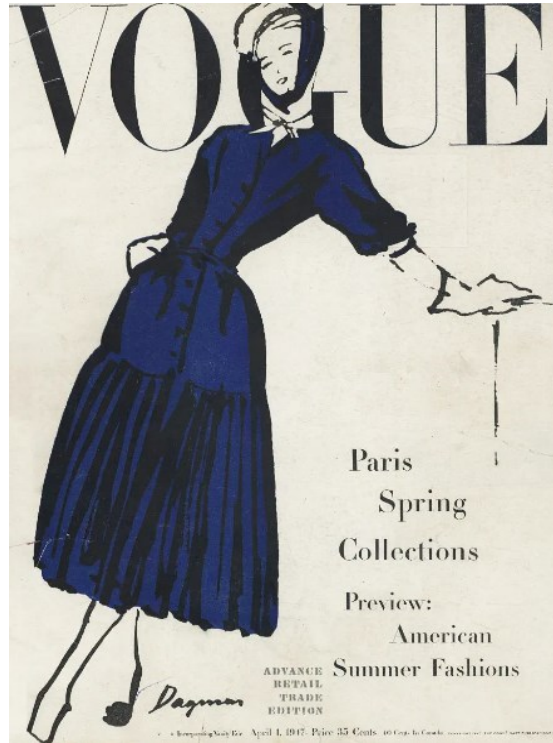
Até a atualidade a Alta-Costura ainda é um pequeno nicho da indústria da moda, que atende a poucos clientes, mas dita muitas das tendências que outras marcas e estilistas seguirão. O prestígio social criado em torno das roupas feitas manualmente pelo campo da *Haute Couture* reforça o valor simbólico no qual aquela vestimenta é imbuída, transformando-a em uma mercadoria que serve ao propósito de criar barreiras múltiplas entre as classes sociais, distinguindo-as. Grandes nomes se destacaram na moda de Alta-Costura na primeira metade do século XX, entre eles Coco Chanel.

Nascida em 1883, foi na primeira metade do século seguinte que a estilista ganhou prestígio. Fazendo roupas para moças independentes, ela foi importante para pensar uma vestimenta que permitisse à mulher trabalhar, sair para um jantar e mesmo assim continuar elegante. A bolsa transversal também foi um dos seus maiores sucessos, a silhueta das criações da estilista transitava entre o masculino e o feminino, assim como o vestido tubinho preto, que até a atualidade é conhecido como uma das principais criações da costureira, que viria a falecer em 1971. (ASSUNÇÃO, 2015, 197).

Esta silhueta sóbria na qual Coco Chanel pensava foi subvertida pelo estilista Christian Dior. Nascido em 1905, o costureiro fazia roupas para uma mulher elegante, da alta sociedade europeia. Depois da Segunda Guerra, após um longo racionamento têxtil na Europa, ele sentiu-se na necessidade de fazer roupas que usassem muito

tecido, que trouxessem de volta o romantismo da moda. Assim, foi criado o que ficaria conhecido como o *New Look* (Originalmente conhecido como *Corolle*), estampando a capa da revista *Vogue* em abril de 1947. (FILHO, 2015, p. 13).

Figura 02 – Capa da *Vogue*, abril de 1947



Fonte: *Vogue*

Retomando a silhueta clássica que era moda no século XIX, Dior fez sucesso com seu *new look*, que ia para o lado oposto da proposta da época, de roupas mais sóbrias, mais despojadas e que permitissem a mulher ter mais liberdade sobre os movimentos do próprio corpo. Logo outras marcas e estilistas copiaram o estilo, que apesar do “new” era uma reconstrução de antigas modas. Mas isso acabou proporcionando a Dior o império que a marca construiu nos anos seguintes, sendo ainda hoje uma das maiores referências no campo da moda ocidental.

Todo este panorama posto, podemos retornar para o editorial presente na revista *A Cigarra*. O texto, que ocupa algumas páginas, nos faz refletir sobre variados pontos presentes na produção, difusão e recepção da moda em nosso meio social. A autora afirma “estamos em plena sociedade de consumo. A utilidade das coisas já não tem muita importância. Ninguém compra uma roupa porque precisa cobrir o corpo. Compra, porque precisa estar por dentro, pela imagem que aquela roupa tem.” (A

CIGARRA, 1970, p.). É interessante vermos que o debate sobre a sociedade de consumo já estava em voga também no Brasil.

Essa sociedade do consumo, estudada e problematizada por teóricos como Guy Debord, atenuava seus contornos justamente no período estudado nesta dissertação, a década de 1960 e sua passagem para a década posterior. O crescimento da indústria automobilística, a difusão dos aparelhos televisores, a construção do primeiro *shopping center* no Brasil – o Iguatemi São Paulo foi inaugurado em 1966 – a profusão das lojas de departamento, o maior acesso da população a produtos, transformaram esta em uma década central para pensarmos o consumo no século XX.

Esta que também foi a década da profusão de imagens. Outdoors, capas de revista, *Vogue*, *Elle*, *Playboy*, *Harper's Bazaar*, cinema, televisão, editoriais de moda. Arte, beleza, desejo e moda se cruzavam e no entrelaçar desta dança contribuíam para o consumo e o consumismo. Como bem elaborou a editoralista da revista *A Cigarra* (1970): “é muito importante estar por dentro das coisas, estar participando. E uma das maneiras mais fáceis de participação é consumir. Consumir sempre.” (A CIGARRA, novembro de 1970, p.). Assim sendo, o consumo era a palavra do dia. Mas, para este consumo sempre estar em uma crescente, era necessário transformar os produtos em imagens/mercadorias efêmeras. O desejo pelo novo deveria estar sempre desperto nos indivíduos e na coletividade, desta forma a necessidade de mudança era constante.

As saias rodadas que chegavam até a região abaixo do joelho foram sucesso também nos anos 1950 e começo dos 60. A moda ainda era majoritariamente voltada para mulheres brancas, balzaquianas², das elites das cidades; as cores, os cortes, tudo era pensado para este público. Mas, quando isto começou a mudar? Quando houve o processo de diluição destas modas? Para entender melhor este processo usarei como referência alguns autores que abordaram o específico tema ou debates transversais que perpassam este impacto que a década de 1960 e a ditadura brasileira tiveram na produção e difusão das modas em nosso país. De que modo estas autoras e estes autores escreveram sobre essas modas?

² Expressão correspondente à mulheres acima da casa dos trinta anos de idade, sendo uma referência à obra de Honoré de Balzac (1799 – 1850) *A mulher de trinta anos* (1842).

2.2 TECIDOS ESCRITOS

Uma das pesquisas de maiores relevâncias neste campo foram as de Pierre Bourdieu, que estão presentes em algumas de suas obras, como *A Economia das Trocas Simbólicas* (1982), *O costureiro e sua grife* (1975), e em sua principal publicação *A Distinção: Crítica Social do Julgamento* (1979), nas quais ele analisa a moda como um forte instrumento para a distinção social, reparando que ela não é democrática, mas sim o inverso. Estes estudos também se reverberam nas pesquisas da socióloga da moda Diana Crane, que n' *A Moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas* (2000), aborda um estudo comparativo entre as tendências vestimentares operárias e burguesas de grandes cidades do século XIX, sendo elas Londres, Paris e Nova York, estudando-as também de uma perspectiva classista.

Quando Bourdieu escreveu *O costureiro e sua grife* e também *A Distinção*, o Ocidente, especialmente França, Inglaterra e Estados Unidos, passavam por mudanças sistemáticas nos modos de vestir. Como veremos mais adiante, as artes plásticas finalmente fortificavam suas relações com a moda, o juízo de padrão de beleza se transformava, as influências de novas tendências surgiam de diferentes direções. Assim, é interessante percebermos o cenário cultural e social no qual estava inserida a escrita do sociólogo, assim como de outros que escreviam e publicavam contemporaneamente.

Como refletiu Crane: “o vestuário constitui uma indicação de como as pessoas, em diferentes épocas, veem sua posição nas estruturas sociais e negociam as fronteiras de *status*” (CRANE, 2013, p. 21). É reforçado, então, o papel da moda em meio ao capitalismo. Entretanto, falar sobre o capitalismo a partir da segunda metade do século XX é pensar em uma estrutura que se enfeita de arte, moda e publicidade para dar uma falsa sensação de pertencimento e democratização. Neste estágio, há a impressão de que todos estão usando as mesmas roupas em todo o Ocidente global, ou que todos estão inseridos em um mesmo patamar social em razão do modelo que estão trajando. Mas, se considerarmos estudos como os de Bourdieu e Crane, percebemos que isto é uma maquiagem, pois analisando mais a fundo, as marcas e os bens simbólicos das vestimentas são levadas em conta para gerar uma maior distinção, o lugar social do seu portador também é levado em conta, entre outros fatores. Portanto, este sistema da moda constantemente reforça a distinção.

Além da distinção, a moda também é fortemente caracterizada pelo efêmero e pelo fetichismo da mercadoria. A cada mês, novas coleções de roupas, de produtos de beleza, de perfumes, acessórios, tomam conta das vitrines do capitalismo. Uma peça nova se torna ultrapassada depois de poucos meses, pois foi replicada a exaustão mundo afora. Como bem explicou Walter Benjamin: “as modas são um medicamento que deve compensar na escala coletiva os efeitos nefastos do esquecimento. Quanto mais efêmera é uma época, tanto mais ela se orienta na moda.” (BENJAMIN, 1982, p. 112). Este caráter efêmero foi se intensificando a partir do pós-Segunda Guerra, e principalmente em meados dos anos 60, quando a tendência do *prêt-à-porter*³ crescia, as lojas de departamento se expandiam e a indústria da moda se consolidava como uma das mais rentáveis do planeta, como também uma das mais poluentes⁴. Analisar a moda e seus desencadeamentos globais é de suma importância para pensarmos os seus impactos.

Assim sendo, neste trabalho abordarei autores da área de Artes, História, Sociologia, entre outras, para assim construir uma pesquisa que use mais de uma abordagem para analisar a produção e difusão da moda ao longo dos tempos. Para isso, penso que é importante destacar que a abordo como uma mercadoria dotada de poder e valor simbólico, circunscrita de uma fantasmagoria que atende ao papel da distinção entre as classes sociais. Também a analiso como um cruzamento de temporalidades, culturas e crenças, pois para a criação de uma nova moda ou tendência é necessário ter referências do passado concebendo uma ideia que será vestida no futuro. Desta forma, é interessante para mim construir esta escrita de forma não linear, mas como um produto de moda; que não se limita a uma cronologia, mas em si elabora uma encruzilhada de tempos.

O campo de pesquisa em História da moda é relativamente novo e vem se moldando mais fortemente dos anos 2000 em diante. Entretanto, as primeiras obras de destaque que a trabalhavam como objeto central de análise não eram de

³ Tipo de roupa comprada pronta em loja que segue as mesmas tendências da alta costura. Palavra francesa que significa “pronto para usar”. Foi criada no início da década de 1950. O equivalente do inglês é “*ready to wear*”. Palavra fruto da industrialização da moda (CRUZ, 2013).

⁴ Como diz Anne Anicet “é uma das indústrias que mais gera lixo, o que muitas vezes poderia ser evitado. Além desse descaso com a consciência ambiental na dispersão de lixo, inúmeras são as marcas de moda que seguem o ritmo da *fast fashion*, moda efêmera, de mudanças rápidas, seguindo tendências de moda, em alta escala produtiva, focada no consumo de massa, com roupas de baixa qualidade, muitas vezes, produzidas com trabalho escravo ou outro tipo de inconformidade. Sendo assim, as roupas são descartadas porque não têm durabilidade e por estarem ‘fora da moda’.”

historiadores, mas sim de sociólogos, economistas e críticos literários. Como é o caso da obra *Sistema da Moda*, de Roland Barthes, publicada em 1967, que abordou esse fenômeno dentro de uma estrutura complexa que perpassa a semiologia e a semântica. Sendo um dos clássicos mais conhecidos no estudo da moda, a obra *O Império do Efêmero*, do filósofo Gilles Lipovetsky, lançada em 1987, trouxe uma pesquisa sobremaneira aprofundada nesta área. Passando por filosofia, história e sociologia, o autor enfatizou o sistema de consumo que rodeia a moda, além de problematizar o fato dela constituir um objeto pouco pesquisado na academia, mais tarde refinando suas teorias e seu conceito de *hiperconsumo* na obra *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*, lançado em 2014.

Como podemos perceber, a quantidade de estudos que abordavam a moda e o vestuário eram escassos, internacional e nacionalmente. Contudo, a segunda metade dos anos 1980 é marcada pela chegada de traduções de obras acerca da história da moda ao Brasil, escritas por sociólogos, filósofos e historiadores estrangeiros, bem como o lançamento de livros nacionais, como *Modos de homem e modas de mulher* (FREYRE, 1986), escrito por Gilberto Freyre, que a estudou sem classificá-la somente como atributo de um gênero específico, como também abordando as mudanças ocorridas na época estudada. Outra obra de destaque, lançada em 1987, mas defendida como tese de doutorado em Sociologia na USP ainda nos anos 1950, chama-se *O espírito das roupas*, de Gilda de Mello e Souza (SOUZA, 2000), considerada um clássico e relevante para esta pesquisa.

A historiadora italiana Daniela Calanca publicou em 2008 uma das obras mais importantes para as pesquisas sobre o campo da moda: *História Social da Moda*, o livro traça um aprofundado panorama do surgimento e das transformações históricas pelas quais a indumentária e o vestuário passaram. A autora também discutiu a conceituação do objeto e como podemos trabalhar com ele. Calanca utilizou a palavra “caleidoscópio” para analisar a diversidade de significados da palavra “moda”, “assim como neste é possível percorrer uma multiplicidade de caminhos visuais” (CALANCA, 2011, p. 12). Igualmente é conceituado o que seria uma roupa, levando em conta que moda e roupa não são a mesma coisa; a pesquisadora diz que, quando nos vestimos, nós trabalhamos sobre a natureza, e que “a roupa, portanto, pode ser definida como a forma do corpo revestido e, a partir da definição, a moda, por sua vez, pode ser definida como uma linguagem do corpo.” (CALANCA, 2011, p. 19). Desse modo, ela

fez um trabalho profundo que pensa sobre a moda em seus diversos aspectos e segmentos, sendo de valorosa relevância para o arcabouço teórico desta pesquisa.

A vestimenta também foi trabalhada por Malcolm Barnard na obra *Moda e Comunicação* como um instrumento que tem como objetivo a comunicação entre pessoas. Como abordou o autor, “é por meio da roupa que uma pessoa tenciona comunicar suas mensagens a outra. A mensagem, assim, é uma intenção da pessoa e é isso que é transmitido pela roupa no processo de comunicação.” (BARNARD, 2003, p. 52). Entretanto, seria a moda somente um objeto de comunicação?

Este seu poder da comunicação é também abordado por Diana Crane em *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas* (2013), e *Ensaio sobre moda, arte e globalização cultural* (2011). Os dois livros se atentam em elaborar uma análise por meio de uma visão de classes, mas também sem esquecer o contexto cultural. Como frisou a autora: “o vestuário constitui uma indicação de como as pessoas, em diferentes épocas, veem sua posição nas estruturas sociais e negociam as fronteiras de *status*” (CRANE, 2013, p. 21).

Ainda abordando a visão de classe para entender os constructos socioculturais da moda, a historiadora brasileira Maria do Carmo Rainho construiu um relevante estudo que analisa a revolução desse fenômeno nos anos 60 por meio da visão do periódico *Correio da Manhã*. Trazendo um expressivo trabalho, a autora utilizou as classes sociais e suas relações como um ponto central para as pesquisas na área no Brasil. Segundo ela, quando nos propomos a abordar a moda e o vestuário como um objeto de estudo, isso “impõe que se ultrapasse a descrição das mudanças nas maneiras de vestir das camadas mais altas, buscando compreender amplamente como as práticas vestimentares se encadeiam com as outras práticas da sociedade, formando um todo cultural” (RAINHO, 2014, p. 25).

Este todo cultural, até meados dos anos 1960, significava o que a classe dominante definia como cultura. No entanto, nesta década estudada, tal classificação passou por um processo de ressignificação em alguns estudos, como ressaltou Terry Eagleton, que diz que “lá pelas décadas de 1960 e 1970, cultura também estava começando a significar filme, imagem, moda, estilo de vida, *marketing*, propaganda, mídia. Signos e espetáculos estavam se espalhando por toda a vida social.” (EAGLETON, 2014, p. 45). A moda encontrou na mídia um suporte, que serviria ao propósito de difusão dos gostos vestimentares. A cultura já havia sido estudada por

consideráveis autores, como Walter Benjamin, que também se debruçava em análises do que seriam História e a moda, com um caráter cíclico que estava sempre em busca do novo. Como ele abordou em *Passagens*, “uma perspectiva definitiva sobre a moda oferece-se apenas pela observação de como para cada geração aquela que a precedeu imediatamente parece ser o anti afrodisíaco mais radical que se possa conceber” (BENJAMIN, 1982, p. 97).

Foram e ainda são referência nas pesquisas sobre moda brasileira os trabalhos da historiadora Maria Cláudia Bonadio. Doutora em História pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), sua tese de doutoramento foi um aprofundado estudo sobre a Rhodia, empresa têxtil que teve o seu auge no Brasil nas décadas de 60 e 70, e sua influência na produção nacional. Também é importante citar a historiadora Maria Rúbia Sant’Anna, que em sua tese de doutorado defendida na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) no ano de 2005, fez uma pesquisa de fôlego sobre as relações de aparência, poder e moda na cidade de Florianópolis no mesmo período citado, tendo também lançado a importante obra *Teoria da Moda: sociedade, imagem e consumo* (2009).

Assim, além da moda, da estética e da classe, também é importante o debate sobre corpo, especialmente o da mulher – cisgênero –, que era, e ainda é, um objeto da moda. Este corpo feminino, constantemente levado a ser embranquecido, a ser cortado e retalhado pela medicina, envergonhado com suas estrias e excesso de peso, é fundamental para pensar a indústria da beleza que está fortemente atrelada ao campo da nossa pesquisa. Desta forma, utilizo alguns teóricos, como a historiadora brasileira Denise Bernuzzi de Sant’Anna, com *História da beleza no Brasil* (2014), e *História do corpo no Brasil* (2011), organizadas por Mary Del Priore e Marcia Amantino.

Uma das grandes referências para entender o corpo e suas múltiplas formas neste trabalho foi a professora pesquisadora Nízia Villaça, da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), que escreveu o trabalho *A edição do corpo: tecnociência, artes e moda* (2014). Na obra, a autora aborda sobre como o corpo, especialmente o feminino, foi tratado e representado ao longo da história, em diversos campos, como na Biologia, nas artes, na moda e publicidade. Com um estudo extenso sobre a relação do corpo com a moda e a representação deste na publicidade

de moda, a publicação nos ajuda a compreender sobre este corpo que é atravessado pelo discurso da beleza.

Ainda pensando o corpo e suas representações, Villaça escreveu com Fred Góes *Em nome do corpo* (2014), que também analisa os discursos construídos no e a partir do corpo. O corpo embebido de arte, atravessado pela ciência, cortado pela beleza, consumido pelo capital, o corpo da moda. Este corpo que pensa, fala, rebelase, mas que ao mesmo obedece, aliena-se perante ideias dominantes. Desta forma, este estudo nos auxilia em compreender de que forma o ser humano é trespassado pelo discurso da moda, ao passo que também resiste em certos momentos.

Outros autores que contribuíram aos estudos sobre corpo, beleza e também da sexualidade presente na moda, foram Denise Benuzzi de Sant'Anna, Daniela Queiróz Campos e Jean Baudrillard. Em seus escritos conseguimos compreender de que modo o corpo feminino é representado em revistas e jornais: ao passo que ele é exaltado, desejado e sexualizado, ele também é hostilizado e repudiado se envelhece ou se é desviante em relação ao ideal de beleza presente no momento histórico no qual ele está inserido. Outra importante pesquisadora da moda no Brasil é a socióloga Miqueli Michetti, que pesquisou o mercado mundial da moda, pensando a partir de Pierre Bourdieu.

Alguns conceitos serão de grande importância para o corpo teórico-metodológico desta pesquisa, como o conceito de moda trabalhado por Svendsen (2010), entendida como um mecanismo que se aplica a várias áreas e não somente às práticas vestimentares. Também será relevante trabalhar com os conceitos de distinção e campo em Bourdieu (2007) e poder simbólico (2010), importantes para compreendermos como ela é usada como instrumento de validação de uma classe social sobre outra e como o poder simbólico da mídia exerce um expressivo papel na difusão dos novos gostos vestimentares, assim movimentando a indústria da moda.

Seguindo nesta linha, pretendo trabalhar com a moda e o vestuário como elementos centrais da análise a partir da imprensa. Como o historiador Fernand Braudel escreveu, a história do vestuário “levanta todos os problemas, os das matérias-primas, dos processos de fabrico, dos custos de produção, da fixidez cultural, das modas, das hierarquias sociais” (BRAUDEL, 2005, p. 281). Se pensarmos o trabalho de um dos maiores teóricos da sociologia e economia, Karl Marx, a sua principal obra *O Capital* (1867), parte da análise da cadeia produtiva da indústria têxtil

na Inglaterra, e seus pormenores, para assim aprofundar a sua teoria do capital. Mediante o exposto, podemos entender que trabalhar com a história do vestuário e das modas é entender processos de constructos socioculturais, políticos e econômicos; transformando-se, então, a moda em um instrumento para a compreensão da nossa sociedade e dos processos históricos mais amplos.

Mesmo o Brasil sendo o país do mundo com mais cursos superiores de moda (BORGES, 2017, P. 116), as pesquisas acadêmicas no campo da História sobre a nossa indumentária são diversas, mas relativamente poucas, se comparadas a quantidade de pesquisas sobre outros temas; assim como muitos trabalhos analisam a história da nossa vestimenta de forma factual, como uma simples descrição de sua evolução. Como frisou o filósofo Gilles Lipovetsky, a moda “quase não aparece no questionamento teórico das cabeças pensantes.” (LIPOVETSKY, 1987, p. 9). Entretanto, este cenário tem se modificado aos poucos: “antes desvalorizada – associada à frivolidade, à superficialidade e ao consumismo –, a moda pôde se beneficiar dos rumos propalados pela Nova História Cultural” (GORBERG, 2019, p. 2). A quantidade de pesquisas sobre moda e seus temas correlatos têm crescido gradativamente nos últimos anos, como mostrou Maria Claudia Bonadio em seu estudo *A produção acadêmica sobre moda na pós-graduação stricto sensu no Brasil* (2010), no qual ela faz um apanhado das dissertações e teses, de variadas áreas do conhecimento, que usavam a moda como objeto de pesquisa.

A seguinte pesquisa tem como objetivo analisar o processo de ruptura – ou “revolução”, segundo os termos do campo– pelo qual a moda passou durante a década de 1960 e posteriormente na década de 1970, com suas inflexões no Brasil, tentando compreender sua importância global. No âmbito estético, ela sofreu algumas mudanças importantes, como o uso de calças pelas mulheres e o advento da minissaia, entretanto, no âmbito social, quais foram os impactos? Quais foram suas implicações no que diz respeito às distinções de classe, gênero e seus impactos na visão do corpo da moda? Desta forma, busco verificar e analisar essas transformações no Brasil, principalmente através do discurso da grande imprensa nacional do período. Trata-se de entender como se deu a recepção dos novos padrões vestimentares da moda, com suas apropriações e adaptações ao contexto brasileiro.

Assim, a principal pergunta que será feita para as fontes é a seguinte: como uma parte do Brasil recebeu e vestiu essa moda “revolucionária”? Para tentar uma resolução desta problemática, me atentarei em fazer uma análise dos discursos dos

dois impressos trabalhados acerca do assunto: *A Cigarra* (1914 – 1975), *Diário de Pernambuco* (1825 – atualmente); O contexto cultural, político e social que o país passava no período influenciou estas rupturas? Para isto, pretende-se fazer um exame das colunas de moda, principalmente entre os anos de 1964-1979, quando a Ditadura Civil-militar estava em vigor, para entender se a atmosfera repressiva influenciou na menor libertação do corpo, ou se a ebulição cultural da época desempenhou um papel maior, bem como fazer uma leitura bibliográfica das produções sobre o tema, para melhor responder estas perguntas; A moda dita “revolucionária” revestiu os corpos da classe popular, ou somente os corpos da classe média e da elite? Investigando as fotografias presentes nos impressos, imagens publicitárias, mas com ênfase nas colunas sociais, procura-se traçar uma revisitação dos espaços e corpos nos quais aquela nova moda estava presente.

Portanto, abordando os estudos dos autores citados, poderei trabalhar com a moda enquanto uma expressão construída socialmente, que serve ao papel de comunicar mensagens de distinção social, raça, gênero, faixa etária e cultura, como também-detentora de um *poder simbólico* (BOURDIEU, 2010) que induz a população ao hiperconsumo, por meio da publicidade e outros meios, e que está inserida em um contexto cíclico de renovação constante das ideias vestimentares e de gostos pessoais, influenciados pelo coletivo e pelas classes dominantes. Desta forma, a análise não estará detida somente à vestimenta, mas também ao que está atrelado a ela. Pensar os problemas sociológicos e históricos a partir da moda é contribuir para um maior avanço das Ciências Humanas e um melhor olhar da nossa realidade social.

Para esta pesquisa também é importante pensar a inserção da moda nos jornais e revistas da época. Mas não somente os impressos do eixo Rio-São Paulo, que muitas vezes é tomado como o todo nacional, deixando à margem regiões como o Nordeste do país, que também era uma forte importadora e produtora de bens simbólicos, de arte, cultura e moda.

Imagens que saltam aos olhos, textos que capturam a nossa atenção. O papel das páginas de jornais e revistas que dedicam um espaço para as modas é importante para essa indústria, principalmente no período analisado nesta pesquisa. É necessário pensarmos, quais impressos são esses?

A revista *A Cigarra* que aqui será analisada era uma revista fundada em São Paulo, no ano de 1914, circulando até 1975. O impresso tratava de assuntos diversos, desde política internacional até cuidados com a pele e as novas modas que estavam

circulando no momento. Em poucos anos a revista se tornou uma das mais importantes do país, circulando com muitos exemplares. Segundo a historiadora Maria Claudia Bonadio, e Thaís Fernandes Boaventura:

A Cigarra foi uma das mais longevas revistas já publicadas no Brasil. Lançada em 1914, circulou até 1975, perfazendo, portanto, mais de 60 anos de existência. Em seus primeiros anos era editada em São Paulo por Gelásio Pimenta, seu editor-fundador e em coerência com seu título – que fazia alusão à Cigarra que só trabalhava no verão, personagem da fábula atribuída a Esopo “A Cigarra e a Formiga” – destinava-se a “oferecer aos leitores o verão a cada quinzena” (CRESPO, 2004, p. 688) – informava seu subtítulo. (BONADIO; BOAVENTURA, 2013, p. 654).

Vemos aqui a importância que *A Cigarra* possuía no circuito das revistas que tratavam de assuntos como arte, cultura e moda, sendo uma revista quinzenal, mas que logo viria a ser mensal. No período pesquisado, ela era propriedade da empresa gráfica “O Cruzeiro S.A.”, como eles bem costumavam colocar na página que indicava o sumário das edições, que circulavam com uma média de cem páginas, mensalmente. Como exemplo podemos ver os sumários das edições da revista eram divididos em temas, sendo “Reportagens & Artigos”, “Modas”, “Variedades”, e “Seções”, mostrando assim uma pluralidade de temas que eram tratados no impresso.

É interessante também analisarmos que a revista não estava mais concentrada somente em São Paulo, mas até a sua edição era dividida. Segundo a contracapa da revista, em 1964, a redação era feita no Rio de Janeiro, assim como o departamento de publicidade, o endereço telegráfico estava localizado em São Paulo, e sucursais e publicidades divididas entre Belo Horizonte, Brasília e Porto Alegre. Desta forma, havia uma descentralização da produção da revista em si, assim como na construção de reportagens e artigos.

Aqui dispostas, observamos duas capas da referida revista, que exemplificarão o caráter de atualidade e atenção às novidades da época. Temos aqui as edições de setembro e dezembro, ambas do ano de 1969, cada uma com mais de cem páginas. Nas duas capas vemos exemplos do debate atualizado da época: novas modas que despontavam e o debate sobre sexo que crescia no findar da década.

Figura 03 – *A Cigarra*, setembro de 1969 **Figura 04** – *A Cigarra*, dezembro de 1969



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional (BN)

Figura 05 – Coleção de Pierre Cardin (1969)



Fonte: *The New York Times*

Na imagem da edição de setembro de 1969 vemos preenchendo a capa uma modelo que está triplicada. A sua calça vai sendo retirada, até virar um short na imagem inferior esquerda, a versatilidade marcava a roupa. A manchete da capa diz “Moda em tempo de espaço”, fazendo uma alusão a corrida espacial, que colocou o primeiro ser humano na lua naquele mesmo ano, o que acabou influenciando na produção de moda do período, como as coleções do estilista francês Pierre Cardin,

recentemente falecido, como exemplificado na figura 05. Em anos anteriores criadores como André Courrèges também teceram coleções que remetiam a corrida espacial, que viria influenciar também músicas, cinema e seriados de televisão como *Star Trek – Jornada nas Estrelas* (1966 – 1969).

É importante frisar que a grife de Pierre Cardin foi a primeira a lançar uma coleção de *Prêt-à-porter*, sendo o tipo de moda que viria a ser dominante na indústria, ultrapassando o lucro da Alta-Costura. Desta forma, percebemos que a revista *A Cigarra* seria um termômetro de novidades, tanto do campo da moda, como em debates sobre sexualidade, como vemos estampado na capa da edição de dezembro “o espectro sexual”.

Já o *Diário de Pernambuco* é um jornal interessante por ser o mais antigo ainda em circulação no Brasil, tendo sido fundado em 7 de novembro de 1825. Em boa parte da sua história possuiu um viés conservador, de apoio ao golpe militar de 1964, por exemplo. O caderno feminino do jornal, chamado de *Diário de Pernambuco Feminino*, recheava suas páginas com dicas de culinária, eventos que movimentavam o ciclo da alta sociedade recifense, como também a difusão de novidades da moda da época. Analisar o que estava sendo produzido n’*A Cigarra* e no *Diário de Pernambuco* é um exercício comparativo útil para pensarmos o que estava sendo produzido e importado no quesito moda, como também tecer uma comparação dos escritos da imprensa correspondente aos dois impressos.

Sabemos que a moda também é atravessada pelo *zeitgeist* de uma época. O contexto social, político, econômico e conseqüentemente cultural acaba criando uma atmosfera que conduz as produções artísticas e culturais de uma época, quase uma aura que circunda essas produções. Assim sendo, é importante analisarmos o que estava sendo realizado em termos de arte e cultura naquele período, quais tipos de rupturas estavam sendo costuradas no campo da moda na época.

2.3 COSTURANDO RUPTURAS

Ao longo dos tempos e da História, a moda foi sendo tecida através de convergências e rupturas, de crises e revoluções. Através das linhas presentes nos tecidos das vestimentas há memórias e histórias envolvidas, compenetradas nas fibras. A moda não é um ente fantasmagórico, não é um instrumento mágico que cria tendências e as difunde de forma autônoma, mas sim regida especialmente pelas classes dominantes. Portanto, analiso que neste caldeirão de modas e tendências, duas décadas se destacaram como sendo importantes para pensar uma ruptura com os ideais vestimentares vigentes no período, e foram elas as de 1960 e 1970.

Pensar no capitalismo, principalmente a partir de década de 1960, é pensar em um sistema em que a globalização e as conexões crescem a cada dia. Desta maneira, podemos atentar às formas como este vem se conectando e se apropriando de diversos setores da sociedade, como o artístico. Sendo um período de forte efervescência cultural e também de intensa contestação social frente aos governos autoritários e às políticas e convenções sociais já tidas como ultrapassadas para a época, os anos 60 foram ainda a década na qual a cultura visual deu um salto, como as superproduções cinematográficas, a difusão da televisão, a publicidade se consolidando como um grande campo, como também o espraiamento da moda. Analisar tal sistema a partir deste recorte temporal também é observar como ele se inseriu no campo das artes visuais, do esporte, da música, assim como na publicidade e na moda. Poderíamos, talvez, pensá-lo a partir do que Lipovetsky e Serroy nomearam de “Capitalismo artista” (2020):

Sistema de essência transtética, o capitalismo artista mistura estruturalmente arte e indústria, arte e comércio, arte e entretenimento, arte e lazer, arte e moda, arte e comunicação. Nele, a arte nunca se apresenta numa forma pura e autônoma, mas sempre associada e misturada às lógicas do comercial, do utilitário, do *entertainment*. Desse modo, o capitalismo artista deve ser entendido como o estado da ordem econômica liberal que, não tendo mais como eixo fundamental a produção dos bens de equipamento, investe cada vez mais nas indústrias de criação a fim de colocar no mercado uma multidão de produtos e serviços de consumo atraentes, de bens que proporcionem prazer, distração e experiências emocionais. (LIPOVETSKY, SERROY, 2020, p. 70).

Este chamado capitalismo artista seria uma forma do sistema se perpetuar em meio a todos os setores de nossas vidas. Os tentáculos capitalistas dominam, segundo Lipovetsky e Serroy, diversos segmentos da vida humana, como o cinema,

a publicidade, a televisão, a música, os *outdoors*, a moda. Assim, estaríamos diariamente, em quase todos os momentos do dia, sendo bombardeados de informações, e essencialmente aquelas informações que as classes dominantes querem que nós obtenhamos acesso, como novas tendências e modas, sendo então uma forma de reforçar o consumismo.

A globalização que vinha em rápido crescimento nas décadas citadas já se inseria em diversos campos das nossas vidas, e se pensarmos a partir de Lipovetsky e Serroy, também fez crescer o enraizamento do capitalismo artista. A arte foi sendo posta em peças de roupa, em produtos de beleza, em latas de refrigerante, em *outdoors*, em comerciais, em vitrines, gerando assim um forte grau de reprodutibilidade técnica, se considerarmos as teorias de Walter Benjamin em seu texto *A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica* (2012). Esta reprodução exacerbada levada à exaustão da produção artística foi esvaziando cada vez mais a arte de sentido e tornando-a mais comercial. Como nos diz Avelar (2011), esta estetização e inovação dos produtos foi sendo conduzida, dentre alguns fatores, pela busca frenética pela novidade:

Toda a dinâmica atual da globalização não passa de uma busca frenética pela novidade, tendo em vista a conquista de mercados cada vez mais vastos, como também o fornecimento de produtos básicos, como o alimento, para determinados mercados. E até mesmo esses produtos básicos são inovados e apresentados sob diversas formas e diferentes atrativos, tornando-se plurais, com base apenas no discurso que oferecem." (AVELAR, 2011, p. 89).

Tal busca pela estetização do mundo gerou esta produção de bens de consumo, dos mais caros aos mais baratos, que se maquiavam de cores chamativas, letras bem desenhadas, formatos inovadores, para atrair os olhos dos compradores. Com a aproximação da arte e da estética destes produtos de consumo do dia a dia, este consumismo também acabou sendo retratado no campo da arte, como na *Pop Art*, que tentava aproximá-la dos produtos de consumo, da publicidade e deste estilo de vida reforçado pelo capitalismo. Alguns foram os artistas que levaram esta temática para as suas obras, como Andy Warhol (1928-1987) e o brasileiro Cildo Meireles (1948 - atualmente). Warhol brincou com suas latas de sopa Campbell, que estampavam uma tela de 51cm x 41cm, trazendo para a parede do museu itens que não seriam imaginados naquele espaço. Já Meireles fez diversos trabalhos que questionavam a

lógica capitalista, como também obras que apertavam a ferida exposta da ditadura civil-militar (1964-1985), como sua *Árvore de dinheiro* (1969), as notas que o artista carimbou com a pergunta: *Quem matou Herzog?* (1975), se referindo a morte do jornalista Vladimir Herzog, militante do Partido Comunista Brasileiro (PCB), pela ditadura naquele ano.

Figura 06 - Latas de sopa Campbell (1962) – Andy Warhol



Fonte – WikiArt

Figura 07 – Árvore de dinheiro (1969)



Fonte: Enciclopédia Itaú Cultural

A obra de Warhol nos faz pensar sobre a arte e a forma que ela estava se articulando em diversos setores das nossas vidas. Ela retrata algumas dezenas de latas de sopa, representando o consumismo exacerbado que se dava na época, e que cresceu com o passar das décadas. Consumismo este que também se ampliava na indústria da moda, que, como falado anteriormente, acabou se tornando uma das mais poluentes do mundo. Assim, percebemos que apesar deste esforço do capitalismo em estar em todos os setores das nossas vidas, notamos que a arte também não pode ser somente relegada às salas dos museus e às galerias de arte, mas ela pode estar em diversas camadas das nossas vidas – como em nossas roupas –, sem perder de vista, por outro lado, com qual intuito elas estão ali.

Já a de Cildo Meireles questiona principalmente sobre o valor que é dado para as coisas: quem dá o valor para algo? Como abordou Julia Buenaventura Valencia de Cayse em seu texto *Isto não é uma obra: arte e ditadura* (2014): “não foi a arte que enfrentou a ditadura: foi a ditadura que enfrentou a arte, pois estava nesta, no Brasil dos anos 1950 e 1960, a semente de qualquer revolução, um questionamento profundo da propriedade privada.” (CAYSES, 2014, p. 115). A década de 1960 foi turbulenta em nosso país, em se tratando do encarceramento de ideias, da quebra dos Direitos Humanos, como também do fortalecimento de movimentos sociais, artísticos e culturais.

Marcada como uma década de forte efervescência cultural, de movimentos sociais, e de autoritarismo e repressão no Brasil e em boa parte da América Latina, os anos 1960 protagonizaram uma série de rupturas com as estruturas vigentes da época, tanto no campo de produção de moda, quanto na indústria da cultura. A contestação sobre a cultura dominante se intensificava, os debates sobre feminismo ganhavam mais adeptas, nascia o movimento LGBTQIA + (que à época ainda não carregava esta sigla) – organizado na contemporaneidade depois da conhecida “Rebelião de *Stonewall*”⁵ –, era fundado o Partido dos Panteras Negras nos Estados Unidos e a pauta do povo negro por conquistas sociais se fortaleceu. Uma onda de contestação e dissidências se acentuava naqueles anos a nível global. Consequentemente, a cultura de elite e seus valores simbólicos passaram por fortes

⁵ A rebelião se deu no bar LGBT Stonewall, na cidade de Nova York. Após diversas batidas policiais no local, aconteceu uma revolta dos frequentadores em junho de 1969, havendo conflito corporal com os policiais. Acarretaria, assim, dezenas de protestos reivindicando direitos sociais para a comunidade LGBT.

questionamentos. Como abordou Terry Eagleton, “cultura, no sentido de valor, símbolo, linguagem, arte, tradição e identidade, era o próprio ar que respiravam movimentos sociais como o feminismo e o *Black Power*. Ela agora se alinhava à dissidência, não às soluções harmoniosas” (EAGLETON, 2014, p. 46).

Podemos, então, perceber que a dissidência da época também se inseria no meio cultural, que pretendia contestar a cultura propagada pelas classes dominantes. Por consequência destas rupturas, a moda também passou por um processo de contestação, pois o modelo hegemônico de sua difusão ainda se dava no padrão “de cima para baixo”, acontecendo primeiro na elite europeia, popularizando-se posteriormente pela classe média e tardiamente na classe popular, mesmo com influência de outros setores fora da Alta Moda. À medida que os anos passavam na década de 1960, este campo foi se alterando, como abordou a socióloga da cultura e do vestuário Diana Crane: “a partir da década de 1960, a compreensão da mudança de moda requer um novo modelo. A mudança de moda não pode mais ser inteiramente entendida como um processo de difusão das elites para o resto da população.” (CRANE, 2011, p. 66).

Este processo de ruptura iniciou-se simultaneamente nos Estados Unidos da América e na Europa, tanto por meio de estilistas de grande renome quanto por meio de grupos de contracultura e tribos urbanas, como os *hippies*, mas logo foi importado por sistemas de moda de países da periferia do capitalismo, inclusive o nosso. Como demonstrou Valerie Mendes em sua obra *A moda do século XX* (2009), a moda na década de 60 passava por mudanças significativas:

Em meados da década de 1960, o ritmo da moda internacional não estava sendo estabelecido por costureiros parisienses, mas por um talentoso grupo de estilistas em Londres. O aspecto mais significativo dessa mudança foi que o gume da moda começou a se concentrar no jovem médio da rua, não em uns poucos indivíduos selecionados e ricos. (MENDES, 2009, p. 159).

Esta moda jovem crescia rapidamente, através das fotografias presentes nas páginas das revistas, como nas lojas, e nas propagandas. Como dito anteriormente, após a Segunda Guerra o estilista Dior reconfigurou a silhueta feminina, trazendo novamente o romantismo que habitava a moda no século XIX, colocando o luxo à tona novamente. Já a partir da década de 1960 a silhueta começava a passar por alterações: as saias diminuíram alguns tantos centímetros, despindo as pernas femininas, já as calças chegaram para ficar no guarda-roupa das mulheres, trazendo

liberdade de movimentos para quem as usasse. Como abordou Mendes (2009): “Houve dois grandes fatores de grande importância no vestuário feminino: a substituição da silhueta rígida, triangular, da minissaia pelas linhas longas e esbelta da midi e da máxi, e a crescente dependência feminina das calças.” (MENDES, 2009, p. 195).

Cobrir o corpo despido, esconder a vergonha, ostentar a ascensão social, demarcar fronteiras de classe, reforçar a *performance* de gênero. A roupa ao longo da história ocidental serviu e serve para tudo isto citado. Roupas estas que foram incorporadas ao sistema *moda*, que engloba uma complexidade envolvendo tendências sazonais, desfiles, divulgação de ideias que precisam ser aceitas pelo público para obterem sucesso e o julgamento de outras que devem ser ultrapassadas e esquecidas no baú da história da moda (para futuramente serem repaginadas). Como disse a historiadora Anne Hollander, a moda é um processo irregular:

A moda no vestir está comprometida com o risco, com a subversão e com um movimento progressivo irregular. Ela cria mudanças rápidas no design visual do corpo como um todo, mas também afeta os pequenos detalhes e governa as mudanças lentas; assim, parece mudar seu próprio design oculto e não apenas as formas das roupas que mais chamam a atenção. (HOLLANDER, 1996, p. 27 – 28).

Segundo teóricos como Thorstein Veblen (*Teoria da classe ociosa*, 1899) as modas e tendências durante boa parte do século XX ainda se davam por meio do sistema do *trickle down*, termo usado nos campos da economia e da moda para classificar uma onda que é elaborada por grandes casas e estilistas. Desses espaços passa a ser usada por nomes renomados do terreno das artes, como artistas da música e do cinema e também pessoas com alto capital econômico e social, e só então aquela moda é absorvida ao meio popular, ao passo que os grandes estilistas já estão elaborando uma nova tendência para diferenciar-se novamente das ditas “classes inferiores”. Este movimento faz parte do sistema-moda desde meados da sua gênese, e perdura até certo ponto atualmente.

Tal sistema-moda tem como suportes desde séculos atrás os impressos, como jornais e revistas. Os que possuíam e ainda possuem forte circulação entre a gente letrada informam sobre as novas modas que chegarão, as novas tendências que estão fazendo furor no seio das elites e ditam o gosto vestimentar que a população deve ou não adquirir no momento. Assim sendo, é de considerável relevância tentarmos

entender o papel da imprensa neste meio e na indústria da beleza, a interferência destes no juízo de gosto das pessoas, o protagonismo que carregam em difundir ou condenar uma nova onda.

Dentre este círculo de impressos que circulavam no seio das elites brasileiras estavam revistas e jornais como: o *Correio da Manhã* (1901 – 1974), *Jornal do Brasil* (1891 – atualmente), *O Cruzeiro* (1928 – 1975) e *A Cigarra* (1914 – 1975). Neste trabalho o protagonismo é direcionado a esta última, que garantia forte circulação na capital paulista – à época já a maior cidade brasileira, contando com mais de 3 milhões de habitantes, e o estado de São Paulo já era conhecido como o maior centro urbano-industrial nacional⁶ –, como também em outros estados do país. Assim abordaram Rêgo, Hohlfeldt e Moura (2020):

No ano de 1917 se tornou a revista de maior circulação do estado de São Paulo, além de atingir um público dos estados do Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, com uma tiragem que chegou, na época, a 25 mil exemplares (BRAGLIA, 2011). Atingia variados tipos de público leitor, por isso, trazia textos com uma linguagem descontraída, enquanto também dava espaço para artigos com uma linguagem um pouco mais formal.

A *Cigarra* combinava notícias e reportagens de interesse social e entretenimento de forma harmônica. Manteve um perfil editorial eclético, com um padrão gráfico diferenciado, e esteve no mercado da imprensa ilustrada até 1975. (RÊGO; HOHLFELDT; MOURA, 2020, p. 216 – 217).

Assim sendo, percebemos a notoriedade que a revista possuía no meio impresso brasileiro, se destacando pelo seu padrão gráfico diferente, suas matérias que tratavam de temas sociais relevantes para o momento e seu grande foco para as culturas do país. Culturas estas que passaram por uma considerável ebulição no período entre 1960 e 1980, em meio ao Regime Civil-Militar, ao passo que a repressão das ideias se intensificava, principalmente após o ano de 1968 com a vigência do Ato Institucional Nº 5 (AI-5). O Brasil enfrentava uma ditadura ao mesmo tempo que o movimento estudantil se fortalecia, os movimentos feministas, negro gay ganhavam corpo e a Tropicália se consolidava como uma vanguarda de grande importância na história da música brasileira, à qual influenciava tanto em questão de estilo musical quanto no comportamento da juventude.

⁶ Em meados da década de 1960, o complexo têxtil paulista reunia cerca de 1800 estabelecimentos, na maioria pequenos e médios, concentrados na região metropolitana da capital e nas regiões de Americana e do Vale do Paraíba. (TEIXEIRA, 2007, p. 122).

Estas ebulições culturais e sociais afetaram direta e indiretamente a produção de moda, tanto no Brasil quanto em outros países difusores de tendências, como a Inglaterra e a França. Minissaia, maxissaia, calças jeans, estampas, bordados, rendas, cores. Todos estes elementos começaram a ser destaque na confecção de moda daquele período e acabaram permanecendo nas décadas seguintes. Sobre estas novas mudanças ocorridas nos anos 1960, a revista *A Cigarra* publicou em novembro de 1970:

Mas, nunca a moda mudou tanto como na última década. E, além de mudar ela valorizava determinada parte do corpo da mulher, erotizando-a. No início dos anos 60 o estilo Saint-Tropez deixou a barriga de fora. O umbigo, até então considerado antiestético, passou a possuir uma grande carga erótica. Depois, foi a vez dos joelhos, com a minissaia de Mary Quant. O joelho até então considerado uma coisa feia, passou a exigir cuidados especiais da mulher. Passou a ser muito importante ter joelhos bonitos. Nara Leão, cantora de bossa-nova e com grande sucesso nessa época, foi apelidada “o joelhinho que fala”. E assim, continuou a moda. Sempre inventando alguma coisa nova que despertasse interesse e vendesse bem, erotizando as mais diferentes partes do corpo da mulher. (A CIGARRA, novembro de 1970, p. 19).

Vemos a partir desta nota a centralidade que estas mudanças tiveram no próprio período em que foram efetivadas, e não somente um discurso do campo da moda construído anos depois. Percebemos na revista *A Cigarra* um rico material para trabalhar com a publicização, difusão e recepção da moda nas décadas de 1960 e 1970, principalmente nas edições do findar daquela e começo dessa, pois ela reservava um número considerável de páginas para tratar sobre o tema, seja da publicidade de novas coleções, como artigos de opinião sobre novas tendências e dicas para mulheres vestirem-se bem. Contudo, não devemos esquecer o contexto social e político no qual o país estava inserido, de ditadura e repressão de ideias dissonantes da regra vigente, a censura de corpos desviantes. Apesar do contexto global, como também do Brasil, o sistema de moda atravessava uma série de mudanças, que alterariam a forma que ela seria pensada. Como assinalou a socióloga Diana Crane em sua obra *Ensaio sobre moda, arte e globalização cultural* (2011):

A partir dos anos 1960, a compreensão da mudança de moda requer um novo modelo. A mudança de moda não pode mais ser inteiramente entendida como um processo de difusão das elites para o resto da população. Em vez disso, em qualquer dada estação. Há diversos estilos usados por membros de diferentes faixas etárias e estilos de vida. Algumas modas se difundem para baixo, a partir das elites, e outras se difundem para cima, a partir dos moradores dos guetos urbanos de minorias (Polhemus, 1994). Alguns estilos não são difundidos, mas permanecem nos enclaves de origem. Os jovens

estilistas preocupam-se menos com a definição de moda e mais com a criação de um estilo pessoal, para ganhar visibilidade no mundo da moda. Os estilistas que continuam a oferecer a tradição da *haute Couture* desaparecem. Nesse ambiente tóxico, é possível identificar estilistas cujo trabalho é vanguardista ou pós-modernista, embora muitos hesitem entre uma e outra condição. (CRANE, 2011, p. 66).

Esta moda que mudava cada vez mais de forma acelerada e acompanhava o avanço de uma modernidade regida pelo capitalismo globalizado, que trazia a ilusão do progresso para todos e todas, passava por um processo de mudança. Como citou Diana Crane, ela se dava quase que majoritariamente das elites às camadas populares, no movimento nomeado de *trickle down*, mas nesta década nos espaços urbanos houve uma subversão deste modelo. Desta maneira, a moda não vinha única e exclusivamente de cima para baixo, mas também de baixo para cima. Como explicou Nacif (2012), o urbano faz parte da sua essência.

A moda faz parte do universo de signos urbanos. A variação constante do traje, os tipos de ocasião (o traje para passeio, para o baile, para o esporte), os lugares da cidade onde são usados esses trajes (os passeios públicos, os parques e jardins, o interior das casas onde ocorrem os acontecimentos sociais, as casas de espetáculos, os sítios de lazer e esporte), tudo isso contribui para estreitar a relação entre a cidade e a moda. (NACIF, 2012, p. 1087).

O que estava acontecendo no Brasil entre 1960 e 1970, especificamente no Recife e em São Paulo? A cultura estava se reinventando, ao passo que a repressão aumentava pós golpe de 1964. A globalização, inclusive da cultura e das artes ganhava força, ao mesmo tempo que uma valorização da própria cultura brasileira crescia rapidamente.

Neste cenário, temos no Nordeste a cidade do Recife, considerada a maior capital da região nas duas décadas, com população aproximada de 1.084.459 habitantes no começo da década de 1970, atrás somente de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte⁷. Sua economia era forte, a cultura e as artes afloravam nos quatro cantos da cidade, o frevo ganhava força, o teatro se tornava referência, como também a cidade se tornou um importante polo de repressão durante a Ditadura Civil-Militar.

⁷ Dados oficiais do IBGE. < <https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=6> > Acessado em: 15/01/2022.

É inegável a relevância desta cidade para a cultura da época, como também para a moda. Mesmo Rio de Janeiro e São Paulo sendo os grandes centros difusores de tendências e importadores de bens culturais de outros países – especialmente os europeus –, Recife também despontava como um espaço que valorizava este campo. Tendo um caderno voltado exclusivamente para o público feminino, com matérias sobre arte, culinária e moda, o *Diário de Pernambuco* era um dos maiores periódicos do período, e de acentuado protagonismo na capital do estado. Como um importante comunicador da cidade, considero interessante utilizar como uma das fontes o periódico, especialmente o caderno *Diário de Pernambuco Feminino*, para assim perceber o que ele considerava significativo para a moda do momento, como também tentar analisar como a população recifense aderiu às rupturas que estavam ocorrendo nas duas décadas estudadas.

O contexto cultural na capital pernambucano nos anos 1960 e 1970 era movimentado. O grupo de teatro Vivencial nascia em 1974, com influências tropicalistas, tratava de temas políticos, da sexualidade e de tabus vigentes à época. O movimento estudantil e as lutas contra a Ditadura Civil-militar ganhavam as ruas da cidade. A cena artística era pungente e diversa, respirando política e contracultura.

Assim como Recife, a cidade de São Paulo era considerada a maior da região, como também a maior do país, contando com mais de cinco milhões de habitantes já no início da década de 1970. Igual à capital pernambucana, a metrópole paulista possuía uma cena cultural muito forte e uma valorização das artes e moda de vanguarda, diferente do Rio, que mesmo sendo um importante centro de importação e difusão de bens simbólicos, ainda era mais presa a ideias mais conservadoras do período. Passando pela Semana de Arte Moderna e culminando no Tropicalismo e pós-tropicalismo, São Paulo possuía um cenário artístico movimentado em nosso país. Como cita Marcos Napolitano:

Produto de uma conjuntura sociocultural específica, a agitação em torno dos festivais da canção e da retomada do ethos vanguardista nos anos 1960, o movimento tropicalista foi rapidamente enquadrado na tradição de ruptura que marcou a cidade de São Paulo a partir da Semana de Arte Moderna de 1922, definindo ao lado do Concretismo, uma dada linhagem histórica da vanguarda paulistana e brasileira. (NAPOLITANO, 2005, p. 505).

Assim sendo, penso que é essencial nos atentarmos sobre a influência do contexto da época na moda, e como tudo isto acabou interferindo não só na produção,

como também na sua publicização, a partir das imagens de propaganda presentes nos jornais e revistas, como *A Cigarra*. As roupas nestes anúncios mudaram de acordo com tal período? Como os corpos habitavam aquelas vestimentas? De que forma o corpo – feminino – foi representado nestas imagens?

Dito isto, é interessante pensarmos em convergências e contrapontos entre estas duas capitais populosas, importantes economicamente para o Brasil, vanguardas em suas expressões artísticas e culturais e valiosos centros de recepção e difusão de bens simbólicos. Havia uma confluência na produção e apropriação da moda que vinha de fora do país? Houve uma adaptação desta moda para a realidade das duas cidades? Como a população das duas capitais a vestiram? Como estes corpos foram publicados nos jornais e revista utilizados nesta pesquisa? Quais corpos foram vestidos de revolução?



**3. CORPOS
COSTURADOS
E PUBLICADOS**

3. CORPOS COSTURADOS E PUBLICADOS

Nunca o corpo-simulacro, o corpo-descartável foi tão exaltado como na contemporaneidade. Órgãos sem corpos são fixações parciais que massacram o próprio corpo. (BRETON, 2013, p. 10).

Neste capítulo desenvolverei uma análise no campo da história do corpo, utilizando historiadores, sociólogos e antropólogos que o pesquisam, como Nízia Villaça, autora de *A edição do corpo: tecnociência, artes e moda* (2014), Nízia Villaça e Fred Góes, autores do livro *Em nome do Corpo* (2014), Denise Bernuzzi de Sant'Anna, que escreveu a obra *História da Beleza no Brasil* (2014). A partir desta bibliografia, como também de outros textos, buscarei perceber a construção social e histórica pela qual o corpo humano enfrentou.

Cabelos bem cuidados, unhas pintadas, maquiagem no rosto, são características de quando imaginamos um corpo, e principalmente o feminino, no entanto ele também é feito de entranhas, sangue, carne, espinhas, pelos, gordura, apesar de a indústria da moda e da beleza tentar esconder tudo isto. Espinhas têm que ser eliminadas, pelos não podem entrar em evidência no corpo feminino pois denotam descuido, as sobrancelhas não podem estar fora do lugar, os pelos dos braços têm que ser tingidos de loiro, os lábios têm que estar pintados e orelhas furadas desde o nascimento.

Estas exigências e mutilações do corpo foram sendo construídas e incorporadas em nossa sociedade ao longo dos séculos, além de perpetuadas e difundidas de geração para geração. Por que furar a orelha de uma criança ao nascer? Com qual razão é imposto para a mulher criar o hábito de se maquiar, mas não para o homem? Quais corpos são publicados em revistas e na TV? Quais são os corpos da moda, e por que eles são como são? Este capítulo terá a tarefa de debater estas questões.

3.1 UMA ÓRBITA DE CORPOS

Da grandiosa escultura da *Vênus de Milo* (II a.c.), de Alexandre de Antioquia à fotografia da modelo Twiggy na capa da *Vogue* (1967) – como veremos mais à frente –, diversos corpos orbitam ao nosso redor, no imaginário e na realidade concreta, ao nosso lado e no papel da revista. Não podemos falar da história da arte sem falar

também de corpos, assim como é importante tratar da história da moda também nos debruçando para entender a importância do corpo nas modas ocidentais.

Fruto de desejo e repulsa, de nascimento e morte, de lascívia e nojo, os ideais de corpos transpassam a nossa história ocidental, moldando-se ao longo dos séculos. Controlado pela Igreja, pela ciência, pelas leis, como também pela moda, o corpo humano é fruto de estudos e fascinação desde os primórdios, como datam as pinturas rupestres que representam os humanos.

Como apresentado no capítulo anterior, a moda moldou-se e foi moldada através dos séculos sendo pensada como um instrumento visual e material que atenderia, principalmente, aos gostos dominantes das classes dominantes, e que serviria como bem simbólico que reflete a distinção entre as classes sociais. Sendo este um fenômeno que não é linear, como refleti anteriormente, ele transgride o tempo e se localiza em si numa fusão de passado, presente e futuro.

Esta também abriga o culto ao corpo. Desde a sua gênese a moda usa o corpo como o seu cabide, a sua vitrine que circula pela urbe e propagandeia as novas criações de moda e beleza. Antes este também era moldado pela moda, como o uso de espartilhos, mas como nunca visto o corpo humano também se tornou um objeto de moda, já na virada dos séculos. O objeto-humano também ornamentava as roupas que vestiam outros corpos, como bem executado pela estilista italiana Elsa Schiaparelli.

Além de ganhar importância nas criações vestimentares, o corpo humano também se destacou na fotografia e na arte. Fotógrafos como Man Ray (1890-1976) deram foco a ele e às suas facetas, captando através das suas lentes o corpo vestido e despido e mostrando-o também como obra de arte. Desta maneira, é crucial refletirmos sobre a forma pela qual os corpos eram representados e manuseados através das roupas, como também da fotografia, mobilizando como principal exemplo Schiaparelli e Man Ray.

3.1.1 Costurando e publicando corpos

Servindo ao papel de uma capturadora da realidade, a fotografia durante anos teve o papel de registrar retratos de famílias, de paisagens naturais ou construídas, bem como de eventos importantes. Ela não era comumente usada em cenas comuns, como também não costumava ser utilizada pelos artistas do final do XIX e começo do

XX para expressar suas criações. Mas foi com Man Ray que a fotografia ganhou novos contornos, novas antirregas. Ela não mais serviria para capturar somente a realidade, mas também a fantasia. Como diz Spineli (2011):

Na produção fotográfica até início do século XX, imperavam os retratos e as paisagens. A predominância de paisagens e retratos dava-se tanto por questões técnicas, pois não havia possibilidade de se registrar imagens em movimento, quanto ideológicas, pois a fotografia era vista como um registro do real (GERNSHEIM, 1966). Sendo assim, os motivos fotográficos eram pessoas (o retrato de alguém para ser imortalizado) e paisagens (registros de lugares para se conhecer e guardar para a posteridade). (SPINELI, 2011, p. 38).

Emanuel Radnitzky, ou somente Man Ray, foi um artista estadunidense nascido na Filadélfia em 1890, atuando como pintor, cineasta e fotógrafo. É na fotografia que este ganhou seu destaque e se tornou mundialmente conhecido, pois pretendia a partir da mesma contribuir com novas criações de arte. Como diz Patricia Kiss Spineli (2011), em seus primórdios a fotografia não era considerada um meio de expressão com sua própria linguagem:

A fotografia, nos seus primórdios, não era considerada um meio de expressão com linguagem própria. Vista como resultado de um aparato mecânico, não era admitida como artística, uma vez que o registro fotográfico era realizado por uma máquina e considerado, portanto, como algo automático. (SPINELI, 2011, p. 38).

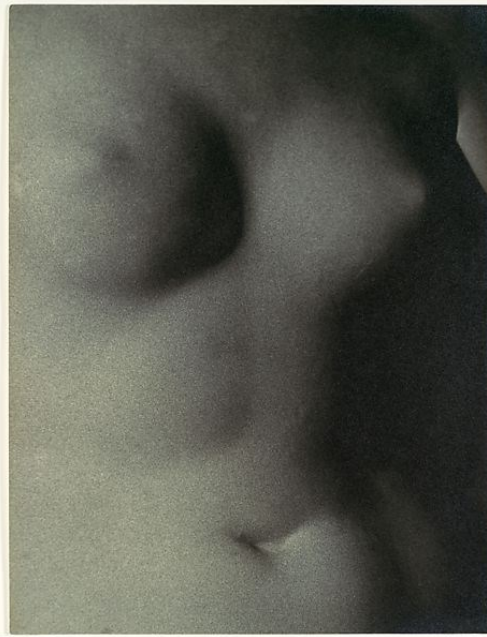
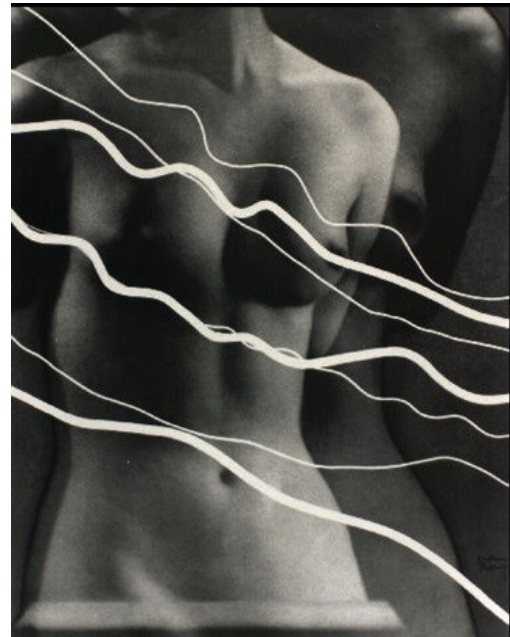
Mas, foi no início do século XX que esta foi conquistando mais projeção, como, por exemplo, na fotografia de moda. Em sua maioria, as revistas de moda e jornais impressos utilizavam as ilustrações para revelar as novas criações vestimentares que revestiriam a alta sociedade. Periódicos como *Harper's Bazaar* e *Vogue* foram destaque nas ilustrações de moda, ganhando notoriedade e reconhecimento também em razão disso. Mas foi com a fotografia que tais publicações mostravam com mais detalhes as novas tendências que estavam chegando. Spineli argumenta:

Os primeiros fotógrafos de moda, ainda na concepção do retrato, trabalhavam com fotos posadas. A fotografia era um subproduto que começava a ganhar espaço em um mundo onde as ilustrações imperavam nas revistas especializadas de moda, estas também um produto da modernidade, da passagem do século XIX para o XX (o mesmo vale para a carreira de modelo). (SPINELI, 2011, p. 40).

Na fotografia de moda, como afirma Spinel, as fotos eram bastante posadas, trabalhando o corpo da modelo quase como somente um suporte para sustentar a roupa, um manequim humano. O principal objetivo da imagem seria mostrar a nova criação de moda, – o novo vestido, sapato, luvas, chapéu –, e a modelo serviria ao papel de mancebo para aquela vestimenta. Portanto, estas imagens não trabalhavam muito com a imaginação, com a fantasia e com outras expressões artísticas.

Mas o fotógrafo estadunidense quis colocar o seu toque dadaísta na fotografia de moda. O dadaísmo, movimento de arte – ou antiarte – que surgiu em Zurique, na Suíça, por volta de 1916, tinha como principal objetivo a destruição como uma forma de criação. Através da arte, seus adeptos buscavam alcançar a (des)ordem, tecendo críticas à burguesia da época, como também ao capitalismo, assim como às artes que eles consideravam antiquadas. O onírico ganha centralidade, trazendo os sonhos e as fantasias à tona, o que o dadaísmo tornou um dos influentes do movimento surrealista, que traria grandes expoentes da arte, como o espanhol Salvador Dalí.

Man Ray, em suas fotografias, subvertia o que parecia real e o que seria imaterial ou uma fantasia. O onírico atravessava suas obras e os corpos que ali estavam presentes, como as duas fotografias a seguir. A primeira, intitulada “Um torso feminino nu”, datada de 1920 a 1930, sem uma data exata, nos mostra um busto. Este corpo, que por seus contornos não sabemos se é um torso humano ou de uma escultura, nos faz lembrar das estátuas clássicas ou mesmo de pinturas renascentistas, trazendo um belo jogo de sombras que valorizam as curvas ali registradas. Já a segunda imagem nomeada “Eletricidade” é datada de 1931, também mostrando um corpo feminino desnudo. A eletricidade passa pelo corpo da modelo, uma duplicação na imagem nos revela dois corpos, um jogo de edição cria um tipo de base em que supostamente a moça estaria fixada, como nas esculturas clássicas de torso. As mãos para trás podem demonstrar uma certa timidez da modelo ao revelar o seu corpo sem roupas e ornamentos, mas os raios que lhe atravessam nos induzem a pensar sobre a fúria que é um corpo fotografado desnudo, principalmente em 1931.

Figura 08 – Um torso feminino nu (1920)**Figura 09** – Eletricidade (1931)

Fonte: Acervo digital do *Metropolitan Museum of art*

Corpos orgânicos ou de mármore? Pessoas ou representações inanimadas delas? Como percebemos, as obras de Man Ray mexiam e ainda mexem com a nossa imaginação, nos levando a pensar sobre o que era real ou edição em suas fotos. Esta criatividade, influenciada por movimentos com que o artista simpatizava, como o dadaísmo e o surrealismo, fizeram dele um fotógrafo que tentava capturar o que não era óbvio. Como observa Spinel (2011):

Man Ray utilizava técnicas como a montagem fotográfica e aplicava o olhar de artista para seus retratos de moda. Com a concepção de que “tudo é arte” não via porque não se utilizar dos princípios artísticos para produzir uma fotografia que seria impressa em uma revista. (SPINELLI, 2011, p. 41).

Diante disso, percebemos como Man Ray queria aproximar a fotografia de moda de um conceito de arte, a uma expressão que não queria somente mostrar uma nova criação vestimentar, mas passar uma mensagem, nos revelar um conceito. As poses, os cenários, as luzes, o posicionamento perante a câmera, tudo isto era importante para compor a arte que era a fotografia de moda idealizada por Man Ray. Como na imagem a seguir:

Figura 10 – fotografia de moda, por Man Ray (1936)



Fonte: *Harper's Bazaar*

Na imagem a modelo está em uma pose dramática. O vestido preto longo traça um formato triangular, o tule reforça o ar de drama e romantismo da roupa. O leque forma um ponto de visão na imagem, carregando nosso olhar direto para ele. Diante do peito a modelo segura uma rosa branca, que contrasta com sua vestimenta completamente preta. Sozinha no cenário, a mulher é a protagonista da imagem. Sua linguagem corporal reforça o drama da roupa, com a forma em que ela manuseia o leque, assim como o jeito como ela segura a rosa perto do coração, seus olhos fechados e seu rosto levantado dão o toque final da composição. Neste retrato seguinte o fotógrafo também brinca com o corpo:

Figura 11 – Elsa Schiaparelli, por Man Ray (1934)



Fonte: *Mme a-s Davik*

Na imagem vemos um torso feminino feito provavelmente de gesso. Suas curvas e formato, inclusive com os braços amputados, nos faz lembrar das famosas estátuas clássicas, ao passo que uma mulher jovem empresta o seu rosto para o torso de gesso. O seu olhar está distante, até um pouco triste. Seu cabelo bem penteado nos faz perceber uma mulher que se importava com o seu visual. Sua roupa preta desaparece atrás do torso e no cenário escuro do estúdio. Seu nome era Elsa Schiaparelli, um dos maiores nomes da história da moda ocidental. Ela empresta o seu rosto para uma estátua de gesso que remete às artes clássicas, ao passo que ela construía a sua moda baseada na arte de vanguarda da época, com forte influência do surrealismo.

A estilista Elsa Schiaparelli nasceu em Roma em 1890, cursou Filosofia na Universidade de Roma e desde cedo se dedicou às artes, escrevendo uma série de poemas. Ainda no começo do século XX ela já havia conhecido artistas como Marcel Duchamp e Man Ray, que viriam a influenciá-la. Mas seria somente em 1927 que ela fundaria a sua marca, que está ativa até hoje.

A criadora tentava fugir do óbvio e do básico ou do somente clássico. Suas criações tentavam subverter algumas estruturas datadas das roupas, com cortes diferentes, cores que se destacavam – sendo sua a elaboração do rosa-choque – como também desenhos que não eram vistos em outras marcas. Outro diferencial de Schiaparelli foi sua aproximação com o surrealismo, trazendo para as suas peças o onírico e a fantasia, que eram marcantes nas obras do movimento. Amiga de Salvador Dalí, a estilista fez diversas parcerias com o artista, como a criação do vestido que era estampado com uma grande lagosta. O absurdo fazia parte do seu processo criativo.

Figura 12 – Vestido lagosta (1937), Vestido-esqueleto (1938)



Fonte: *arte ref*

O vestido-esqueleto é um dos mais icônicos da história da marca. Completamente preta, a peça é colada ao corpo, criando ali uma segunda pele. Pele esta que traz à tona os ossos que o compõem. Eles marcam o vestido e estabelecem ali uma atmosfera macabra, sombria, que combina com o preto que reveste o corpo. Os ossos não estariam somente abaixo da nossa pele, mas também fora dela. Já com o artista John Cocteau a colaboração também envolveu corpos compondo as criações, entre bocas, mãos e cabelos, e orbitando as criações da estilista.

Figura 13 – Criações de Schiaparelli com John Cocteau (1938)



Fonte: Meik Magazine

Como podemos observar, no primeiro casaco o preto impera, como em muitas criações da artista. Mas o que salta aos olhos dois rostos que compõem as costas do casaco, olhando um fixamente para o outro, e possuem lábios vermelhos e olhos azuis; românticos, eles contrastam com o preto do tecido. A posição dos rostos forma outro desenho, um cálice que vai até a parte superior, tendo flores rosas saindo de seu interior e reforçando o tom romântico e dramático da criação. Na imagem seguinte também vemos um casaco, desta vez em tom claro, com cortes bem definidos no tecido. O destaque vai para o rosto feminino delicado que adorna o lado direito da peça. Ele está localizado na altura do ombro e tem linhas simples, sendo composto também por uma boca, um olho verde adornado com uma pedra. Seus cabelos feitos por fios dourados envolvem a manga direita do casaco, indo até a região do pulso. Em sua mão a mulher carrega um lenço prateado, que contrasta com o seu cabelo.

Sendo uma grife com décadas de existência, que segue ativa mesmo depois da morte da sua criadora, a Schiaparelli continua o legado da estilista. Os corpos presentes em suas criações atravessaram o tempo e compõem coleções ainda em 2021. Corpos ou pedaços deles ornamentam as vestimentas apresentadas, como vemos na Figura 14: um seio dourado compõe o vestido preto, com um bebê também

dourado que é amamentado. Uma auréola também faz parte da roupa, trazendo uma atmosfera sagrada para a criação. Já na figura 15 a modelo veste um corpo e usa um pedaço de outro como bolsa. Sua bota preta possui dedos dourados que se destacam, já em suas orelhas dois grandes brincos em formato de orelhas completam o *look*. O corpo é vestido, mas também serve para vestir. O corpo é objeto e acessório.

Figura 14 e 15 – Coleção Spring Couture (2021)



Fonte: Vogue

Vemos aqui um exemplo concreto do caráter cíclico da moda, das tendências que vem e vão, se tornam obsoletas e anos ou décadas depois voltam aos holofotes, embaralhando passado, presente e futuro. Mas, ainda falando sobre corpos, depois de nos debruçarmos sobre a fotografia e a criação de moda, temos na *Body Art* também o seu uso para a arte. Nela o corpo não somente compõe a paisagem da imagem, mas é igualmente um suporte para o trabalho do artista. Um dos exemplos mais famosos é do artista Yves Klein, quando o francês usou corpos humanos para a criação da sua obra *Anthropométrie* (1960). As pernas, o tronco e os seios das modelos “carimbados” na tela produzem formas, como se fossem pincéis humanos. Além da *Body Art*, a arte de performance se conformava nos anos 1960 e usava o

corpo como um dos seus artifícios. Diversos artistas importantes despontaram nesse período, como Marina Abramović, que teve o seu ápice a partir do começo da década de 1970, utilizando o seu próprio corpo como uma peça de arte, que seria cortada, pintada, queimada, um corpo-arte, um corpo que conduzia o espetáculo.

Figura 16 – *Anthropométrie* (1960)



Fonte: *arte ref*

Percebemos que essa profusão de corpos atravessou e atravessa os diversos campos das artes e da cultura, sendo um deles o das imagens eróticas. Em 1953 era lançada a primeira edição da revista adulta *Playboy*, nos Estados Unidos. A capa da primeira edição era composta pela famosa atriz Marilyn Monroe, considerada o maior símbolo de feminilidade e sensualidade da época. O sucesso da revista foi tamanho que ela ganhou versões em inúmeros países, incluindo o Brasil. O seu conteúdo, além das fotos de mulheres nuas, continha também entrevistas, colunas, dicas de moda para os homens. A sua primeira edição no Brasil só seria lançada em 1975, em plena ditadura civil-militar.

Figura 17 – Primeira capa da *Playboy* **Figura 18** – Primeira capa da Revista do Homem



Fonte: Estadão e G1

Chegando ao país com o título *A Revista do Homem*, a *Playboy* brasileira logo fez sucesso, mas também ganhou o olhar atento da ditadura. Não podendo usar o nome *Playboy* em decorrência da censura, ela comumente trazia mulheres despidas em suas capas, inclusive famosas. Entre o final da década de 1960 e 1970 o debate sobre o corpo ganhava mais força, o corpo (vestido e despido) estampava revistas e servia de debate em colunas presentes nos impressos. Era um período de revolução sexual, da valorização dos prazeres, a sexualidade entrava no debate acadêmico, o sexo saía da penumbra das quatro paredes e ganhava espaço na cultura e na arte. Como disse Bueno (2011):

A década de 1960 pode ser percebida como um período de muitas rupturas no Brasil, embora o plano político com a ditadura civil-militar de 1964 seja o caso mais marcante, no plano cultural há uma multiplicidade de processos ocorrendo, seja musical com a consolidação da Bossa Nova e emergência da Tropicália e do Sertanejo, ou dos movimentos sociais como os estudantis que colocam a figura do Jovem e da “contracultura” como novos agentes sociais e históricos. Nesse mesmo período, outro aspecto cultural está se desenvolvendo: o “desnudamento” do corpo da mulher. (BUENO, 2011, p. 5 – 6).

A nudez do corpo feminino começava a ganhar destaque nas mídias da época, orbitava em revistas eróticas, circulava através de revistas de moda, como

também no cinema. Como destacou a historiadora Daniela Queiroz Campos “No século XX a beleza do corpo nu feminino parece ter perdido papel de destaque no mundo das artes. Tal corpo passa a se dar preferencialmente em outras imagens” (CAMPOS, 2020, p. 50). Esta chuva de corpos regava a produção de moda, reforçando uma concepção sua que não se desvincule deles o corpo como importantes artificios agregadores de ideias. Anos depois isto acarretaria uma sexualização exacerbada da indústria da moda para com o corpo feminino. Mas, como continua Campos (2020):

Ele passou a ser evidente em imagens de circularidade cotidiana, ordinárias: reclames publicitários, montagens cinematográficas, nas folhinhas de *pin-ups*. “A beleza vai estar presente em seguida, com uma difusão imensa do imaginário das massas, através da cultura e das artes populares, do sonho hollywoodiano, dos ilustradores e dos produtores de *pin-ups*, das fotografias de estrelas [...]” (MICHAUD, 2012, p. 554). O corpo belo figuraria nu e erótico nos corpos fotografados e editados nas páginas das revistas masculinas que se consolidavam e ampliavam sua circulação naquela mesma época. (CAMPOS, 2020, p. 50).

Esta profusão de corpos presentes nas diversas mídias acabaria por difundir novos ideais do que seria um corpo que teria o direito de ser fotografado e publicado. Como analisaremos, estes padrões de beleza que eram criados e reforçados através do cinema, *outdoors*, desfiles de moda e revistas eróticas, impactaram direta e indiretamente no consumo de cosméticos e de remédios para emagrecimento e na busca por cirurgias plásticas. Modelos de corpos anteriores eram superados, ao passo que novos padrões eram formatados e bombardeados nas mídias. Mas, de que modo o corpo se alinha com as práticas vestimentares e de adorno fora do Norte Global?

Penso que é interessante abordarmos sobre as mulheres Padaung, membros da etnia Karen, que residem na região oeste da Tailândia. Internacionalmente reconhecidas como “mulheres-girafa,” essas mulheres adornam seus pescoços com numerosos colares feitos de latão. A partir dos cinco anos de idade, elas começam a usar os primeiros colares, e ao longo dos anos, adicionam gradualmente mais, resultando na modificação e alongamento do pescoço.

Figura 19 – Mulheres Padaung

Reprodução: *Green Me Brasil*

O uso de colares no pescoço é uma prática ancestral, originalmente adotada como uma medida de proteção contra ataques de tigres. Com o tempo, essa tradição transformou-se em parte da cultura local. Hoje, essas mulheres são reconhecidas em todo o mundo por sua aparência única, que é resultado dessa prática, muitas vezes despertando surpresa no Ocidente devido à modificação gradual dos pescoços ao longo dos anos.

É interessante notar que, o Ocidente, que demonstra grande fascínio pelas cirurgias plásticas para alterar a própria aparência, como evidenciado pelo Brasil, atualmente líder mundial em número de cirurgias plásticas realizadas anualmente, com mais de 1 milhão de procedimentos, frequentemente encara com estranheza a realidade dessas mulheres. O “outro” é sempre o diferente, o horrendo, o que não deve ser seguido.

Dado estes exemplos, percebemos como a moda pode moldar os corpos. O corpo e a roupa e/ou adornos constituem um movimento dialético. Mas, o corpo nu também faz moda, também constitui identidade, também se expressa e se comunica. Percebemos que, como um campo complexo munido de disputas simbólicas, a moda possui um polo dominante, regido pelas classes dominantes, que tenta difundir seus valores e ideias através da vestimenta e das tendências que são circuladas. E não

havia um período mais profícuo para essa difusão, como a década aqui estudada. Eram tempos de uma intensa circulação cultural, um movimento transatlântico de difusão de ideias e movimentos. Desde então, padrões estéticos e vestimentares foram e ainda são propagados, através de revistas, publicidades, comerciais. Mas, como também veremos a seguir, está sempre em curso a padronagem dos corpos.

3.2 A PADRONAGEM DE CORPOS

Os padrões de beleza, de corpo e de moda mudaram e continuam transformando-se constantemente ao longo da história humana. Cabelos alongam-se, ficam mais curtos, corpos robustos são o padrão, mas posteriormente a magreza dita a regra, as cores sóbrias compõem os corpos da população, com o passar dos anos sendo revestidas pela multiplicidade de cores. Padronagem de tecidos é quando na tecelagem há um trabalho repetitivo no próprio tecido, para criar um padrão que será reforçado através de toda a estampa. Assim penso que também ocorre com os corpos, que são levados a se multiplicarem de forma parecida para inventar e/ou reforçar um padrão estético.

Como dito anteriormente, não penso a moda como uma construção linear, uma evolução. Ela é composta de ciclos e espirais, propondo novas regras e estilos que devem ser seguidos, mas que caem no ostracismo com o passar dos anos, sendo novamente revisitados décadas ou até poucos anos depois. Como bem frisou Walter Benjamin em sua obra *As Passagens*, publicada após a sua morte:

O novo é uma qualidade independente do valor de uso da mercadoria. É a origem da aparência que pertence de modo inalienável às imagens produzidas pelo inconsciente coletivo. É a quintessência da falsa consciência cujo agente infalível é a moda. Essa aparência do novo se reflete, como um espelho no outro, na aparência da repetição do sempre-igual. O produto dessa reflexão é a fantasmagoria da “história cultural”, em que a burguesia saboreia sua falsa consciência. A arte, que começa a duvidar de sua tarefa e deixa de ser “inseparável da utilidade” (Baudelaire), precisa fazer do novo o seu valor supremo. (BENJAMIN, 2009, p. 48).

Seguindo esta lógica, percebemos que a renovação constante dos sentidos da moda se dá não na praticidade – ou o valor de uso, segundo a teoria marxiana⁸ –,

⁸ Sobre o valor de uso, o doutor em Filosofia Gutemberg Miranda diz que: O valor-de-uso é uma categoria que expressa a relação dos homens com as coisas, contudo expressa também a relação do homem com o valor. Para que haja valor, é necessário que haja valor-de-uso em oposição ao valor-de-troca. Porém, existem valores-de-uso que não são valor, ou seja, que não fazem parte de uma relação valor e, por isso, não podem ser considerados mercadorias: “Uma coisa pode ser valor-de-uso sem ser valor.” (MARX, 2008, pág.62) A distinção que Marx faz entre valor-de-uso e valor ou entre valor-de-uso e mercadoria serve para demonstrar a existência da relação valor. Um valor-de-uso que não é valor representa um valor-de-uso fora da relação valor ou que não possui valor-de-troca e, por isso, não pode ser considerado uma mercadoria. [...] Valores-de-uso produzidos socialmente satisfazem necessidades humanas e sociais, ou seja, satisfazem necessidades para si e para outrem. A sociedade possui necessidade de valores-de-uso, mas enquanto valor-de-uso social. Nesse sentido, a necessidade humana e individual é supressumida no valor-de-uso social, que passa a instituir necessidades sociais de valores-de-uso igualmente sociais. Ao tornar-se um valor-de-uso social, o valor-de-uso satisfaz necessidades sociais e não apenas individuais. As necessidades individuais passam a depender do

mas sim na importância visual e o valor simbólico penetrado naquele produto. Como abordei no capítulo anterior, esta renovação constante também reflete o caráter de classe que a nossa sociedade possui, a necessidade de distinção de um grupo para com o outro.

No capitalismo, as mercadorias carregam em si a lógica da moda, de sempre mudar, de laçar o ser humano com sua fantasmagoria⁹, de transformar-se em produto de desejos. Entre eles está o corpo. Pelos, carne, sangue, ossos. O corpo humano ao longo da história ocidental sofreu mudanças e mutilações, para assim adaptar-se às novas modas do corpo desejável e perfeito, o corpo padrão. Como frisaram Villaça e Góes na obra *Em nome do corpo* (2014):

A tendência da sociedade de consumo é atribuir ao indivíduo a responsabilidade pela plasticidade do seu corpo. Com esforço e trabalho físico, ele é persuadido a alcançar a aparência desejável. O que se vê na mídia, através de colunas de aconselhamento, de editoriais, é a proposta de um ideário religioso/esportivo de mandamentos e de maratonas a serem seguidos e vencidos. As rugas, a flacidez muscular e a queda de cabelo que acompanham o envelhecimento devem ser combatidas com uma manutenção corporal enérgica, a ajuda de cosméticos e todos os recursos da indústria de embelezamento. Como bem assinala Beatriz Sarlo, no cenário público, os corpos devem adequar-se à função perfeita, à prova de velhice que antes se esperava das mercadorias. (VILLAÇA; GÓES, 2014, p. 22).

Assim sendo, percebemos que o corpo acaba tendo que acompanhar as modas que são pensadas para as mercadorias. Ele possuía valor de troca em diversas sociedades, como também ainda possui na contemporaneidade, em suas diferentes concepções. É vendido como arte, como desejo, como beleza, como mercadoria,

valor-de-uso não apenas como um objeto natural exterior, mas como um valor-de-uso socialmente produzido como valor. O valor-de-uso se transforma em valor sem deixar de ser valor-de-uso, ou seja, o valor é uma expressão social do valor-de-uso. A proximidade do trabalho com o valor-de-uso é desvelada por meio da relação de valor, e o valor-de-uso social expressa o caráter social do trabalho como força de trabalho. Assim como a mercadoria é o exemplar médio da espécie, a força média de trabalho é o que permite a existência do valor-de-uso enquanto valor-de-uso social. O trabalho é tão social quanto o valor-de-uso, e essa identidade entre trabalho e valor-de-uso se desvela através do valor-de-uso social. (MIRANDA, 2021, p. 2 – 3).

⁹ Para entender melhor sobre a “fantasmagoria” utilizada por Walter Benjamin, coloco o trecho de um texto do professor da UNICAMP Fabio Mascaro Querido: Nas “notas e materiais” dedicados à compilação de passagens ou à reflexão sobre Marx (2006, p. 693-711), Benjamin sustenta que a cultura da “sociedade produtora de mercadoria”, isto é, a “imagem que ela produz de si mesma” (...), corresponde ao conceito de fantasmagoria”, já que, entre outras coisas, esta imagem oculta a lembrança da forma como as mercadorias surgiram, ou seja, de como (e por quem) elas foram produzidas (idem, ibidem, p. 711). É neste sentido que as mercadorias, enquanto objeto de consumo, transformam-se em “objetos mágicos” que, mais do que apenas revelar uma reificação do produtor em relação ao objeto produzido, eleva-se como representação fetichizada da própria cultura hegemônica em suas variadas formas de expressão concreta. (QUERIDO, 2013, p. 224 – 225).

como capital. Os diversos aspectos que permeiam o corpo humano – especialmente o feminino – são fruto de constructos históricos que tomam a nossa carne como objeto.

Comemos o corpo de Cristo e bebemos o seu sangue aos domingos. Corpos desnudos marcam a história da arte, da Vênus de Milo (II a.c.) a Vênus de Boticelli (1485 – 1486), desejamos os corpos presentes nas revistas eróticas, queremos ser como os que estão presentes na *Vogue*. A nossa relação com nosso corpo e com a órbita de corpos que nos circunda é forte ao longo da nossa história, tornando-se uma relação de prazer ou repulsa, sagrada ou profana, a depender do contexto histórico.

Como notamos, o corpo é artifício de repulsa, pecado, correção, culpa, ao passo que ele também pode ser considerado um templo sagrado, um reduto do belo, uma arte. É na moda que ele encontra um espaço interessante de culto, nas passarelas, nas vitrines e principalmente nos jornais e revistas voltados para a moda, como a *Vogue* (1892–atualmente) e a *Harper's Bazaar* (1867–atualmente). Estas, assim como jornais impressos que reservavam uma seção para as modas e costumes, tratavam e ainda tratam de transformar o corpo em uma ágora de debates, na qual se discute sobre os quilos que deve possuir para estar na moda, sobre qual meia usar para esconder as imperfeições das pernas, quais cosméticos fazer uso para esconder as marcas do tempo, o maior amigo e inimigo da moda.

O tempo, que não é linear na moda. Os tempos se cruzam, passado, presente e futuro dançam de mãos dadas a canção da moda. Porém, o tempo também é ardiloso, ele nos leva para a morte, esta que deve ser evitada a todo custo. O tempo nos marca, nos rasga, crava suas unhas no corpo humano, e a indústria da moda e da beleza nos induzem a combatê-lo por meio de produtos, cosméticos, maquiagens, acessórios. As marcas do envelhecimento seriam frutos do tempo, já a eterna juventude seria a nossa vingança contra ele. Como frisou Nizia Villaça e Fred Góes na obra *Em nome do corpo* (2014):

Nos anos 60, nos países ocidentais, ocorre um fenômeno socioeconômico extraordinário: o advento dos *teenagers* (entre 13 e 20 anos), segmento considerado uma classe à parte e que vai determinar o surgimento de uma palavra mágica, o “estilo”. Os estilistas constituem então uma profissão de fé: fim das roupas pesadas, sérias e obedientes. (VILLAÇA; GÓES, 2014, p. 133).

Foi na década de 1960 que o corpo jovem, esbelto e eternamente belo ganhou maior destaque e começou a ditar os novos padrões que viriam a ser regra no campo

da moda e da beleza. O corpo tinha que ser feito, remodelado, pintado e recortado. O corpo era um objeto, um produto que se valorizava, e que tinha que ser constantemente cuidado. Pernas magras e longas, braços finos, barriga chapada, cabelos lisos, olhos marcados, pele sem marcas de envelhecimento, estes padrões estavam sendo constantemente reforçados, como diz a historiadora Denise Bernuzzi de Sant'Anna, em sua obra *História da beleza no Brasil* (2014):

Na mesma época, a moda das calças *saint-tropez* soltava a cintura e apertava os quadris, valorizando barrigas magras e nádegas femininas que começavam a empinar. A cintura solta não bastava ser fina, “de pilão”, conforme se dizia. O cós baixo das calças, assim como o uso do biquíni, demandava que toda a barriga fosse magra, firme e bronzeada. Passou a ser feio ostentar alguma saliência ou flacidez logo abaixo do umbigo.

Essa nova silhueta, que não exigia apenas a cintura fina, mas o afinamento e o endurecimento de todo o ventre, colocou na ordem do dia uma feminilidade estreitamente relacionada à adolescência. No passado recente, o mais novos imitavam os mais velhos. Tempos depois, essa equação seria invertida. Os mais velhos, para não serem considerados “quadrados” ou “coroas”, passariam a ser assiduamente estimulados a aderir à moda adolescente. Mas, no cinema, várias vezes, “sucesso soletrava-se su-sexo”. O *sex appeal* em voga exigia que as estrelas de Hollywood aderissem ao biquíni e não escapassem às cenas de nudez. (SANT'ANNA, 2014, p. 128).

Como podemos perceber, estes padrões eram criados e recriados nestas revistas de moda, assim como em jornais impressos por exemplo. Eram – e ainda são – dotados de uma fantasmagoria, uma aura que inebria quem os visualiza, criando assim um desejo que nos atravessa e nos atrai para cairmos nos encantos destes novos padrões, que como a moda vestimentar também são cíclicos e mudam ao longo da história humana.

Inebriado pela fantasmagoria que circunda estas noções de beleza e do que seria um corpo perfeito, o sujeito é levado a buscar encaixar-se nos padrões impostos. Academia de musculação, cosméticos, maquiagens, vitaminas, assim como roupas, são mobilizadas para criarem suporte para os indivíduos alcançarem o objeto, o belo, o corpo perfeito, que seria desejado. Villaça e Góes (2014) reforçam o debate:

A tendência da sociedade de consumo é atribuir ao indivíduo a responsabilidade pela plasticidade do seu corpo. Com esforço e trabalho físico, ele é persuadido a alcançar a aparência desejável. O que se vê na mídia, através de colunas de aconselhamento, de editoriais, é a proposta de um ideário religioso/esportivo de mandamentos e de maratonas a serem seguidos e vencidos. As rugas, a flacidez muscular e a queda de cabelo que acompanham o envelhecimento devem ser combatidas com uma manutenção corporal enérgica, a ajuda de cosméticos e todos os recursos da

indústria de embelezamento. Como bem assinala Beatriz Sarlo, no cenário público, os corpos devem adequar-se à função perfeita, à prova de velhice que antes se esperava das mercadorias. (VILLAÇA; GÓES, 2014, p. 22).

Todos os tipos de corpos são publicados? Os pretos, os pobres, os corpos com deficiência? O ideal de um corpo perfeito foi tomando as páginas das revistas no século XX e mais ferrenhamente em sua segunda metade. Corpos muito magros, como da modelo britânica Twiggy, brancos e pertencentes às elites, estampavam as páginas das principais revistas dedicadas a moda e beleza, como também nos anúncios publicitários das grandes grifes. Como assinalou Denise Bernuzzi de Sant'Anna (2014):

No universo da moda internacional havia modelos consideradas moderníssimas, como Veruschka e Twiggy. Ainda não se falava em top model. O sucesso estava com as manequins, também conhecidas pelo termo “maneca”, o que já significava um considerável trabalho sobre o próprio corpo: dieta, uso de cosmético, bronzamento e a produção de um ar irreverente, seguro de si. A pose das manequins retratadas pela imprensa mostrava gestos que, no passado recente, seriam considerados abruptos, excessivamente narcisistas, impróprios às moças de boa família. Mas, agora, abrir as pernas, saltar, fazer careta, tornavam-se qualidades, provas de inteligência e beleza. Ser bela era ser diferente, afirmava a publicidade. (SANT'ANNA, 2014, p. 129).

As supermodelos ainda não estavam em voga, mas manequins como Twiggy começavam a fazer sucesso no campo da moda. A modelo, que ficou famosa a partir de 1966, rompia com os paradigmas até então vigentes, sendo ela muito magra, com olhos grandes, cabelo curto e jovem para os padrões de modelos da época. Com grandes cílios postiços, maquiagem marcante, uma magreza que se destacava, Twiggy logo virou sinônimo de beleza e de padrão normativo do que seria uma mulher bonita da década de 1960 em diante, uma mulher magra e que parecesse sempre jovem.

Como explicitou a historiadora Daniela Novelli em sua dissertação, defendida no âmbito da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), a juventude ganhou um papel crucial na publicidade de moda do século XX, especialmente dos anos 1960 em diante. Trabalhando com a categoria social da “juvenilização”, segundo Novelli, o modelo “beleza-magreza-juventude” – difundido até a atualidade – é reforçado principalmente a partir da década de 1960. De acordo com a historiadora:

A afirmação da juventude desempenha um papel vital na produção publicitária e a imagem de um corpo altamente desejável, idealizado, irreal, inatingível tornou-se peça-chave para essa subjetivação, servindo como um importante suporte para as intencionalidades das marcas. (NOVELLI, 2009, p. 250 – 251).

Temos, então, Twiggy:

Figura 20 – Twiggy na capa da *Vogue*, 1967



Fonte: Fundação Avedon

Figura 21 – Twiggy (1967)



Figura 22– Twiggy (1967)



Fonte: Vogue

Nas imagens acima podemos visualizar Twiggy na revista *Vogue*, no ano de 1967. Na capa, a jovem destacada em um *close*, com uma maquiagem colorida, cílios postiços, boca marcada. As cores em tons alegres realçam a sua juventude, as flores no rosto e no casaco reforçam a feminilidade. Já nas figuras 21 e 22, que podem ser encontradas na mesma edição da revista, a modelo conduz uma motocicleta usando um vestido curto, meias, sapatos e esbanja gargalhadas e abusa das poses descontraídas. A jovialidade está presente nas três imagens, enfatizando o novo padrão que entraria em voga, o da juventude eterna e magra. Denise Bernuzzi de Sant'Anna abordou a magreza em seus escritos, como podemos ver a seguir:

Magras, com cabelos lisos, cílios postiços e batons claros, as misses dos anos 1960 já anunciavam a tendência seguinte: a emergência da top model. A magreza podia não ser apreciada por muitos brasileiros, mas, na propaganda impressa de cigarros, bebidas alcoólicas, automóveis e roupas, ela era associada ao estilo de vida de pessoas ricas, modernas e grã-finas. (SANT'ANNA, 2014, p. 131).

Os cuidados com o corpo aumentavam, o capital que orbitava os corpos se destacava. Como diz Bernuzzi de Sant'Anna, era “a década do eu” (SANT'ANNA, 2014, p. 132). A década de besuntar a pele com cosméticos para tirar rugas, para não envelhecer, de pintar a pele com maquiagem, mas também era a década do prazer, da “revolução sexual”, do debate sobre liberdade da sexualidade, dos estudos sobre a pílula anticoncepcional. Era um período de repressão, como também de intensos debates e subversão.

Enquanto os brasileiros viviam o endurecimento da ditadura, seguido por uma violenta repressão aos movimentos sociais e estudantis, algumas reportagens anunciavam que “a década do eu” havia chegado para ficar. Essa hipótese coincidia com a valorização do amor por si mesmo, presente na publicidade e expresso em diversos artigos da imprensa nacional. Ela também expressava a importância do tema “corpo”, especialmente pelo viés da sexualidade. (SANT'ANNA, 2014, p. 132).

Como percebemos na citação de Sant'Anna (2014), mesmo em uma década de repressão dos corpos dissidentes, desviantes da regra e da ideologia dominante, os brancos, das elites e da moda ainda eram valorizados como nunca visto. Os corpos recebiam projeção nas páginas dos jornais, nas capas das revistas, na publicidade, assim como ganhavam papel central nas artes de performance, como dito anteriormente. Sant'Anna continua o debate:

A proposta de gostar do próprio corpo ainda causava estranheza e alimentava preconceitos, podendo soar como um capricho típico das vadias e dos homossexuais. Mesmo assim, em meio às suspeitas resistentes aos novos ventos da história, milhares de jovens contrariaram os antigos costumes. Tabu da virgindade, união livre, sexo pelo sexo e uso de drogas transformaram-se em temas centrais, dentro e fora das universidades. Em várias partes do mundo, muitos estudantes e militantes reivindicaram “uma sociedade contrária à cultura capitalista e à burguesia consumista e conformada”. (SANT’ANNA, 2014, p. 132).

O sexo estava em voga, assim como a união livre e a juventude. O debate sobre a rebeldia dos jovens e estudantes ganhava forma, tal como a ação direta. Manifestações tomavam as ruas da França no mês de maio de 1968, contra a opressão sexual, o conservadorismo, as guerras, assim como a repressão do governo para com os manifestantes. As críticas ao capitalismo também cresciam, imagens de Vladimir Lenin e Mao Tsé-Tung estampavam cartazes colados nas paredes francesas, a juventude questionava o sistema dominante e propunha mudanças para aquele cenário retrógrado.

Não demorou para as manifestações chegarem ao Brasil: com pautas nacionais como o acirramento da ditadura civil-militar, as ruas foram tomadas por jovens universitários, artistas e famílias que denunciavam o impacto negativo do regime na vida dos brasileiros, na liberdade de pensamento, assim como na produção artística e cultural. Todo este cenário acabou sendo captado pela publicidade e pela moda, pois o capitalismo transforma as mais variadas lutas e reivindicações em mercadoria. Como explicou Sant’Anna: “a rebeldia juvenil exprimia uma parte da descontração corporal rapidamente captada pela publicidade. A imagem da revolta era lucrativa, conquistava novas fatias do mercado e fornecia aos anúncios uma aura juvenil”. (SANT’ANNA, 2014, p. 143). Como podemos ver na imagem a seguir, uma campanha publicitária da empresa do ramo têxtil Rhodia:

Figura 23 – Campanha da Rhodia



Fonte: Livro *História da Moda no Brasil* (2014)

Na imagem podemos ver o cantor e compositor baiano Gilberto Gil, que na época ganhou notoriedade com o tropicalismo e o grandioso álbum *Tropicália ou Panis Et Circensis* (1968). A obra que continha canções de vários artistas como Caetano Veloso, Nara Leão, Gal Costa e o grupo Os Mutantes se tornou um marco na cultura brasileira e cravou o sucesso do que seria o movimento tropicalista em nosso país. Portanto, trazer esta estética para o campo da moda também era aproximar a juventude rebelde do consumo. A contracultura estava em alta, e o capitalismo e a indústria sabiam disso.

A contracultura permitia às jovens se liberarem das obrigações da depilação, do cabeleireiro e da maquiagem. Os homens podiam deixar a barba crescer, assim como os cabelos. Seus corpos não precisavam se submeter às atividades físicas como a ginástica ou o esporte. As silhuetas esguias eram ilustradas pela moda internacional, repleta de batas indianas, alpargatas, tênis, além das mochilas e pochetes feitas com tricô, crochê e tecidos de algodão. [...]. Parecia uma libertação e, de fato, era. Para vários jovens (incluindo os rapazes), a contracultura, assim como a influência dos movimentos pelos direitos dos negros nos Estados Unidos, forneceu uma aura positiva aos cabelos crespos. No universo artístico, muitos jovens, como Gal Costa, Caetano Veloso, Maria

Bethânia, entre outros, já assumiam seus volumes capilares. Os cabelos longos e crespos pareciam mais rebeldes do que quaisquer outros, um

símbolo de liberdade, coragem e, portanto, beleza. (SANT'ANNA, 2014, p. 143 - 146).

Nas fontes localizadas nesta pesquisa, percebemos a influência que os movimentos sociais e os debates políticos da época alcançaram, seja em filmes, como *A Chinesa* (1967), do diretor francês Jean Luc-Godard (1930–2022), e *Terra em Transe* (1967), do diretor baiano Glauber Rocha (1939–1981). Na revista *A Cigarra* temos como exemplo a propaganda a seguir, do produto de limpeza *Odd*. Nela, há uma convocação para as mulheres se unirem contra a sujeira, uma clara referência à palavra de ordem proferida por Karl Marx e Friedrich Engels em sua obra *Manifesto Comunista* (1848).

Figura 24 – *A Cigarra*, abril de 1969



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional (BN)

Mulheres com avental, saias, meias longas que estavam em moda na época, boina vermelha, fazendo referência a uma estética de esquerda que fazia parte do imaginário da época, sendo também uma alusão àquela usada pela deusa na obra *Liberdade conduzindo o povo* (1830), de Eugène Delacroix, que se tornaria um

símbolo da Revolução Francesa (1789). Na imagem lemos os dizeres “guerrilhas contra a sujeira”, referindo-se ao contexto que estava em voga na época, das guerrilhas praticadas por grupos e partidos de esquerda, como o Movimento Revolucionário 8 de Outubro (MR-8) e o Partido Comunista do Brasil (PCdoB). Mas nos resta pensar, esta seria uma forma de homenagem aos militantes, denúncia do regime, ou uma glamourização do clima conturbado que o país estava atravessando?

Então, vemos uma estética da juventude se consolidando, influenciada pelo estilo dos *hippies* estadunidenses que questionavam o capitalismo e criticavam a ação dos Estados Unidos na Guerra do Vietnã, os estudantes que protestavam na França no maio de 1968, assim como o visual dos artistas tropicalistas como Caetano Veloso, Gal Costa e Gilberto Gil, que com suas roupas coloridas e cabelos armados ganhavam destaque no cenário musical nacional. A estética chegou também ao cinema, como nos filmes do cineasta Glauber Rocha e Joaquim Pedro de Andrade com o filme *Macunaíma*, lançado em 1969. Mas como abordou Novaes, os padrões estéticos da época, do corpo perfeito, não foram aceitos de pronto, pois, como ela diz, o corpo “rebela-se – porque fala” (NOVAES, 2011, p. 478).

Da moda do corpo ao corpo da moda, o corpo natural se desnaturaliza ao entrar em cena, conforme as exigências impostas pelos modelos vigentes ou pelo poder das normas organizadoras do ethos socio-cultural. Mas esse corpo não é apenas passivo: ele transgride, cria, rebela-se – porque fala. (NOVAES, 2011, p. 478).

Assim, como percebido ao longo deste capítulo, os padrões de moda vêm e vão, constroem-se e são destruídos, para anos depois serem outra vez colocados à venda com uma nova roupagem. Desta forma aconteceu e acontece com os padrões de beleza, pois o belo também é mutável, o que é chamado de belo outrora pode ter sido considerado feio e grotesco. Apesar de alguns parâmetros não serem aceitos de forma imediata, há um grande aparato midiático que cria um valor simbólico para aquela nova tendência, transformando o indivíduo e/ou as massas reféns do novo, do efêmero. Como comentaram Villaça e Góes (2014):

Ainda que se faça um breve histórico da moda, ligada sobretudo ao desenvolvimento do capitalismo e ao discurso individualista, na sociedade de consumo, como assinalaram Simmel e Weibel, é preciso ressaltar que as roupas, mesmo nas sociedades arcaicas, não são simplesmente funcionais. Elas constroem *habitus* pessoais que articulam relações entre o corpo particular e o seu meio, o espaço que o corpo ocupa, formas de negociação que dependem de técnicas corporais e modos de autoapresentação. O

sistema do vestuário faz parte da formação desse *habitus*, pois participa, ao lado dos treinamentos propriamente corporais, da organização de um espaço social regido por proibições e transgressões mais ou menos definidas. Os corpos são modelos por meio de tecnologias de movimento ou constrangimento e as técnicas de *fashioning* o corpo constituem a primeira e mais visível forma denotativa de aculturação, expondo códigos de conduta e construindo uma cara, uma identidade mais que marcando um corpo “natural” ou “real”. Nesse sentido, a moda é uma tecnologia de civilidade, constituindo uma segunda natureza do corpo. (VILLAÇA; GÓES, 2014, p. 122-123).

Como percebemos na citação de Villaça e Góes, o corpo habita na moda e a moda habita o corpo. Não há moda sem um corpo para ocupá-la, para ostentá-la, para torná-la uma mercadoria de distinção entre as classes sociais. Um corpo vestido é um corpo das modas, mas qual delas? A moda burguesa, a antimoda, a subversiva, a contracultural? Ela não é um sistema neutro, mas sim permeado de ideologias, políticas, lutas de classes, exploração do homem – ser humano – pelo homem. A moda, assim como outras instituições dominadas pelos ideais burgueses, difunde as ideias dominantes das classes dominantes.

Assim sendo, foi se construindo um ideal de como a mulher contemporânea deveria ser pensada a partir da visão ocidental e colonial. O tom e a maciez da pele, o corte de cabelo, a cor da maquiagem, o tecido do vestido, a altura ideal, tudo isto foi sendo acoplado aos ideais daquilo que seria feminino entre os anos 1960 e 1970 e que acabaram se perpetuando nas décadas seguintes. Como bem especificou Nízia Villaça na obra *A edição do corpo: tecnociência, artes e moda*:

Assim, para discutir o corpo no processo social, é preciso demonstrar como ele é ao mesmo tempo material e social, ou seja, como aspectos fundamentais do processo material, sem perder em especificidade, são constituídos por relações com os outros corpos em sociedade. (VILLAÇA, 2014, p. 15).

É importante percebermos a construção destes novos ideais de corpos para analisarmos quais apareciam nos jornais e revistas em matérias que tratavam sobre moda. Os corpos publicados ficavam mais magros, os movimentos corporais nas fotos aumentavam, ao passo que essa possível liberdade que se estava tentando almejar vinha recheada de padrões e formas inéditos que deveriam ser seguidos. Como veremos a seguir, o corpo a cada momento se transformava mais em capital, em um corpo-espetáculo.

3.3 O CORPO-ESPETÁCULO

A cada ano que passava o campo da moda e a indústria da beleza exploravam mais e mais o corpo – especialmente o feminino – transformando-o em uma extensão da roupa e também em um protagonista nas campanhas publicitárias. Diferente das décadas anteriores, quando o foco na publicidade de moda era dado exclusivamente à roupa que estava ali para ser vendida, ao passo que quem modelava era quase como um cabide para portar a vestimenta, nos anos 1960 e 1970 as modelos se destacam nas fotografias, como diz Villaça (2014):

A partir deste momento, a modelo encara mais a câmera e ensaia sorrisos espontâneos. O número de fotos em dupla dobra, como se sugerisse um maior companheirismo entre as mulheres. As roupas estão mais curtas e sugerem uma liberdade de movimento. (VILLAÇA, 2014, p. 184).

Liberdade esta que não se deu do dia para a noite, mas foi sendo construída. Pautas feministas e do incipiente movimento LGBTQIA+ ganhavam espaço na época, assim como um maior clamor pela liberdade sexual, encabeçado pela juventude de então. A sexualidade estava sendo um pouco mais debatida do que anteriormente, refletindo-se também em uma sexualização dos corpos, assim como na produção de revistas voltadas para o público masculino adulto. Esta difusão de revistas adultas era marca de um período histórico em que a sexualidade estava saindo da sombra da sociedade e sendo exposta e debatida. Como frisou a historiadora Daniela Queiroz Campos:

Foi na segunda metade do século XX que as chamadas revistas masculinas eróticas iniciaram uma consolidada circularidade. É a sociedade pós Grandes Guerras Mundiais que começou a produzir, a imprimir e a consumir essa categoria de periódico. (CAMPOS, 2020, p. 46).

Esta circularidade dos corpos em revistas e jornais e um aumento nas produções da indústria de cosméticos e produtos para beleza transformavam aquelas duas décadas – que se contrapunham às ideias vigentes de beleza das anteriores, que debatiam sexualidade, que lutavam contra a repressão do Estado – em um período em que o culto ao corpo, a magreza, e as intervenções crescesse exponencialmente. Na obra *Adeus ao corpo: Antropologia e sociedade*, David Le

Breton fez um estudo aprofundado sobre a visão humana perante o corpo e as intervenções que fazemos em nós mesmos. O autor diz:

Tomam-se produtos para dormir, para acordar, para ficar em forma, para ter energia, aumentar a memória, suprimir a ansiedade, o estresse, etc., tantas próteses químicas para um corpo percebido como falho pelas exigências do mundo contemporâneo, para permanecer flutuando em um sistema cada vez mais ativo e exigente. (BRETON, 2013, p. 22).

O corpo se torna um objeto que deve ser diariamente cuidado. O culto ao corpo e o culto à moda crescem, assim como a divulgação de um corpo atlético, que pratica esportes. Mas é importante frisar: a moda e a beleza não são entidades místicas, mas são moldadas a partir dos gostos das elites dominantes. Estes gostos dominantes que se difundem e alcançam uma parcela da população das grandes cidades, como Recife e São Paulo, os maiores centros de suas respectivas regiões. Neste último item do segundo capítulo trarei uma análise comparativa da representação do corpo feminino na publicidade de moda nas décadas de 60 e 70, trabalhando a partir da revista *A Cigarra*, como também do jornal *Folha de São Paulo* e *Diário de Pernambuco*, tentando perceber as conexões e divergências que poderia haver entre os impressos e se este culto ao corpo conseguiu adentrar nos jornais da época. Estas cidades vestiram o que se destacava no período? Como Recife e São Paulo despontavam no cenário da moda nacional da época?

3.3.1 Um corpo fechado

Tecer uma pesquisa sobre a história da moda é também costurar e descosturar as tramas referentes ao uso e à representação do corpo a partir das fotografias. Um corpo, vestido ou despido, é um corpo da moda que carrega um tecido transmitindo mensagens sobre sua classe social, gênero, gosto cultural. A roupa não é somente um pedaço de pano, ela é um item material que materializa o nosso ser através de costuras, cores e tecidos. Villaça (2014), em sua obra *A edição do corpo*, nos fala um pouco sobre esta relação entre corpo e roupa:

Assim, para discutir o corpo no processo social, é preciso demonstrar como ele é ao mesmo tempo material e social, ou seja, como aspectos fundamentais do processo material, sem perder em especificidade, são constituídos por relações com os outros corpos em sociedade. (VILLAÇA, 2014, p. 15).

O corpo que compõe a moda participa de uma troca, vestimos a roupa e ali escondemos nossa nudez, mostramos nosso status social, a nossa cultura, ao passo que a roupa nos transforma em sua extensão, pois há roupa sem corpo, mas ele a completa. Abordarei isto como um todo de um *corpo fechado* e um *corpo aberto*. O *corpo fechado* para a exterioridade, majoritariamente sem muita expressão corporal, sem exhibir muito da modelo. Já o *corpo aberto* seria uma ampliação desta com a câmera, uma maior presença no cenário. No entanto, esta não foi uma ruptura dramática entre 1969 e 1970, porém uma mudança gradual, que foi sendo experimentada por algumas marcas, revistas e fotógrafos de moda.

Este corpo fechado orbitava a publicidade de moda desde meados do século XX, e perdurou até a segunda da década de 60. É importante saber que a moda enquanto sistema era tecida e difundida pelas e para as elites econômicas; ela era pensada, assim, para mulheres na casa dos 30 a 50 anos com um capital econômico e cultural suficiente para estar por dentro das tendências e adquiri-las. Desta forma, a fotografia de moda representava este público, com modelos balzaquianas, que gesticulavam pouco nas fotos, que tinham movimentos contidos. A moda é uma materialização de uma época, e as fotografias a seguir nos mostram bem isso. Publicadas na revista *A Cigarra*, no ano de 1964, conseguimos ter um bom panorama do *corpo fechado*.

Figura 25 – *A Cigarra*, fevereiro de 1964 **Figura 26** – *A Cigarra*, fevereiro de 1964



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional (BN)

Vemos nestas duas figuras uma boa ilustração de como se dava publicidade de moda na primeira metade da década de 1960. Corpos contidos, mãos nos bolsos, pés remetendo a pose de bailarinas, nenhum movimento muito brusco, sorriso tímido. As modelos, na faixa dos 30 a 40 anos, demonstravam maturidade e elegância. Cores sóbrias compõem as roupas, o preto e o branco imperam. Uma moda confeccionada para mulheres da classe média e das elites.

Analisarei a seguir os *corpos abertos*. Um corpo que não é contido no cenário sóbrio da fotografia de moda, que sorri, que se movimenta. Um corpo que é revestido pela roupa, mas que também a veste, um corpo que expressa liberdade. Todavia, a partir de 1970, houve uma brusca ruptura na representação destes corpos na publicidade de moda? A partir de quando isto começou a mudar?

3.3.2 Um corpo aberto

No fim da década de 1960 e no começo da de 1970, as seguidoras do crescente Movimento de Libertação Feminina tendiam a ser antimoda. Contudo, os textos a favor da libertação, como *The Feminine Mystique* (1963), de Betty Friedan, e, em 1970, *The Female Eunuch*, de Germaine Greer, e *Sexual Politics*, de Kate Millett, tiveram uma influência formadora sobre muitas jovens com consciência da moda e consciência social: o visual menininha foi abandonado por estilos mais “adultos”. O vestuário antiautoritário e de protesto assumiu a forma da roupa “hippie” estereotipada ou do adorado macacão de trabalho de algumas feministas. O ano de 1968 viu a estreia de *Hair*, anunciado como o musical de amor e rock tribal americano. Este celebrava não apenas os cabelos compridos – o sinal mais evidente de rebelião juvenil –, mas também o caráter permissivo do movimento *hippie*, com sua postura liberal diante do sexo e das drogas. (MENDES; HAYE, 2009, p. 195 – 196).

O corpo na moda é também uma expressão de sentimentos, de ideias, de arte. Como bem citou Michaud (2016) se referindo às expressões artísticas: “na arte no século XX, o próprio corpo [...]. No decurso do século XX ocorre uma des-realização das obras em benefício do corpo enquanto veículo da arte e das experiências artísticas.” (MICHAUD, 2016, p. 558) Podemos, então, fazer um paralelo entre a produção de arte e a moda, esta segunda que ainda não realizava grandes desfiles na primeira metade da década de 1960, que ainda não havia passado pelo *boom* das grandes modelos e que em seus editoriais não dava grande destaque para os corpos que ali habitavam aquelas roupas. No entanto, na segunda metade desta e no início da década seguinte, os grandes desfiles já eram realidade, jogavam mais

holofotes às expressões corporais e as modelos eram transformadas em ícones de beleza.

Entre 1968 e 1975 o mundo ocidental passava por diversas mutações, embates e contestações. O maio de 68 na França marcou uma geração que contestava os valores e regras vigentes, da França ao Sul Global os movimentos estudantis e sociais cresciam, a luta armada despontava no Brasil, a Tropicália marcava uma geração de jovens. Os debates sobre direitos políticos, feminismo, liberdade sexual e corporal se acentuavam, e a moda foi tomada por eles, que não mais poderiam ficar alheios a este campo. Villaça e Góes comentam em sua obra *Em nome do corpo* (2014):

Tal imaginário de libertação tem como pano de fundo o movimento estudantil de maio de 68, que repercutirá no Ocidente paralelamente à loucura californiana. É a política do “desbunde” e da contracultura. No Brasil contraditadura, a moda mostrará sua cara. Num movimento neoantropofágico, o tropicalismo, manifestação híbrida e multifacetada, ocupará a mídia, abrindo o espaço para que a moda passe a ser lugar de atitude e comportamento que se acentuará nas décadas seguintes.

No início dos anos 70, as coleções dos estilistas ameaçam a alta-costura com performances cada vez mais ousadas que procuram testemunhar a tomada de consciência político-social, jogando as distancias, com as fronteiras e racismos. Os lugares escolhidos como cenário dos desfiles são cada vez mais surpreendentes: estações de metrô, caves, pátios, no lugar de salões e das maisons de alta-costura. O anticonformismo é a tônica. O espetáculo da moda que hoje impera tem aí a sua origem, convocando fotógrafos, fabricantes, estrangeiros, compradores de magazines, jornalistas, aproveitadores e voyeurs.” (VILLAÇA; GÓES, 2014, 134 – 135).

O forte caráter político destes anos reverberou no cinema, nas artes visuais e na produção musical, como também na moda. As minissaias acima dos joelhos continuaram, ao mesmo tempo que foram acompanhadas pelas saias longas que remetiam a estética hippie; estampas tomaram os corpos da juventude, os cabelos naturais ganharam poder, principalmente os crespos, barbas emolduravam os rostos dos jovens, miçangas e sapatos com plataforma complementavam o *look*. Assim sendo, percebemos uma forte influência *hippie* nas vestimentas, porém no Brasil o movimento da Tropicália também ajudava a construir esta nova estética que perpassava a moda do período.

Figura 27 e 28 – A Cigarra, março de 1973



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional (BN)

Nas imagens acima notamos a discrepância entre estas e as imagens de 1964. Poucos anos se passaram, mas a mudança foi gritante. Sorrisos e gargalhadas, braços abertos, pernas em movimento, mãos expostas. As modelos mais jovens representam a nova moda que incluía a juventude em seu meio. Nas fotografias do lado esquerdo, a modelo usa uma blusa que mostra a barriga com uma estampa infantil, chapéu, meia e salto plataforma. Seus movimentos nos transmitem jovialidade, quase uma inocência.

Do lado direito vemos *looks* mais maduros. A calça boca-de-sino nos revela bem sobre qual época esta fotografia foi produzida. Os tamancos em plataforma dão um toque mais jovem, o cenário completa a mensagem de que aquela seria uma roupa para o verão. Os cenários se casam com as roupas e os movimentos corporais das modelos, pois como vimos nas fotografias de 1964 os cenários eram sóbrios ou não muito elaborados, já que o destaque quase sempre era dado única e exclusivamente para a roupa. No entanto, da segunda metade da década de 1960 para os anos 1970, isto mudou, os cenários eram importantes para complementar a narrativa. Como citou em seu livro, Faux (2000, p. 174) diz: “Os movimentos marginais dos anos 60-70 influenciaram novas imagens de beleza e dariam nascimento à moda étnica, à *body art*, à *pop art* e ao *flower power*. Aos poucos, a imagem da jovem adolescente começou a passar de moda.”

Figura 29 – A Cigarra, março de 1973



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional (BN)

Esta estética de libertação também se reflete na presente imagem, que mostra uma modelo usando estampas tribais, comumente usadas pelos adeptos do movimento *hippie* anos antes. Na imagem da esquerda, a modelo ainda usa pulseiras coloridas de miçanga, como também calça jeans, difundida pela juventude da época como uma estética de contestação e autonomia feminina, também espreada no campo da moda a partir das criações do estilista Yves Saint-Laurent.

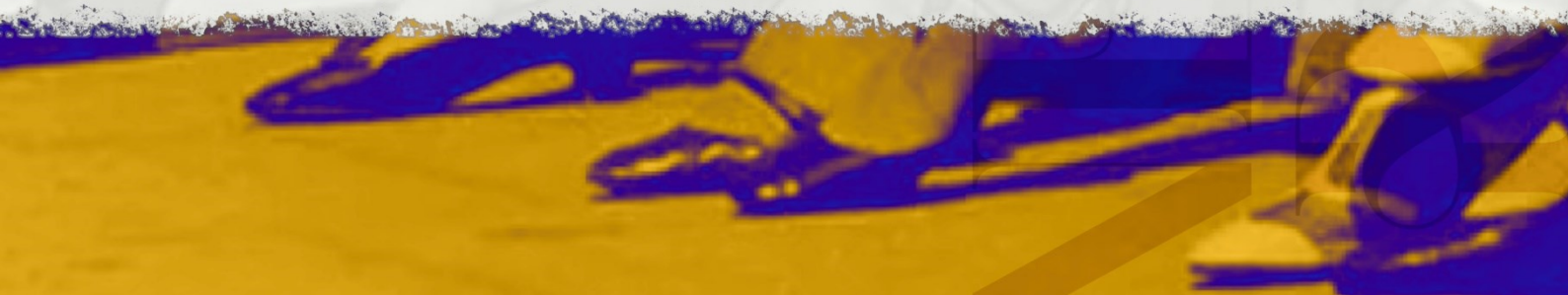
Esta moda que se pretendia como uma rompedora dos padrões vigentes nas décadas anteriores, permeada pela contestação cultural e social presente no meio dos jovens, uma maior libertação dos corpos, formou assim um *zeitgeist* deste período. Depois dos anos 1970, o corpo e as expressões corporais teriam um maior apelo no campo da moda, como bem ressaltaram Villaça e Goés (2014):

Corpos e roupas existem de forma simbiótica. As roupas são energizadas por aqueles que as vestem, bem como os corpos são atualizados pelas roupas que vestem. Aprendendo essa interdependência, a moda pode ser considerada como uma elaborada técnica corporal por meio da qual uma série de declarações pessoais e sociais são passíveis de serem articuladas.” (VILLAÇA; GÓES, 2014, p. 142).

Notamos neste artigo que corpo e moda se completam e assim formam um todo material e subjetivo. Desta forma, estudar e pesquisar a história da moda é também perceber o que o contexto cultural, social e político que acabou refletindo na confecção daquela determinada tendência nos revela, assim como é analisar quais corpos a vestiram, não somente na publicidade, mas também fora dela. Ao findar da década de 1960, a espetacularização, a exibição e a publicação dos corpos entraram em um novo capítulo da história.



4. VESTIDOS DE REVOLUÇÃO: O CORPO DESPIDO DE MODAS



4 VESTIDOS DE REVOLUÇÃO: O CORPO DESPIDO POR MODAS

Muitos querem a queda da mini-saia, mas a verdade é que, dia a dia, ela sobe mais um pouquinho... (A CIGARRA, julho de 1966, p. 72).

O corpo esguio, radiante e jovial dominava as capas e as imagens que adornavam as páginas das revistas e jornais mais eminentes nas décadas de 1960 e 1970. Figuras com roupas que refletiam a vanguarda da moda, embelezadas com símbolos de status social, marcadas pela exploração humana, e tingidas com as cores da devastação ambiental. As tendências predominantes que surgiram e se difundiram naquelas décadas se proclamavam como revolucionárias, desafiando as convenções estéticas. Até certo ponto, alcançaram sucesso nesse empreendimento, mas será que de fato houve uma revolução na moda daquela época? Em minha visão, não exatamente, mas sim um processo de disseminação permeado por críticas, protestos, aceitação e rejeição, campanhas publicitárias, e uma poderosa dose de influência simbólica da mídia.

Portanto, acredito que a última parte desta pesquisa de mestrado deva se concentrar na análise do discurso e da representação presentes na imprensa de então em relação a essa moda autodenominada "revolucionária". No entanto, é importante lembrar que inúmeras tendências foram criadas nesse período, muitas delas ocuparam as páginas dos jornais e revistas, acompanhadas de imagens, narrativas e reações variadas por parte dos escritores e leitores. Com isso em mente, foquei em um segmento específico da moda, aquele que desnudava o corpo, especialmente o corpo feminino. Trajado por peças como a minissaia e o monoquíni.

Corpo, naquele tempo, experimentava metamorfoses de padrões e formas, explorando cuidados estéticos em constante mudança. A pílula anticoncepcional entrelaçava-se nos diálogos sociais, enquanto os sujeitos LGBTQ+ buscavam libertar-se das amarras patriarcais e capitalistas. Como disse Anne-Marie Sohn na obra *História do Corpo*: "o corpo está onipresente no espaço visual, ocupa igualmente um papel sempre maior nas representações tanto científicas como midiáticas." (SOHN, 2018, p. 109). Assim, ao discorrer sobre o corpo, seja coberto por vestes ou desvelado, penso que é interessante falarmos de visualidades e de imagens.

Como já explorado em capítulos anteriores, as imagens desempenham papéis vitais na exposição dos corpos e das tendências de moda, em diversas facetas.

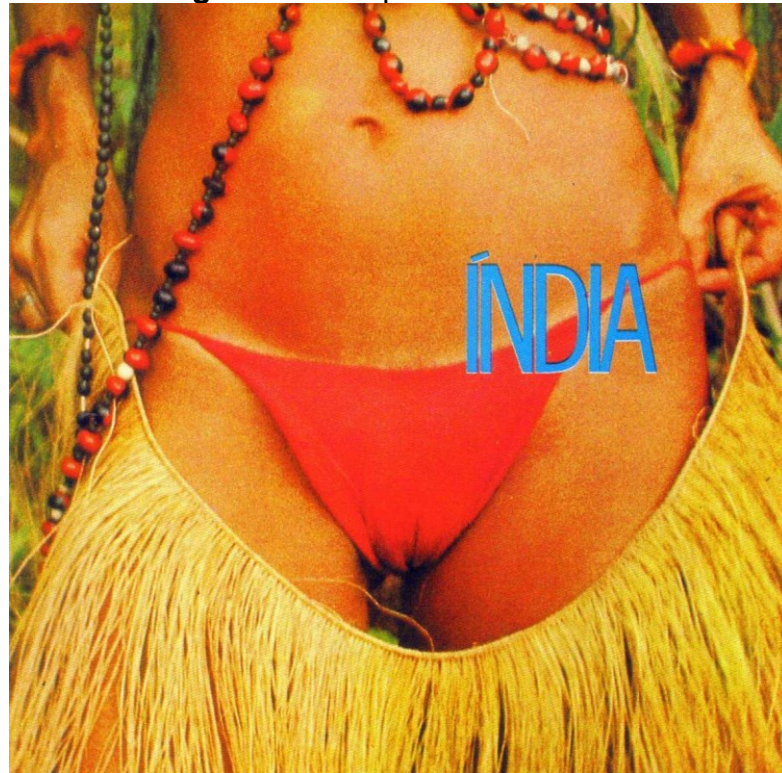
Fotografias icônicas, como a de Che Guevara capturada por Alberto Díaz Korda em 1960, que viria a adornar camisetas de jovens a partir dos anos seguintes, ou a imagem de Nick Ut retratando uma menina de nove anos, desprovida de vestes, fugindo de um ataque durante os turbulentos anos da Guerra do Vietnã, em 1972. Essas são apenas alguns renomados exemplos imagéticos dessa era que ecoam em nosso imaginário. Como abordou Susan Sontag em *Ensaio sobre fotografia* “as fotografias são experiências capturadas, e a câmara o instrumento ideal da consciência na sua atividade aquisitiva”. (SONTAG, 1986, p. 14).

Assim, neste derradeiro capítulo, vamos nos imergir no discurso da imprensa, notadamente nas páginas da revista *A Cigarra* e do jornal *Diário de Pernambuco*, enquanto exploramos as narrativas em torno das tendências do monoquini e da minissaia. Vamos sondar as colunas de moda e os ensaios de opinião que desvelam o universo destas vestimentas. Além disso, vamos desvendar de que maneira essas tendências eram retratadas nestas publicações, por meio das imagens publicitárias e de fotografias que capturam momentos de desfiles e eventos sociais, lançando nosso olhar sobre essas fontes.

4.1 A NUDEZ DA MODA

Conforme delineado nas páginas anteriores, não eram todos os corpos que dançavam ao compasso das novas modas daquela era, mas sim alguns específicos, donos de vasta riqueza econômica, capital cultural e influência social. A moda ensaiava sua revolta em um momento de aprisionamento de corpos que ousavam divergir das normas estabelecidas, um tempo de confinamento de pensamentos subversivos, mas também de uma fervorosa efervescência cultural. Era a era da Tropicália, do Cinema Novo, do Teatro Político. Portanto, não havia época mais apropriada para corpos despídos – ou quase – se banharem ao sol, suscitando suspiros nas capas de revistas, nas propagandas, bem como em obras musicais, como no caso emblemático da capa do álbum *Índia* de Gal Costa, lançado em 1973.

Figura 30 – Capa do álbum Índia



Gal Costa
Índia, 1973

Figura 31 – Contracapa do álbum Índia



Gal Costa
Índia, 1973

Na capa, a cantora despe sua vestimenta indígena, revelando uma tanga vermelha, como se se entregasse ao sol o seu bronze. Colares e pulseiras de miçangas adornam sua imagem, em contraste com o título do álbum em um azul intenso. Por outro lado, na contracapa, a artista se desnuda, expondo os seios, mantendo os colares e pulseiras de miçangas, além de um cocar. As cores da contracapa divergem notavelmente da capa, capturando dois momentos distintos desse ensaio fotográfico.

Um detalhe significativo é que o álbum *Índia* foi vendido nas bancas envolto em plástico, ocultando a seminudez de Gal Costa. Por outro lado, a contracapa foi censurada pela Ditadura Civil-Militar vigente na época devido à nudez da artista. Somente em 2015, quarenta e dois anos após a censura, a contracapa foi finalmente liberada.

Vemos com esse exemplo a forma como o corpo em desnudamento conforme como na capa, ou o seminu como na contracapa, ainda era tratado em um período de alto conservadorismo e de fortes discursos pela moral e bons costumes, discursos estes reavivados em nosso país após o golpe contra a então presidenta Dilma Rousseff (PT) em 2016. O corpo com pouca roupa ou completamente despido era sempre vigiado, seja pelos olhares atentos dos transeuntes, ou pelas câmeras da imprensa. Em relação a nudez, Georges Bataille diz em sua obra *O Erotismo* (1987):

A nudez se opõe ao estado fechado, isto é, ao estado de existência contínua. É um estado de comunicação que revela a busca de uma continuidade possível do ser para além do voltar -se sobre si mesmo. Os corpos se abrem para a continuidade através desses canais secretos que nos dão acesso ao sentimento da obscenidade. A obscenidade significa a desordem que perturba um estado dos corpos que estão conforme à posse de si, à posse da individualidade durável e afirmada. [...] O desnudar -se, visto nas civilizações onde isso tem um sentido pleno, é, quando não um simulacro, pelo menos uma equivalência sem gravidade da imolação. (BATAILLE, 1987, p. 17).

A partir desta passagem de Bataille, poderemos abordar o corpo desnudo pelas modas. Na década de 1960 surgiram novas tendências que não só cobriam o corpo – especialmente o feminino – mas que também o apresentava como ainda não havia sido apresentado no século vigente. Assim, advêm a minissaia, criada pela britânica Mary Quant, vestidos cada vez mais curtos, assim como o irreverente monoquíni, peça de moda-praia que desnudava os seios femininos.

Como vimos anteriormente, a minissaia logo ganhou os corpos jovens da

época, como da modelo Twiggy, que ajudou na sua difusão. Controversa, a peça ganhou as páginas dos jornais e revistas da época, com opiniões variadas acerca dela, trazendo à luz pensamentos moralmente conservadores, assim como uma boa recepção por parte de mulheres juvenis universitárias, como também de pessoas ligadas ao campo da moda. Apesar disso, houve quem dentro desse setor que não recebeu a nova saia com tantos suspiros.

Assim, nos atentaremos em analisar a forma que a revista *A Cigarra* e o jornal *Diário de Pernambuco* publicaram e rechearam suas páginas com imagens da minissaia, assim como os discursos construídos a partir da peça, sejam eles positivos ou negativos. Dito isto, nada mais interessante do que começar esta análise a partir de um desfile de moda organizado pela criadora da minissaia. Na matéria intitulada “Um desfile de Mary Quant”, publicada pelo periódico na edição de julho de 1966, a autora, Elizabeth Boadman, narra o que aconteceu em tal evento.

Tal desfile foi feito especialmente para a princesa Sofia da Grécia e convidados. Na matéria, a autora dá ênfase ao caráter vanguardista da criadora, colocando-a como uma estilista que revolucionou a moda, especialmente com a criação da minissaia. Na imagem apresentada a seguir, a modelo desfila com uma camisola, que segundo a matéria lembra as antigas aias, com bordados ingleses e toucas. Percebemos no rosto dos convidados que há aprovação pela roupa desfilada. Um vestido longo, touca, sapatilha, tudo está ornando com uma moda mais recatada, apesar do vestido não possuir mangas longas. Mas o choque vem a seguir.

Figura 32 – A Cigarra (julho de 1966, p. 34)



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional (BN)

Figura 33 – A Cigarra (julho de 1966, p. 36)



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional (BN)

Como podemos observar, há uma discrepância entre os humores da plateia na imagem 32 e na 33. Na primeira, percebemos sorrisos de homens e mulheres, uma atenção voltada para o rosto da modelo, há uma uniformidade na recepção. Já na seguinte, as faces demonstram reprovação ao se depararem com a moça desfilando de minissaia. Gargalhadas também são percebidas, assim como olhares em choque e também de curiosidade. A peça que desnudava o corpo feminina estava em movimento, e os olhares a seguiam. É interessante a forma como a revista brinca com a situação, colocando logo acima da fotografia a seguinte frase: “muitos querem a queda da mini-saia, mas a verdade é que, dia a dia, ela sobe mais um pouquinho... Esse modelinho simples vem acompanhado de uma graciosa boina.” (A CIGARRA, julho de 1966, p. 72).

A minissaia não descia, mas se difundia pelo território nacional e pelas páginas dos jornais e revistas da época. Enquanto *A Cigarra* ironizava a desaprovação da plateia do desfile ao ver a peça, o jornal *Diário de Pernambuco* noticiava os preparativos de um concurso de minissaias, que ocorreria em agosto de 1966, no Clube Náutico Capibaribe, clube esportivo localizado na cidade do Recife, fundado em 1901.

FESTIVAL DE MINI-SAIA, NO NÁUTICO – O diretor Alceu Leal programou para o primeiro domingo de agosto, durante a festa Música & Brotos, o Festival de Mini-saia, com vistas a movimentar o calendário social da nova geração alvi-rubra. Nas últimas reuniões do jovem “society” do Náutico estão surgindo os mais recentes modelos dos costureiros parisienses. Na reunião festiva de anteontem, o médico Neilton Sampaio, que ficou responsável pelo encontro na ausência do titular Alceu Leal, ficou impressionado com a grande aceitação que teve a Mini-saia, apresentada pelas srtas. Sandra e Thais Novais e de imediato “bolou” uma promoção que já vem despertando grande interesse. (DIÁRIO DE PERNAMBUCO, 26 de julho de 1966, p. 06).

Como podemos ler na notícia, o responsável pelo encontro no Náutico, na ausência do diretor titular, à época Alceu Leal, ficou impressionado com a aceitação considerável das mulheres que frequentavam o clube perante a nova peça. Perante este fato, elaborou um concurso de minissaia, para ocorrer no mês de agosto no mesmo local. É interessante percebemos o que estava sendo noticiado n’*A Cigarra* e no mesmo mês no *Diário de Pernambuco*. Na primeira vimos reações mistas e em sua maioria visualmente negativas perante a minissaia, já no outro notamos uma aceitação do público feminino e masculino a ela.

No entanto, é essencial tensionarmos um fator indispensável para o debate: as classes sociais. Na notícia veiculada pela revista paulista, o público estava presente em um desfile exclusivo para a princesa da Grécia. Já naquela do *Diário de Pernambuco* os nomes citados faziam parte da “Society” recifense. Ou seja, não estamos falando de sujeitos pobres que estavam tendo acesso às novas modas, mas sim pessoas de estratos médios ou altos que estavam antenadas às tendências que despontavam à época. Então, percebemos ainda o caráter de classe presente naquele contexto, como analisou o sociólogo Pierre Bourdieu em sua vasta bibliografia. A moda encontraria seu lugar de validação a partir dos setores mais abastados da sociedade, difundindo-se posteriormente para os outros.

Em um período de repressão dos corpos ligados à política de esquerda e da arte, como às travestis e dissidentes, uma moda que iria despir o corpo feminino de tal forma só encontraria espaço inicialmente em ambientes ocupados pela classe média e pelas elites. Como abordou Renan Quinalha no texto *Censura moral na ditadura brasileira: entre o direito e a política* (2020), estes anos foram marcados, além da censura anticomunista, pela censura moral, que, segundo o autor, também é política.

Mães preocupavam-se com seus filhos expostos a revistas pornográficas nas bancas de jornais, famílias se indignavam com as telenovelas com cenas eróticas invadindo seus lares, religiosos se revoltavam com setores cada vez mais amplos da juventude buscando prazer fácil e fugaz nas tentações mundanas. Mães, famílias, religiosos e outros cidadãos não agiam, necessariamente, por repulsa à ameaça comunista, mas antes por um sentimento quase atávico de autoproteção dos papéis sociais e dos valores tradicionais que cultivavam diante de mudanças culturais que estavam no horizonte. (QUINALHA, 2020, p. 1737).

Notamos, assim, a força que o discurso da moralidade tinha, tanto na esfera da política e da censura, quanto no âmbito civil. Ou seja, peças de roupa que à época eram consideradas diminutas (como a minissaia, apesar do discurso de ser de “vanguarda”) poderiam não ser muito bem recepcionadas, justamente em razão do discurso moral e dos bons costumes que circulava no período. Ainda pensando o caráter político da minissaia, é interessante o texto escrito por Elizabeth Boardman para *A Cigarra*, em novembro de 1966:

Em todo o mundo a mini-saia tem sido muito atacada e defendida. Até o jornal soviético Pravda tomou partido, dizendo que “as mini-saias e as desordens cometidas por jovens britânicos não são mais que um sintoma de revolta contra o horrível sistema capitalista”. E afirma que “a culpa cabe aos Estados Unidos e seu cinema, que estimula êsses jovens a brigarem e a fazerem

desordens inúteis. Fora disso eles estão certos: são revoltados, não tomam entorpecentes, e sua revolta, muito justa, é revelada nas mini-saias, para as môças e nas calças justas e os cabelos longos para os homens". (A CIGARRA, novembro de 1966, p. 43).

É interessante percebermos a culpa sendo colocada na conta da sétima arte, veículo de circulação de ideias para as massas, em que mulheres entrando em cena vestindo a minissaia influenciariam outras a fazerem o mesmo. Estes corpos vestidos – ou despidos – com a nova moda provocavam opiniões, favoráveis ou contrárias, tensionavam o que seria o vanguardista e o que seria moralmente reprovável, como também errado a partir da lei da época, como é o caso da tirinha do jornalista Leon Eliachar, publicada em agosto de 1966, na revista *A Cigarra*.

Figura 34 – A Cigarra (1966)



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Na tirinha, podemos ver uma mulher ruiva, portando um vestindo muito curto que deixa a mostra sua roupa íntima, além de um casaco e uma bolsa. O juiz ajoelhado analisa o tamanho da saia da senhora com uma lupa, ironizando o tamanho da peça. No texto, Eliachar diz que a francesa vestindo a minissaia ganhou quinze dias de detenção por usar a peça de roupa, satirizando a repressão moral da época perante a nova moda.

Como observamos, o julgamento social sobre a minissaia como também sobre suas adeptas era tamanho. No entanto, ele seria moderado se o corpo que vestia a minissaia fosse magro, jovem, um “corpo da moda”. Para isso, seria necessário estar sempre atento a sinais de manchas na pele, examinar bem, pois, “são poucas as pernas que resistem a um exame mais cuidadoso” (A CIGARRA, setembro de 1967). Podemos notar isto na matéria d’*A Cigarra* “Dê nova beleza às suas pernas”, veiculada em setembro de 1967:

Dê nova beleza às suas pernas

As pernas, que as saias já não escondem mais, nem sempre são tão bonitas para poder enfrentar com vantagem uma mini-saia. Você já examinou bem suas pernas? Estão apresentáveis? Não tem manchas ou pequenas veias que as enfeiem? Muitas leitoras talvez não possam responder tranquilamente a estas perguntas. São poucas as pernas que resistem a um exame mais cuidadoso, mas isso não quer dizer que sejam poucas as mulheres adeptas da mini-saia. Mas o problema tem solução. Basta ter certos cuidados, que tôdas as pernas (ou quase tôdas) poderão ficar bonitas. (A CIGARRA, setembro de 1967, p. 114).

Como abordado no capítulo anterior, essa matéria reforça a ideia de uma seleção de corpos aptos para trajarem a nova moda da minissaia. A reprovação social poderia aparecer, mas ela seria mais branda se o corpo fosse branco, sem manchas aparentes, esbelto e, principalmente, jovem. Corpos magros como os de Twiggy, Gal Costa e Maria Bethânia eram pauta na segunda metade da década de 1960; corpos jovens e esbeltos, os da segunda e terceira eram também bronzeados, litorâneos, tropicais, adaptados ao clima do nosso país. Como disse Henri-Pierre Jeudy em sua obra *O corpo como objeto de arte*:

Para esquecer a irredutível exibição dos traços escritos da pele, o adorno foi sempre o meio de compor essa com fatalidade da inscrição indelével. Quando o corpo é ainda jovem, os cosméticos ainda utilizados têm por função acentuar ou dissimular os traços, a fim de oferecer ao menos a ilusão de dominar os signos da sedução; porém, mais tarde, seu uso não tem senão uma única finalidade: fazer desaparecer, na medida do possível, os sinais impiedosos da velhice. (JEUDY, 2002, p. 88).

Mas, como diz na matéria “isso não quer dizer que sejam poucas as mulheres adeptas da mini-saia”. A febre da saia diminuta já havia se alastrado no Brasil, poucos anos após a sua criação por Mary Quant, na Inglaterra. Nas fontes analisadas, tanto n’*A Cigarra* quanto no *Diário de Pernambuco*, percebemos que as imagens e propagandas sobre a peça eram em sua maioria dirigidas para jovens mulheres, que

seriam o público-alvo da nova tendência. As mulheres com pernas despidas, eróticas, na visão da imprensa analisada, ganhavam destaque nos jornais e revistas, sendo este destaque fruto de debates sobre a liberdade corporal e sexual que inflariam momentos históricos como o maio de 1968 na França.

As revoltas estudantis envolviam a capital parisiense e se espalhavam para outras partes do mundo, incluindo o Brasil, durante o mês de maio daquele ano. As reivindicações abordavam questões relacionadas à vida acadêmica dos estudantes, à estrutura curricular das universidades e também à liberdade sexual. Nesse contexto, nomes como Lenin, Marx e Mao decoravam as paredes de Paris e da Universidade de Sorbonne, enquanto mensagens políticas ecoavam pelos muros, alimentando debates sobre a expressão da sexualidade livre no seio da juventude universitária.

Nesse turbilhão de mudanças culturais e sociais que varreu a década de 1960, o debate sobre moralidade e erotismo ganhou ainda mais intensidade. À medida que as revoltas estudantis se alastravam, questões relacionadas à liberdade sexual emergiam como parte fundamental das reivindicações dos jovens. O cenário internacional, com seus ícones políticos e revoluções culturais, servia como pano de fundo para discussões profundas sobre a expressão do desejo e da sensualidade. Tal década se tornou um palco para a contestação das normas tradicionais e um espaço onde a moralidade e o erotismo se entrelaçaram, desafiando as fronteiras da sociedade e moldando as transformações que viriam a seguir. Como podemos ver no artigo da revista *A Cigarra* nomeado “A nova moral”: “A mini-saia, segundo as declarações de Mary Quant, sua criadora, tem um significado erótico.” (A CIGARRA, maio de 1968, p. 34).

Em matéria datada de maio de 1968, Luís Adolfo Pinheiro disserta sobre a “nova moral”, referindo-se a minissaia e ao que ela provocava na sociedade. No texto, diz que a criadora da minissaia, a inglesa Mary Quant, revelou que a peça possuía um significado erótico. A afirmação da estilista sobre seu significado erótico ecoa como uma nota intrigante nas sinfonias da moda dos anos 1960. Essa revelação ousada lança luz sobre a complexa relação entre moralidade e erotismo que permeava essa década de revoluções culturais e sociais. A minissaia, com sua audácia ao expor mais pele do que qualquer moda anterior, desafiou as normas vigentes e provocou uma onda de debate sobre o corpo feminino e seu papel na sociedade. Enquanto para alguns a minissaia representava uma rebelião contra as restrições morais tradicionais, para outros era vista como uma expressão erótica que desafiava os limites da

decência. Essa dualidade na interpretação da minissaia ilustra vividamente como a moda de então se tornou um campo de batalha cultural, onde a moralidade e o erotismo se entrelaçaram de maneira provocativa, desafiando as convenções e moldando o curso da história da moda e da sociedade. Segundo Silva e Gomes (2010):

Analisando o verbete erótico no Aurélio Eletrônico, versão integral – século XXI, as palavras que surgem na “pesquisa reversa” são: “Assanhado, carnaval, carnavalização, chegada, complexo de Édipo, erotizar, fetichismo, homoerotismo, mengar, pedofilia, pin-up, pseudo-erótico, sadismo, sotádico, strip-tease, venéreo”. Nessas palavras é possível identificar a natureza do erótico em nossa cultura, assemelha-se a excitação, sincretismo, ritos pagãos, inversão dos códigos sociais, dança sensual, festa, folguedo popular, perversão sexual, doença, atos de violência, escritos licenciosos, poses, movimentos sensuais [...]. (SILVA; GOMES, 2010, p. 167 – 168).

Assim, conforme as palavras do dicionário, o erótico se entrelaça com sinônimos que, na sociedade da época aqui explorada, eram frequentemente alvo de reprovação moral. O corpo erótico, desse modo, é aquele entrelaçado com a sensualidade, a audácia, o provocante. Quando exibido em público, esse corpo tem o poder de evocar respostas diversas dos transeuntes, entre censura e admiração. As pernas ficam à vista de todos e todas, revelando tanto sua forma física quanto os contornos da moralidade. Em outro artigo, ainda no ano de 1968, no mês de setembro, o debate sobre a minissaia persiste.

A mini-saia, por exemplo, pôs à mostra uma parte das pernas que até então não era vista senão na prática dos esportes ou na praia: esta é uma provocação direta. A máxi-saia não mostra nada. Mas, por sua vez, é igualmente agressiva porque também chama a atenção: esta é uma provocação indireta. (A CIGARRA, setembro de 1968, p. 154).

Neste artigo, a revista *A Cigarra* nos convida a refletir sobre a moda e sua capacidade de provocação, especialmente no contexto da década de 1960. A minissaia, ao revelar uma parte das pernas que anteriormente só se mostrava em atividades esportivas ou na praia, é vista como uma provocação direta, desafiando as normas estabelecidas e evocando a sexualidade de forma evidente. Por outro lado, a maxissaia, que estava retornando aos corpos jovens da época, ao cobri-los completamente, também se torna provocativa, mas de maneira indireta ao atrair a atenção de forma sutil, subvertendo as expectativas. Essas reflexões nos conduzem ao âmago do debate sobre o erótico na moda. Enquanto a minissaia o expressa de

forma mais explícita, a maxissaia o sugere de maneira subentendida, destacando como a moda pode ser um veículo poderoso para a expressão e a negociação do erótico na sociedade, desafiando e ampliando os limites da percepção e da aceitação do desejo e da sensualidade. O longo artigo continua tecendo o debate sobre a minissaia:

Poderia a exposição exagerada do corpo feminino significar uma escassez de homem? Poderia essa tendência refletir uma mudança política, social ou econômica? Seria isso simplesmente um resultado da constante evolução da moda? Ou seria um capricho dos costureiros, homens que se divertem – e faturam alto – levando as mulheres a aceitar suas decisões arbitrárias? Tenho certeza de que não há somente uma resposta para isso. (A CIGARRA, setembro de 1968, p. 155).

A reflexão apresentada nesta matéria pela revista nos leva a ponderar sobre o papel da moda na sociedade da década de 1960, ecoando a discussão anterior sobre a provocação na indumentária. O questionamento sobre se a exposição ousada do corpo feminino pode indicar uma escassez de homens, uma mudança política, social ou econômica, ou simplesmente uma evolução da moda, é fundamental para compreendermos a complexidade das influências que moldam a moda e o comportamento da época.

A ligação entre a moda e os costureiros, muitas vezes homens, que desenham as tramas das tendências, é lançada como uma interrogação intrigante. Sua mão na modelagem do que se veste pode ser interpretada como um capricho que conduz as mulheres a dançar ao som de suas decisões arbitrárias. Isso harmoniza com as conversas anteriores sobre como a moda pode ser um palco de expressão e negociação, mas também uma partitura que conduz a conformidade social.

Como o artigo expõe, a resposta a essas perguntas complexas provavelmente não é única, mas sim multifacetada. A moda reflete e molda a sociedade de maneiras diversas, e sua evolução é influenciada por uma interação complexa de fatores culturais, sociais, econômicos e políticos. Portanto, a exposição do corpo feminino nas tendências daquela época pode ser vista como uma manifestação de várias forças interligadas, tornando a discussão sobre seu significado uma exploração fascinante das dinâmicas daquele período.

Nesse contexto de múltiplas influências e interações culturais, o surgimento do monoquíni na década de 1960 não pode ser considerado de forma isolada. Ele se encaixa como peça fundamental no quebra-cabeça das mudanças da moda e da

percepção do corpo feminino na sociedade. O monoquíni, ao ousar despir a parte de cima do corpo, representou uma quebra de paradigma, desafiando normas estabelecidas e abrindo espaço para a expressão da sensualidade. Nessa intersecção entre o erotismo e a moda, ele se tornou um símbolo das transformações da época, ampliando as fronteiras do aceitável e desafiando as convenções sociais. Sua história é uma faceta fascinante das dinâmicas culturais e sociais que marcaram aqueles anos, contribuindo para a compreensão da complexa relação entre a moda, o corpo e a sociedade naquele período de efervescência cultural. Assim, a seguir exploraremos essa peça que despiu ainda mais o corpo feminino.

4.2 MODA CONTESTADA

Explorando a moda sob a sombra das críticas, mergulharei na análise da controvérsia que envolvia os corpos daquela época, a moda que os despia. Nas décadas anteriores, as vestimentas envolviam os corpos em excesso, preludiando o advento de uma nova tendência, uma mudança de rumo em direção à revelação das formas corporais. Como afirmou Simmel em seu texto *A Moda*, de 1911: “quanto mais nervosa é uma época, tanto mais rápidas são as mudanças da moda, pois a necessidade de excitantes diferenciais, um dos principais vetores de toda moda, anda junto com a diminuição das energias nervosas.” (SIMMEL, 2008, p. 169). Nesta medida, podemos entender que a década de 1960, por ser um período turbulento nas diversas esferas da sociedade, seja na política, nas artes, na economia e na liberdade e cerceamento de ideias, seria considerada “nervosa”, logo, de novas e rápidas mudanças nas modas. O que refletiu Anne-Marie Sohn na obra *História do corpo: As mutações do Olhar. O século XX* sobre esta nova maneira de apresentar o corpo nas praias?

Em 1946, seis dias depois da explosão de uma bomba atômica no atol de Bikini, Louis Réaud lança um minúsculo duas peças que pode caber em uma caixa de fósforos: o “biquine”. A roupa de banho, no entanto, é considerada tão escandalosa que é uma bailarina do cassino de Paris que apresenta a novidade na piscina Deligny, pois nenhum manequim se apresentara. Menos de vinte anos depois, em 1964, as banhistas de Pamplona a Saint-Tropez “tiram a parte de cima”. O caso provoca escândalo, mas o exemplo logo se espalha por toda a parte, em nome da liberdade corporal e da luta contra “as feias marcas brancas” do maiô, que estragam o bronzado. (SOHN, 2018, p. 112-113).

O texto nos conduz a um importante capítulo da história da moda e da cultura, situado entre os anos de 1946 e 1964. Em um breve lapso temporal, testemunhamos uma mudança dramática nos trajes de banho, desde o lançamento do diminuto biquíni até a audaciosa escolha de muitas banhistas em despirem a “parte de cima”. Esse período de transição não apenas reflete alterações nas preferências da moda, mas também uma metamorfose mais profunda na sociedade da época.

No pós-Segunda Guerra Mundial, o biquíni surgiu como um emblema de liberdade e ousadia, ainda que, inicialmente, fosse considerado escandaloso. Duas décadas mais tarde, as mulheres fizeram a escolha audaciosa de desafiar as convenções estabelecidas, buscando a liberdade corporal e combatendo as

indesejadas "marcas brancas" do maiô. Esse episódio exemplifica como a moda pode refletir as transformações culturais e sociais, tornando-se um veículo poderoso de expressão e afirmação da individualidade e da identidade coletiva.

A mescla entre "têxtil" e "seios nus" põe, todavia, o problema da coabitação entre duas normas de pudor, bem como entre idades e sexos. Torna-se necessário, então, encontrar novas regras de convivência: escolha da praia onde a pessoa se mostra, gestos recatados e posturas graciosas para as mulheres, olhares discretos para os homens que não gostariam de parecer *voyeurs*. Nada, afinal, é menos natural e espontâneo do que a escolha de seios nus na praia. Mas o maiô brasileiro também contribuiu para a derrubada das últimas resistências. Fora do nu completo, reservado desde o período de entre-guerras a praias isoladas, nada mais fica escondido na praia. Compreende-se então que a nudez tenha florescido nas representações, e sob formas sempre mais ousadas. (SOHN, 2018, p. 112-113).

É interessante percebemos neste trecho sobre a convivência social no âmbito da praia a mudança na postura dos banhistas, os gestos das mulheres, os olhares discretos dos homens que não gostariam de ser taxados como *voyeurs*. O texto também sugere que o maiô brasileiro desempenhou um papel na transformação dessas normas, ao contribuir para a diminuição das últimas resistências a corpos despidos nas praias. Isso culminou em representações cada vez mais ousadas da nudez, à medida que ela se tornava mais aceitável e visível na sociedade. No parágrafo anterior, é interessante quando a autora menciona que, em 1964, as mulheres optaram por deixar a parte de cima do biquíni de lado, o que coincide com a criação do monoquíni pelo *designer* de moda Rudi Gernreich no mesmo ano, peça esta que seria considerada um maiô que despiria os seios femininos. Esse evento destaca uma interessante convergência entre a moda e as escolhas das mulheres em relação à sua vestimenta naquela época.

4.2.1 Moda despida

Em 1964, um singular traje nasceu das mãos criativas do *designer* austríaco Rudi Gernreich, como uma ode à liberdade nas praias. Era o monoquíni, uma peça audaciosa, que ousou desnudar a parte de cima do maiô, deixando a mulher dançar nas ondas do oceano despida da parte superior. A sua estreia foi com a modelo estadunidense Peggy Moffitt, desvendando as águas em um elegante *topless*. O monoquíni chegou às boutiques da América e da Europa naquele mesmo ano, batendo suas asas sobre os ventos da moda e conquistando manchetes por todo o

globo. Em um balé de sedução transatlântica, este afrontoso traje logo cruzou fronteiras, encontrando abrigo também nas praias brasileiras. Maria do Carmo Rainho, em sua obra *Moda e revolução nos anos 1960*, de 2014, menciona:

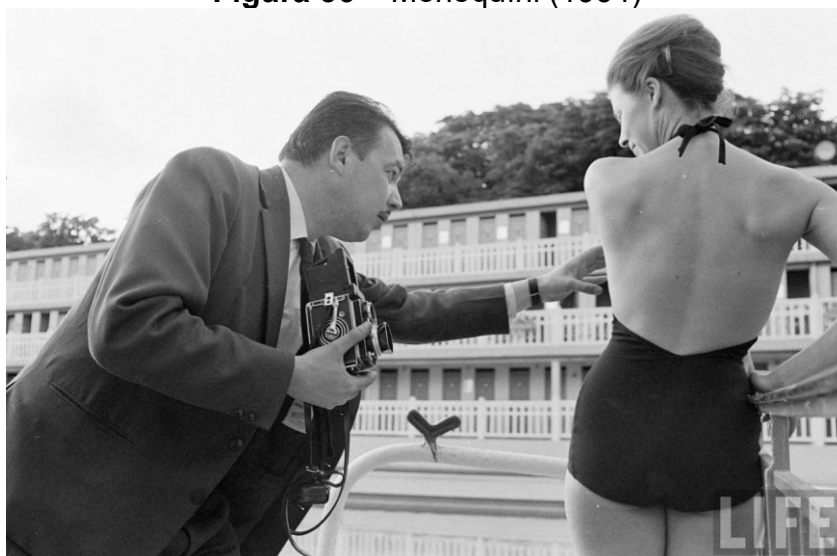
A peça foi lançada em 1964 pelo costureiro norte-americano Rudi Gernreich, a partir de uma provocação da jornalista Susanne Kirtland, da revista *Look*, que o convidou a criar um traje de banho sem a parte superior para um editorial 'futurista' da publicação. O desafio surgiu após uma entrevista concedida pelo costureiro à *Women's Wear Daily*, em 1962, na qual afirmava que, em cinco anos, as mulheres não usariam mais a parte de cima do biquíni.

Evidenciamos que a busca por uma estética de caráter "futurista" também permeava as criações dos Estados Unidos. Tal anseio se encontrava profundamente arraigado na década em foco, funcionando como uma tentativa de antever como a sociedade poderia se vestir em um futuro ainda desconhecido. Desde Gernreich até Courrèges, essa busca ousada visava escapar das convenções predominantes naquele período, que restringiam a mulher a um traje de modéstia, dedicado à família e que não desafiava as normas estabelecidas. Era uma busca pela indumentária da liberdade, rompendo com as amarras impostas.

Figura 35 – Monoquíni (1964)



Fotografia de Paul Schutzer para a *LIFE Magazine* (1964) Fonte: Messy Nessy

Figura 36 – Monoquíni (1964)

Fotografia de Paul Schutzer para a *LIFE Magazine* (1964) Fonte: Messy Nessy¹⁰

As fotografias capturam de maneira eloquente os detalhes da peça. Esta, por um lado, escondia a região abdominal e oferecia uma cobertura adequada aos glúteos, de acordo com as normas de moda da época. As duas imagens, registradas em junho de 1964 pelo fotógrafo Paul Schutzer, ilustram com maestria a dualidade inerente ao monoquíni. Na primeira foto, a modelo repousa à beira da piscina, irradiando confiança e apreciando a liberdade proporcionada por essa vestimenta. Entretanto, na segunda, um dos fotógrafos chama a atenção, tentando ousadamente tocar os seios da modelo, instigado pela audácia da sua exposição. Esse contraste suscita uma pergunta intrigante: como a imprensa reagiu a essa nova tendência?

A primeira notícia sobre o monoquíni nos arquivos do *Jornal do Brasil* remonta a 2 de julho de 1964. O título, intrigante, anuncia: "Damas mexicanas formam a Liga de Defesa Contra o Maiô Sem Sustentação". O artigo destaca a oposição manifestada pelas mulheres e pelas autoridades mexicanas em relação ao "novo traje de banho trazido pelos norte-americanos". Além disso, a matéria relata um incidente envolvendo a atriz mexicana Tavera Paramo, que foi detida pela polícia por usar esse maiô.

Damas mexicanas fundam a Liga de Defesa contra o maiô sem porta-seios México (DAP – JB) – A fiscalização do México está tomando posição contra o novo maiô lançado pelos americanos, enquanto a sociedade repele a moda sem porta-seios, tendo algumas damas fundado a Liga de Defesa contra o monoquíni, segundo o jornal Novidades. A atriz mexicana Tavera Paramo se mostrou em público com o traje de uma peça só e foi detida pela polícia, ato que desgostou seus admiradores e uma parcela da opinião pública. OUTRA

¹⁰ Imagens 35 e 36 disponíveis em: < <https://www.messynessychic.com/2014/03/05/the-first-monokini-trying-to-make-the-topless-swimsuit-happen-in-1964/> > Acessado em: 25/05/2021.

CAMPANHATelaviv (PP – JB) – Duas deputadas de Israel lançaram uma campanha contra os novos trajes de banho desenhados em Nova Iorque, já em exposição em algumas lojas de Jerusalém. As Sras. Bebe Idelshon e Trova Sanhedral convidaram nove colegas para apresentar projeto de lei, proibindo a venda daqueles maiôs que a nova legislação israelense jamais cogitou. (JORNAL DO BRASIL, 02 de julho de 1964, 1º caderno, p. 13.).

O texto em questão enfoca dois elementos essenciais: em primeiro lugar, a proibição do uso público do monoquíni, que poderia resultar na detenção da pessoa considerada em "infração" pelas autoridades locais; em segundo lugar, a reação negativa da sociedade diante da peça, com a criação de uma "Liga de Defesa Contra o Maiô Sem Sutiã", liderada por mulheres, em vez de homens. No entanto, o artigo também aponta que os "admiradores" da atriz mexicana não ficaram satisfeitos com sua prisão.

Além disso, como em outras reportagens subsequentes, aborda-se que muitas mulheres não receberam bem a popularidade do novo monoquíni, enquanto os homens o apreciaram, já que permitia que observassem corpos femininos sem a parte de cima do traje de banho nas praias. Isso reforça a percepção de que as mulheres eram, de certa forma, objetificadas pelos homens, mesmo em meio a um período de maior liberação do corpo feminino, adicionando mais um aspecto de sexualização à sociedade.

Nesse contexto, podemos notar que o monoquíni era visto por uma parte da sociedade como algo que desafiava os valores da época, mas também funcionava como uma forma de objetificação do corpo feminino pelos homens. Algumas das primeiras reportagens encontradas no jornal carioca *Correio da Manhã*, datadas dos dias 1º e 2 de julho de 1964, lançam luz sobre essa dualidade.

A primeira matéria, intitulada "Monoquíni & Censura", relata que essa tendência da moda teve origem nos Estados Unidos e rapidamente encontrou aceitação na Inglaterra. Já a segunda notícia aborda um incidente relacionado ao monoquíni, envolvendo uma tentativa de suicídio.

Monoquíni & Censura

A nova moda feminina – os maiôs sem soutiens – lançada nos Estados Unidos com adesão imediata na Inglaterra, continua provocando as mais diversas reações. Na França diversos prefeitos se pronunciaram a respeito. Uma das reações mais realista foi do prefeito de Toulon que disse: “Esta exibição me parece nefasta pois nem todos os bustos corresponderão aos critérios necessários para serem admirados. Se tudo fosse perfeito então poderíamos considerar o problema sob outro ângulo”. Acrescentando que esta moda será provavelmente usada pelas mulheres que “mais interessa

tenham em se vestir bem". (CORREIO DA MANHÃ, 01 de julho de 1964, 2º caderno, p. 2.).

“MONOQUÍNI” dá tentativa de suicídio
Lima, Malmoe e Londres (UPI – AP – FP – CM) – Encontra-se fora de perigo a modelo peruana Paquita Rodriguez que, depois de posar para os jornais com um maiô sem soutien, entrou em choque com seus familiares e tentou o suicídio. Ingerindo forte dose de barbitúrico, Paquita esteve a ponto de se transformar na primeira vítima da nova moda. O arcebispo Canterbury, primaz da Igreja da Inglaterra, declarou ontem que os cristãos deveriam reagir com desaprovação aos trajes que põem o busto a descoberto, em vez de sobressaltar-se. “Deveriam expressar seu desgosto ante qualquer coisa indecente” – acrescentou, durante uma entrevista à imprensa. (CORREIO DA MANHÃ, 02 de julho de 1964, 1º caderno, p. 13.).

Figura 37 – Monoquini & Censura¹¹

Figura 38 – “Monoquini” dá tentativa de suicídio¹²



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Com um título chamativo, o artigo datado de 1º de julho relata que a moda do monoquini conseguiu se espalhar pela Europa, mas na França os prefeitos adotaram uma postura de repressão e censura contra aqueles que optassem por usar essa

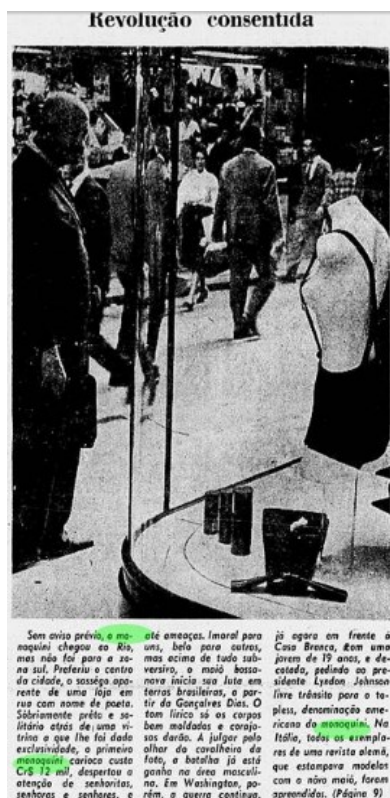
¹¹ CORREIO DA MANHÃ, 01 de julho de 1964, p. 02

¹² CORREIO DA MANHÃ, 02 de julho de 1964, p. 13

peça. Ao mesmo tempo, eles também entraram em debate sobre o uso do maiô e emitiram comentários sobre o corpo feminino, expressando a opinião de que "nem todos os bustos atendem aos critérios necessários para serem admirados" (CORREIO DA MANHÃ, 01 de julho de 1964, p. 2).

Por outro lado, outra história relata uma tentativa de suicídio supostamente desencadeada pelo uso do monoquíni. Afirma-se que a modelo "quase se tornou a primeira vítima da nova moda". Nota-se que a responsabilidade pela tentativa de suicídio é atribuída à moda em si, transformando a peça em um bode expiatório que poderia levar as mulheres à tragédia, sem considerar o contexto conservador da época que poderia ter contribuído para que a modelo tentasse tirar a própria vida. Assim, o ato de usar o monoquíni é retratado como uma forma de rebeldia que supostamente poderia conduzir as mulheres à morte. Outra matéria de interesse, intitulada "Monoquíni no Rio provoca ameaças" (CORREIO DA MANHÃ, 09 de julho de 1964, p. 09), discute o preço da peça, que era de Cr\$ 12.000, e menciona as ameaças de vandalismo que uma loja enfrentou por exibir essa nova moda em sua vitrine.

Figura 39 – Revolução consentida¹³



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

¹³ CORREIO DA MANHÃ, 09 de julho de 1964, p. 01

Na imagem acima, vemos o monoquíni exposto na vitrine de uma loja no centro do Rio de Janeiro, com o chamativo título “Revolução consentida”. Na imagem, um homem de terno observa a peça que está atrás da vitrine, com um semblante de curiosidade. Ao fundo, pessoas circulavam pela rua. Vemos, também, uma mulher vestindo uma blusa branca e saia que vai até um pouco abaixo dos joelhos, traje já popular na época, contrastando com a proposta do monoquíni que estava sendo apresentado na loja.

Esses artigos nos convidam a ponderar sobre alguns aspectos significativos: a) a resistência em adotar tendências que questionassem as convenções estabelecidas; b) o domínio da sociedade e das instituições sobre os corpos femininos; c) a ruptura com certos padrões que a moda dos anos 1960 buscou desafiar.

Matérias como essas logo se disseminaram pelos principais jornais do Brasil, incluindo o *Correio da Manhã* e o *Jornal do Brasil* no Rio de Janeiro, o *Diário de Pernambuco* em Recife e o *Diário de Notícias* em Porto Alegre, no Sul do país. Esses artigos desempenharam um papel crucial na formação da opinião pública, transformando o monoquíni em um objeto associado ao pecado em um espaço de tempo incrivelmente curto. Como podemos perceber na matéria com o título “Vaticano condena o uso do biquinho: nu selvagem”, veiculada em 07 de julho de 1964, no jornal *Diário de Pernambuco*:

Paris, Caracas, Londres, 4 (UPI) – O monoquíni, maiô de uma só peça que provocou autentica revolução na moda dos trajes de banho, continua atraindo a atenção de centenas de belas mulheres em toda a Europa. Contrariando a própria decisão das autoridades policiais, no sentido de que a propagação do novo maiô seja evitada, as elegantes seguidoras do monoquíni estão dispostas a usá-lo, ainda que, apenas, nesta temporada. (DIÁRIO DE PERNAMBUCO, 7 de julho de 1964, p. 01).

A notícia que relata a persistência das mulheres europeias em adotar o monoquíni, apesar dos esforços das autoridades policiais para conter sua disseminação, elucida sobre os desafios intrincados que permeavam a esfera da moda nos anos 1960. A peça, que provocou uma significativa transformação nos trajes de banho, emergiu como um símbolo de inovação e uma contraposição audaciosa às convenções estabelecidas. Nesse contexto, as mulheres elegantes que optaram por essa indumentária não somente desafiaram as restrições impostas à moda, mas também confrontaram as profundamente enraizadas expectativas sociais da época. Este texto sublinha a capacidade da moda de servir como uma ferramenta de

expressão e, em certa medida, de resistência, mesmo em um período caracterizado por intensas pressões políticas e sociais que promoviam a adesão aos valores tradicionais e estabelecidos. Já na semana seguinte o monoquíni voltou a ser pauta no *Diário de Pernambuco*, noticiando a censura da TV gaúcha ao exibi-lo ao vivo.

PORTO ALEGRE, 13 (meridional) – A televisão gaúcha, pertencente ao grupo Simonsen, exibiu um desfile, ao vivo, de mulheres trajando o chamado “monobiquini”, causando, com isto, grande revolta nos espectadores que solicitaram a pronta intervenção do Departamento de Censura. O secretário Paulo Brossard, diante do atentado ao pudor, suspendeu, por 48 horas, a tv-gaúcha e puniu os responsáveis.

JÁ A VENDA NO RIO

RIO, 13 (meridional) – Sem se importar com a proibição da Delegacia de Costumes e Diversões, que continua advertindo que não permitirá seu uso, os proprietários de lojas e “botiques” de Copacabana afirmaram que, a partir de hoje, quase todos os estabelecimentos do bairro passarão a vender o “monoquíni”, “maillot” de uma só peça que vem causando sensação, no mundo inteiro. O “monoquíni” já foi denominado de “Bigorriho”. (DIÁRIO DE PERNAMBUCO, 14 de julho de 1964, p. 01).

A notícia lança luz sobre o impacto da ditadura militar brasileira (1964-1985) na cultura e na moda do país. Nesse período, o regime estabeleceu uma série de medidas rigorosas para supervisionar e controlar as formas de expressão artística, cultural e comportamental, suprimindo vigorosamente qualquer manifestação que fosse percebida como desafiadora aos “princípios” da sociedade daquela época. A censura, exemplificada pela suspensão da TV gaúcha e pelas advertências emitidas pela Delegacia de Costumes e Diversões em Porto Alegre, demonstra o empenho dos militares em monitorar até mesmo a esfera da moda e a autonomia do corpo feminino, com o intuito de limitar a liberdade individual.

A decisão de lojas em Copacabana de continuar a vender o monoquíni, desafiando a proibição, mostra a resistência de algumas partes da sociedade à imposição de valores conservadores e à censura, mesmo em meio a um contexto repressivo. Portanto, essa notícia ilustra a complexa interação entre moda, censura e política durante a ditadura militar no Brasil. Os valores conservadores e a moralidade foram fatores fundamentais na regulação dos costumes e comportamentos à época.

Isso se torna evidente na matéria “Monoquíni assusta mulher mineira”, publicada no *Correio da Manhã* em 23 de julho de 1964. Nesse artigo, é relatado que cerca de sessenta mulheres marcharam segurando terços em direção a uma loja, exigindo que o proprietário retirasse o monoquíni que estava sendo exibido na vitrine.

Assim, em menos de um mês, podemos observar como essa nova peça de roupa, que inicialmente poderia simbolizar uma maior liberdade para o corpo feminino, rapidamente se metamorfoseou em uma moda do diabo.

Também existem várias matérias que relatam a detenção de mulheres em diferentes países, como França, Colômbia, México, entre outros. Além disso, são comuns os relatos de protestos por parte de padres e políticos contra o monoquíni, assim como marchas organizadas para removê-lo das vitrines das lojas brasileiras.

O monoquíni é aqui considerado um ato de desafio e quebra das normas predominantes da época. Ao analisarmos os artigos presentes em alguns jornais, incluindo os cariocas *Correio da Manhã* e *Jornal do Brasil*, torna-se evidente que a narrativa da imprensa e de outras instituições em relação ao monoquíni o retrata como um desvio dos valores morais, da conduta socialmente aceita e dos princípios familiares estabelecidos naquela época.

Figura 40 – Monoquíni (1964)

Moda "descoberta"



CONFORTÁVEL

Carol Cleveland, londrina de 22 anos, posou para os fotógrafos com um vestido sem a parte superior e declarou aos jornais: "Quando vi o vestido pela primeira vez, não queria acreditar nos meus olhos. Mas, depois de andar com ele durante uma hora, descobri que era extremamente confortável."

Contudo, os peritos em moda não estão muito confiantes em seu sucesso. Dizem que talvez muita gente os compre a título de desafio, mas vai usá-los com blusa por baixo. Como publicidade, porém, não há coisa melhor.

Um colunista londrino, com muito bom senso, observa: "Quem compra um vestido desses não vai ficar sentada num cantinho discreto. E não há dúvida que, muito em breve, terá que empunhar uma faca para se defender. Valerá a pena?"

Suscitou viva polémica a moda do malô sem a parte superior, recentemente lançada nos Estados Unidos. A Igreja Católica, pastores protestantes e rabinos reagiram violentamente contra a "moda que contraria a moral e a decência".

Em Nova York, a maioria dos grandes magazines recusou-se a fazer pedidos do novo traje de banho. As rãs invocadas, neste caso, têm pouco a ver com a religião ou a moral. Alegam as grandes casas de moda que mulher alguma se arriscaria a andar em público meio despida, correndo o risco de ser detida pela polícia.

Já na conservadora Inglaterra, surpreendentemente, tanto o malô como o vestido que daí

ORIGEM

A verdade é que esse negócio de mostrar o busto não é novidade. Tem mais de 3.500 anos a moda. Sacerdotizas e damas da corte trajavam túnicas flutuantes, que deixavam os seios à mostra.

A moda desapareceu e tar notu a surgir durante a Renascença, em Veneza. No tempo dos Tudor, a exposição de um busto feminino era sinal de virgindade. E uma senhora ca sava, mesmo bem jovem, pas sava a usar decote fechado no pescoço logo que se casava.

Os jornais de Londres, con tudo, opinam que é melhor co beir o busto. As mulheres têm assim, melhor aparência.

"Na verdade, o que é suze rido e meio encoberto é mai excitante do que rruimento ex posto" — afirmou o colunista Hobin Douglas-Horne, sobrinu do primeiro-ministro.

Só o tempo dirá onde paran as modas...



Moda "descoberta" Fonte: Acervo da Hemeroteca digital da Biblioteca Nacional¹⁴

A imagem apresentada foi retirada do primeiro artigo do *Correio da Manhã* sobre o monoquíni, oferecendo uma representação vívida da peça em 1964. Na imagem da esquerda a mulher que usa o monoquíni ostenta uma pose descontraída, com uma mão segurando o chapéu e a outra segurando a peça vestida. Na segunda cena, uma mulher está sentada na areia da praia, vestindo o monoquíni. Ao fundo, podem ser vistos alguns veículos, incluindo uma viatura policial. A mulher observa atentamente a viatura enquanto aproveita o sol, seus seios à mostra evocando uma sensação de liberdade, enquanto a presença da viatura sugere repressão. Em um período marcado pela ditadura civil-militar, que impôs valores conservadores e restringiu ideias dissidentes, liberdades sexuais, expressões de gênero e movimentos culturais que desafiavam a censura, o monoquíni surge como um símbolo de desafio e subversão às normas predominantes da época.

O sucesso imediato do monoquíni, ou da "moda despida", foi inegável. Os jornais da época foram inundados com uma enxurrada de matérias que exploravam, muitas vezes de maneira sensacionalista, essa nova tendência. As abordagens variavam, incluindo, por vezes, imagens da peça, com o objetivo de criar alarde. Uma interessante matéria presente no *Diário de Pernambuco*, datada de 17 de abril de 1967, relata a ocorrência de um desfile de monoquíni na cidade de Fortaleza, no Ceará. Com o chamativo título "Polícia quer acabar "Festa do Monoquini", o texto diz:

FORTALEZA (De Egidio Serpa, correspondente) – Está causando sensação a <Festa do Monoquini>, que será realizada sábado, às 22 horas, no Clube Waldemar Falcão, no bairro de mesmo nome, nesta capital. O anúncio da festa foi feito pelo colunista social Ezaclir Aragão, do jornal <O Povo>, acrescentando que belas e <boas> garôtas desfilarão em uma passarela ao ar livre ao som de uma afinada orquestra, portando, tão somente, a peça inferior do biquini.

A secretaria de polícia que tem à frente o austero professor Miramar da Ponte, ainda não se manifestou sobre a <Festa do Monoquini>, mas já se tem como certa a sua interferência, no sentido de impedir a sua realização. Os amigos mais íntimos do secretário afirmam que o Sr. Ponte lançou um desafio:

- Não quero saber quem é: meteu os peitos, será prêsa. (DIÁRIO DE PERNAMBUCO, 17 de abril de 1967, p. 09)

A notícia sobre a Festa do Monoquini, em Fortaleza, na qual jovens desfilariam usando apenas a parte inferior do biquíni, ilustra vividamente o contexto de repressão moral durante a ditadura brasileira de 1964. O anúncio do evento, feito por um

colunista social, provocou uma certa controvérsia, e a secretaria de polícia, liderada por Miramar da Ponte, estava a ponto de intervir para impedir a festa. A assertiva de Ponte, "Não quero saber quem é: meteu os peitos, será prêsa," denota a intransigência das autoridades em sufocar qualquer expressão que ousasse contrariar as normas morais da época. Isso evidencia a rigorosa regulação da moralidade durante o regime, com as forças de segurança prontas para tomar medidas repressivas diante de qualquer desvio das normas estabelecidas.

Dessa forma, tanto a exposição quanto a omissão dessa vestimenta provocavam a imaginação dos leitores dos jornais e revistas da época. Sempre que a palavra "monoquíni" aparecia nas páginas dos jornais, estava quase sempre acompanhada de termos como "ameaça", "censura" e "polêmica", transformando o maiô em um tema frequente de matérias sensacionalistas.

Apesar do aumento do conservadorismo, como mencionado anteriormente, o monoquíni causou um alvoroço na imprensa brasileira em 1964. Foram organizadas marchas, principalmente por pessoas religiosas que abraçaram a visão da Igreja de que o monoquíni representava uma ameaça aos valores tradicionais. O objetivo desses eventos era retirar essa peça das vitrines das lojas, evocando memórias de manifestações como a "Marcha da Família com Deus pela Liberdade", que desempenhou um papel fundamental no cenário conservador brasileiro na segunda metade do século XX. O discurso retrógrado predominante naquela época estava claramente refletido nas reportagens jornalísticas sobre essa nova tendência de moda.

No entanto, ao analisar as páginas dos jornais, fica evidente que o ápice do monoquíni teve uma existência breve, concentrando-se principalmente entre 1964 e 1965. Nos anos subsequentes, sua menção tornou-se ocasional, servindo principalmente para lembrar aos leitores que essa tendência já tinha passado. Essa dinâmica se alinha com a visão de Walter Benjamin, que argumentou que "as modas são um medicamento que deve compensar na escala coletiva os efeitos nefastos do esquecimento. Quanto mais efêmera é uma época, tanto mais ela se orienta na moda" (1982, p. 112). Portanto, podemos concluir que a efemeridade desempenha um papel significativo na indústria da moda, seguindo a ideia de que "Se a moda a cada ano destrói o que acaba de adorar, adora o que acaba de destruir" (RAINHO, 2014, p. 237, apud BARTHES, 2005, p. 367).

Tendências como o monoquíni desempenharam um papel crucial ao estimular debates sobre o direito aos corpos e a liberdade sexual, alinhando-se com diversos movimentos da época, incluindo o feminismo e a luta pelos direitos homossexuais. Entretanto, reações extremamente conservadoras, frequentemente respaldadas por autoridades governamentais em diversos países, impuseram limites reais à sensação de liberdade que essas tendências trouxeram aos jovens daquele período.

4.3 MODA INCORPORADA

O que vestirá a mulher nos próximos anos? (DIÁRIO DE PERNAMBUCO, 28 de setembro de 1969, p. 08).

Com esta pergunta, a matéria, publicada no *Diário de Pernambuco*, no último terço do ano de 1969, é iniciada. A indagação foi direcionada aos grandes nomes da *Haute Couture*, ao passo que cada um expôs sua opinião sobre o que viria a tornar-se a moda na década seguinte e nas posteriores. Com a década de 1970 começamos, e com a mesma teceremos o findar desta dissertação. Com a matéria *Moda: um produto de maxi consumo*, presente no início do primeiro capítulo desta dissertação, lemos o artigo d'A *Cigarra* analisando qual seria o futuro da moda, depois de tantas transformações ocorridas na década de 1960, aqui analisada.

Para alguns, a década de 1960 ainda não terminou, ou mesmo o ano de 1968 especificamente (VENTURA, 1988). Foi uma década que não se encerrou em si mesma, mas que teve e ainda tem reverberações na contemporaneidade. Foi um período de consolidação da chamada arte contemporânea, o embrião do que viria a ser o movimento LGBTQIA+, a segunda onda do feminismo estava em ascensão, o movimento negro nunca esteve tão forte, assim como as lutas estudantis contra a repressão e o silenciamento político. Repressão esta que se consolidou no Brasil em 1964 e perdurou até 1985, período em que também estouraram as ditaduras nos países vizinhos, como a da Argentina (1976-1983) e a do Chile (1973-1990).

Como revelamos neste estudo e em outras obras abrangentes que se debruçam sobre a sombria teia de repressão e censura da ditadura brasileira¹⁵, a repressão e censura se alastrou pelos mais diversos setores da sociedade brasileira da época, como nas artes e na moda. Um bom exemplo disso foi a perseguição que a *designer* Zuzu Angel sofreu após se voltar contra o regime, ao descobrir que o seu filho, o militante comunista Stuart Angel, ligado ao MR-8, havia sido torturado e morto nos porões da ditadura. Angel, então, teceu uma moda política que ia de encontro ao

¹⁵ Para aprofundamento no tema, recomendo os seguintes trabalhos: BONSANTO, André. **A verdade dita é dura: jornalismo, história e ditadura militar no Brasil (do golpe de 1964 à Comissão Nacional da Verdade)**. São Paulo: Dialética, 2021. GOMES, Paulo César. **Liberdade vigiada: as relações entre a ditadura brasileira e o governo francês: do golpe à anistia**. São Paulo: Record, 2019. GREEN, James N. **Apesar de vocês: oposição à ditadura brasileira nos Estados Unidos, 1964-1985**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

projeto político-ideológico dos militares, sendo perseguida e morta no ano de 1976.¹⁶

Há ainda outras figuras vítimas da perseguição política pela ditadura, como o cantor baiano Caetano Veloso, que ficou em exílio por dois anos; Elke Maravilha, à época modelo de Angel, que também foi presa no período; José Celso Martinez Corrêa, mais conhecido como Zé Celso, um dos mais importantes nomes da história do teatro no Brasil, também foi encarcerado à época. Nesse período, a arte e a cultura se tornaram ferramentas perigosas aos olhos do regime, pois questionavam as normas e convenções vigentes, representando uma chama de resistência capaz de acender fagulhas no seio da sociedade.

Nesse contexto de intensa repressão política e fervilhante efervescência cultural, as modas da minissaia e do monoquini aportaram no Brasil como pássaros que alçavam voo sobre uma nação de proporções continentais, ansiosa por se mostrar moderna e cosmopolita. Desde o icônico desfile da coleção de Christian Dior, que ecoou no Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand (MASP) em 1951, a moda brasileira se espelhava na Europa, tecendo seu próprio caminho. Os alicerces da indústria da moda foram firmados; em 1958, nasceu a Feira Nacional da Indústria Têxtil (FENIT) em São Paulo. Em 1995, surgiu o primeiro Phytoervas Fashion, que, seis anos mais tarde, daria origem à São Paulo Fashion Week, um dos mais prestigiosos eventos de moda do mundo, cujas raízes remontam à FENIT. Diante desse cenário, a indústria têxtil e o comércio da moda no Brasil viram-se motivados a incorporar influências estrangeiras, especialmente europeias e da emergente moda norte-americana, que naquele momento estava em ascensão e consolidação.

Conforme nos ensinaram respeitados estudiosos como Georg Simmel, Walter Benjamin, Pierre Bourdieu, Anne Hollander e Maria do Carmo Rainho, a moda emerge como um dos pilares simbólicos que erguem e demarcam as fronteiras entre diferentes estratos sociais. Com sua linguagem não verbal, ela se revela um instrumento poderoso na luta simbólica, um veículo de expressão de identidades e, simultaneamente, um meio de exibição de *status* e riqueza.

As informações e perspectivas apresentadas ao longo desta pesquisa nos guia em direção a uma compreensão profunda da influência exercida pela moda na década de 1960. Esse fenômeno não apenas espelhava as intrincadas realidades sociais e

¹⁶ Para aprofundamento no tema, recomendo o texto: MEDEIROS, Rodrigo Rui Simão de. **Manifesto de tecido: A moda de Zuzu Angel e a ditadura civil-militar**. Revista Discente Ofícios de Clio, Pelotas, Vol. 5, N. 8, janeiro-junho, 2020.

culturais do nosso país, mas também ecoava nas mudanças dos processos de criação e produção de moda. Torna-se, assim, bastante claro o impacto de grande magnitude das criações que fizeram parte do espírito de então, das paletas de cores efervescentes e dos enfeites audaciosos que marcaram a moda dessa época, esculpindo de maneira marcante o cenário que se desdobraria adiante. Nesse contexto, a moda não era meramente um reflexo do período, mas um componente que contribuía para a redefinição dos paradigmas culturais e estéticos, em conformidade com o espírito vanguardista e dinâmico que permeava aqueles anos.

4.3.1 O que vestirá a mulher nos próximos anos?¹⁷

A matéria, que lançou indagações sobre o futuro da moda feminina nos anos que estavam por vir, publicado no *Diário de Pernambuco* em 1969, nos conduz a um ambiente fervilhante, repleto de expectativas e incertezas, que era o horizonte pós 1960. Nesse cenário, os grandes nomes da *haute-couture* ecoaram projeções múltiplas, não somente delineando suas visões acerca da moda, mas também falando as tensões e mudanças que permeavam as décadas estudadas. O que se desenhava para o futuro da moda se tornou um eco das transformações culturais e sociais que estavam em curso. Vamos ver a seguir o que diz o texto:

O que vestirá a mulher nos próximos anos?

Indagados sobre a indumentária da mulher em um futuro não muito distante, os “grandes” da *haute-couture* assim se manifestaram:

SAINT-LAURENT: Nos próximos anos a moda não mudará muito. Seguramente os ingleses estão procurando novas linhas, mas será difícil lança-las. Penso que entre os modelos que descem trinta centímetros abaixo da linha do joelho e aqueles que sobem trinta centímetros a escolha será ampla.

BOHAN: As grandes linhas da moda atual ficarão as mesmas naturalmente com algumas nuances. Os tecidos mudarão, mas eu não vejo uma revolução tipo maxissaia ou minissaia. Entre estas duas décadas só há uma escolha a fazer: ou mais comprido ou mais curto.

COURRÈGES: Não haverá muitas diferenças. Certamente se recorrerá à fantasia, e os nossos amigos ingleses prometeram surpresas para muito breve. Mas eu creio sobretudo que os tecidos é que mudarão.

CARDIM: É difícil respondeu: estamos caminhando sempre mais na direção de uma época interplanetária, na direção da eletrônica, das matérias sintéticas e do metal: tirem vocês as conclusões.

UNGARO: A mulher será sempre mais “louca”, sempre mais erótica, sempre mais “futurista”: o boom será entre três ou quatro anos. O primeiro passo foi dado com a minissaia.

CHANEL: Talvez eu não esteja viva para ver a moda do futuro, mas é melhor assim. As coisas vão avante com um tal ritmo, que não se sabe bem onde

¹⁷Título da matéria publicada no *Diário de Pernambuco*, em 28 de setembro de 1969, p. 8.

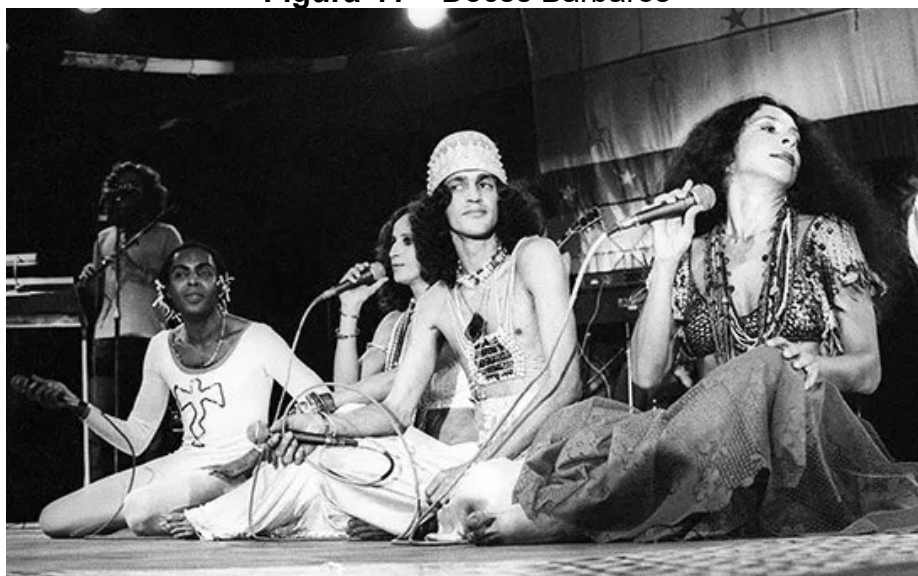
irão parar e se a mulher é de tal modo idiota que se um de nós lhe puser na bôca um freio, como aos cavalos, ela o adotará. Há quarenta anos eu faço as mesmas coisas e nunca me arrependi dos resultados. Aquilo que se faz hoje é vergonhoso, escandaloso revoltante.

BALMAIN: A mulher no futuro se vestirá como sempre, seguramente com fantasia, em plena liberdade mas sem excessos. A minissaia marcou uma época de crise como os cantores iê-iê. Mas se Aznavour, Bécud e Trenet ficam, os cantores iê-iê desaparecem.

RABANNE: A moda será mais erótica, mais sensual. Eu sou o último costureiro de uma certa época decadente, quase desaparecida. Breve chegará algum outro que lançará um nôvo estilo, uma nova moda completamente revolucionária. Eu gostaria de saber qual será... (DIÁRIO DE PERNAMBUCO, 28 de setembro de 1969, p. 8).

Yves Saint Laurent, por exemplo, compartilhou a perspectiva de que a moda não passaria por mudanças drásticas, sugerindo uma ampla variedade de comprimentos que poderiam ser adotados nas futuras criações. Ao mesmo tempo, Bohan e Courrèges visualizaram a permanência das grandes linhas da moda, com ajustes nos tecidos, que sofrerão mudanças. Um bom exemplo disso é a moda *hippie*, que ganhou corpo no final dos anos 1960 e se consolidou nos anos 1970, com sua variação de estampas, principalmente étnicas. Como é o caso da influência que teve na Tropicália, no Brasil, como também no grupo Doces Bárbaros, formado por Caetano Veloso, Gal Costa, Gilberto Gil e Maria Bethânia. Ao mesmo tempo, Courrèges frisa que os ingleses já deviam tecer criações que recorrem à fantasia. Isso nos faz pensar em nomes como o de Alexander McQueen (1969-2010), que estava nascendo naquele ano e poucas décadas depois despontaria como um dos maiores nomes da história da moda.

Figura 41 – Doces Bárbaros



Doces Bárbaros, 1976

Como podemos ver na imagem, os “Doces bárbaros” ostentavam roupas com cortes diversos, estampas floridas, miçangas, tecidos leves que comunicavam movimentos livres. Suas vestimentas expressavam liberdade e resistência política, principalmente se pensarmos a relação de confronto que os quatro integrantes possuíam em relação a ditadura vigente naquele período. O impacto do grupo não foi sentido somente na música, mas também na visualidade da moda brasileira, influenciando estilistas e marcas que até a atualidade desfilam coleções com referências à época.

Figura 42 – N13, Alexander McQueen



Coleção N.13, Alexander McQueen, 1999

Como abordei, Courrèges faz a previsão de que os ingleses estariam recorrendo à fantasia para suas criações futuras. É o exemplo de McQueen, que através da moda abordava temas como sexualidade, artes plásticas, morte, depressão, história. Todos estes eram elaborados com uma natureza onírica, seja

através das roupas, da maquiagem e da ambientação do desfile. Como visto na criação acima, da coleção N13, desfilada no ano de 1999, no qual a modelo chega ao final do desfile com um vestido de tule, branco, segurado por um cinto. Dois robôs, então, pintam a roupa da modelo com fortes jatos de tinta preta, contrastando com a delicadeza do vestido e gerando um final catártico.

No cenário da moda brasileira, encontramos inúmeros exemplos memoráveis, como o significativo estilista Jum Nakao. Em um momento emblemático que ocorreu em 2004, Nakao surpreendeu o mundo da moda com sua coleção intitulada "A Costura do Invisível". Nela, o criador habilidosamente confeccionou todas as peças com papel, buscando uma fidelidade à realidade para confundir e surpreender seus convidados. Contudo, o clímax dessa apresentação foi um desfecho apoteótico que permanece gravado na história da moda brasileira.

Figura 43 – Costura do Invisível, Jum Nakao



A costura do invisível, Jum Nakao, 2004

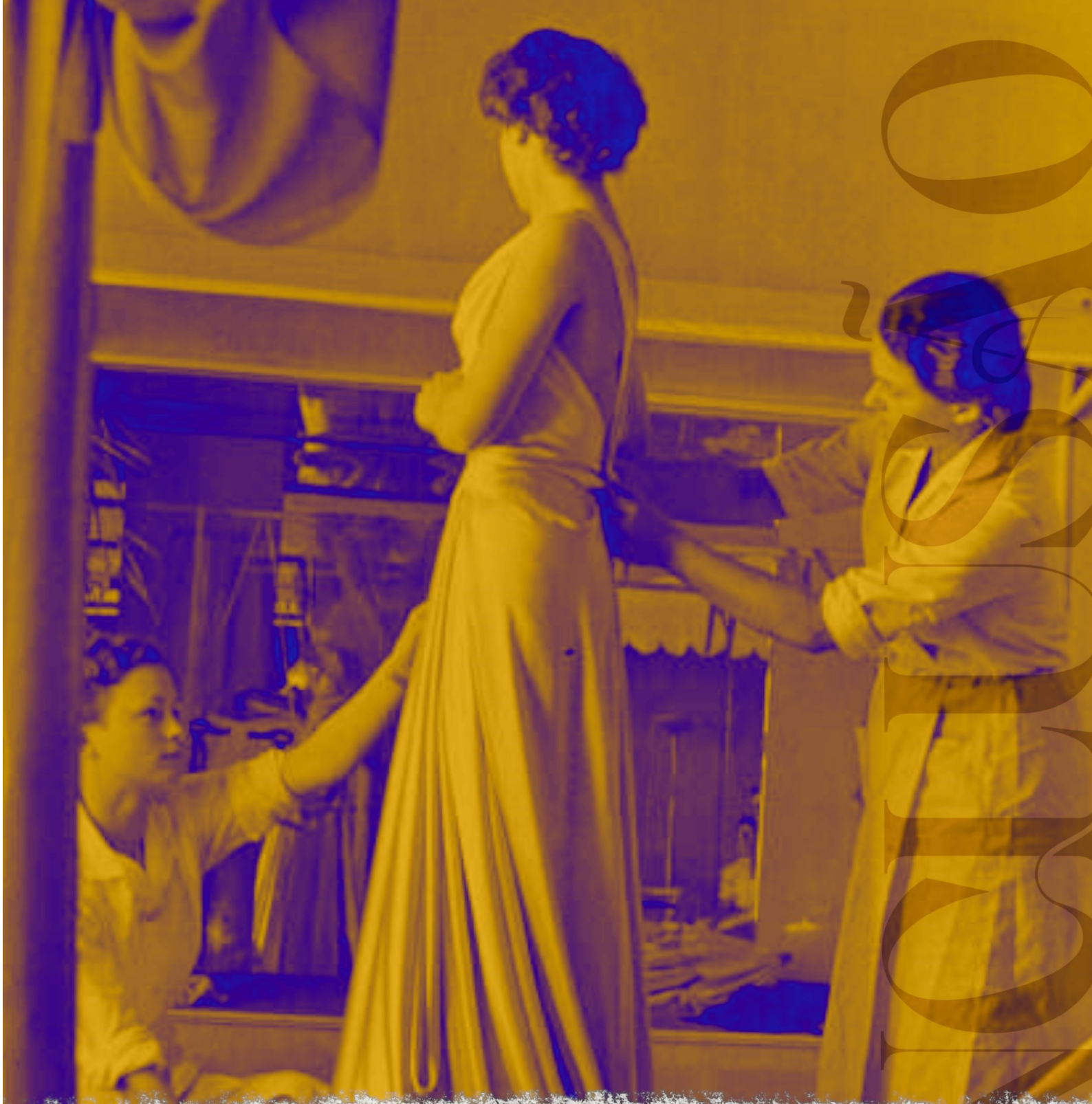
Ao final do último ato do desfile, as modelos começariam a rasgar cada uma das roupas de papel meticulosamente criadas. Esse ato inesperado transformou o desfile em uma experiência artística, cravando este momento na memória de todos os presentes e, assim, consolidando Jum Nakao como um dos grandes nomes da moda brasileira. Tencionando os limites tradicionais, esse evento reverberou como uma

crítica à própria indústria e de como as tendências estão cada vez mais efêmeras, fazendo com que esta apresentação permaneça como um marco importante na história da moda em nosso país.

É crucial reconhecer que essas previsões, apesar de oferecerem um vislumbre do porvir, também ecoaram as contradições e dúvidas que permearam a passagem das décadas de 60 para 70. A moda, espelhando a sociedade, continuou sua evolução de maneira imprevisível, influenciada não somente pelas visões dos estilistas, mas também pelas constantes mudanças nas esferas sociais, políticas e culturais. O destino da moda permaneceu e ainda permanece em um estado de constante mutação, refletindo as profundas transformações que definem nossa realidade. Portanto, esse período se revelou como uma transição marcante, preparando o terreno para uma moda diversa e reflexiva nas décadas subsequentes.

Percebemos, então, os destinos múltiplos que estava tomando a moda após os anos 1960. O disco fez parte do estilo dos anos 1970, com figuras como Cher, assim como o punk teve sua ascensão na mesma década, com o nome de Vivienne Westwood despontando na cena alternativa de Londres. Uma aproximação cada vez mais forte da moda com as outras expressões artísticas se deu desde então, até vermos desfiles como os de Alexander McQueen e Jum Nakao presentes nas semanas de moda, com a arte conceitual encontrando vazão nesse território.

As ideias pungentes da década de 1960 foram incorporadas na moda, tencionadas e difundidas. Foram tempos de ideias fumegantes, e a moda não estaria alheia ao contexto. A minissaia, a nudez, o sexo, fizeram parte do imaginário da época, seja em filmes, comerciais, nas páginas dos jornais ou nas vitrines espalhadas pelas principais cidades brasileiras, como Recife, Rio de Janeiro e São Paulo. Como notamos neste trabalho, a moda não é somente um reflexo do contexto sociocultural, mas sim parte dele. A moda é contexto, é parte e também é todo.



5. CONCLUSÃO

ou *DESCOSTURANDO TRAMAS EFÊMERAS*

5 CONCLUSÃO ou *Descosturando tramas efêmeras*

Não há exagero em dizer que o Brasil nasceu sob o signo da moda. Afinal, o primeiro produto que oferecemos ao mercado externo (e que, mais tarde, deu nome ao próprio país) foi o pau-brasil: espécie arbórea usada para a extração de um pigmento, então raro e valorizado, nas cores vermelha e púrpura, usado para tingir tecidos. Assim, podemos dizer que um produto de moda – um corante de tecidos – deu nome à própria nação. (PRADO; BRAGA, 2011, p. 17).

Como concluir um trabalho que não se pretende fechado em si mesmo? Como descosturar tramas tão efêmeras? Mas, serão elas tão passageiras? A tecitura da moda se pretende efêmera, mas esta é capturada para a eternidade, tornando-se longaeva, esticada, quase descosturada. Cabe a nós historiadores costurarmos novamente suas tramas, para assim descosturá-las mais uma vez, escovando a moda sempre a contrapelo.

Este trabalho a nível de mestrado é uma análise da moda a partir da década de 1960, entendendo esta não como uma resposta de uma época, mas sim complementar, uma parte, um todo. A moda não somente reflete acontecimentos históricos, mas ela os compõe, participa ativamente da história. Pensando 1960 como uma década que não acabou, os gostos vestimentares desta também não cessaram, não estão no baú do esquecimento, mas sim presentes em nossos corpos, em nossos escritos, em nossas imagens.

Como uma extensão do meu trabalho de conclusão de curso da graduação em História, onde abordei os usos políticos da moda pela *designer* Zuzu Angel, na ditadura civil-militar, esta pesquisa ainda aborda o período. No entanto, removendo o foco da estilista e posicionando o enfoque nas teias entre a imprensa e o campo da moda da época. Entendo a década de 1960 como um período imprescindível para compreender a formação do campo da moda brasileira e a sua história, pensando todas as transformações que atravessaram esta década.

Pensando nisso, este trabalho teve como objetivo compreender os enlaces entre a produção e difusão da moda no período e as transformações socioculturais que ocorreram. Dito isto, como um historiador do Nordeste do Brasil, analisei a importância de incluir registros da moda e de sua recepção nesta região do país, assim, incluindo Recife na pesquisa, uma das maiores cidades brasileiras à época.

Dividido em três partes, este texto foi pensado para explorar mais a fundo um certo tipo de moda, a que despia o corpo feminino: minissaia e monoquíni. Para isto,

achei pertinente um apanhado histórico para compreendermos da melhor forma as transformações que ocorreram na moda durante séculos, compreendendo a relação dialética ente moda e história.

Assim, o primeiro capítulo, intitulado *Os modos e a história da moda*, cumpriu o papel de nos inserir nas tramas históricas da moda e dos seus agentes. Dito isto, pensei no elo entre moda e arte, pensando esta segunda como um importante instrumento de divulgação da primeira, e vice versa.

O corpo foi o fio condutor para compreendermos melhor a relação entre arte e moda, assim, o segundo capítulo *Corpos costurados e publicados*, teceu essa relação. Neste capítulo trabalhei com o trânsito dos corpos entre a criação de moda e as artes, como a relação entre o surrealismo e as criações da estilista Elsa Schiaparelli, que utilizava o corpo humano como composição em suas produções.

Mas, a carne humana também sofreu consequências da indústria da moda, como a criação de novos padrões de beleza. Observamos o caso da modelo Twiggy, que se tornou padrão de beleza na década de 1960. Jovem, esbelta e branca, a modelo representou um padrão estética inalcançável para boa parte das mulheres. A juventude eterna passou a ser uma das grandes preocupações da indústria da beleza e dos cosméticos, encontrando em nomes como Twiggy um exemplo disto.

No derradeiro capítulo deste trabalho, me aprofundei na análise do discurso da imprensa acerca da minissaia e do monoquíni, com o foco voltado para a revista *A Cigarra* e para o jornal *Diário de Pernambuco*. Assim, percebemos o discurso desses impressos voltados para a minissaia e para o monoquíni, hora um esboço de curiosidade, hora um discurso moralmente carregado pelos valores dominantes da época. É interessante notar a diferença do tratamento dos dois impressos para com as novas modas, percebendo, assim, que não havia um discurso unitário sobre as vestimentas.

Para esta pesquisa, fiz o exercício de leitura de uma bibliografia diversa sobre moda, seja no Brasil ou de outras partes do globo. Para melhor compreender esse fenômeno social, recorri primeiramente aos clássicos, para entender mais a fundo as influencias clássicas nos estudos contemporâneos do tema. Com isso, textos como o do economista Thorstein Veblen, *A teoria da classe ociosa* (1899), foi de suma importância; *A Moda* (1910), do alemão Georg Simmel; *As Passagens* (1982), de Walter Benjamin; *O espírito das roupas* (1987), de Gilda de Melo e Sousa; *O costureiro*

e sua grife (1975), de Pierre Bourdieu e Yvette Delsaut; *O império do efêmero*, de Gilles Lipovetsky.

Dentre as leituras mais contemporâneas que foram de valorosa contribuição para esta pesquisa, estão os trabalhos da socióloga Diana Crane, como *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas* (2013), *Ensaio sobre moda, arte e globalização cultural* (2011); *História social da moda* (2011), de Daniela Calanca; *O sexo e as roupas* (1998), de Anne Hollander.; *História da moda no Brasil* (2011), de João Braga e Luís André do Prado; *Moda e revolução nos anos 1960* (2014), de Maria do Carmo Rainho; *A edição do corpo: tecnociência, artes e moda* (2014), de Nízia Villaça.

Estes trabalhos me fizeram ter uma dimensão dos estudos sobre moda, e o impacto que esta pode ter em nossa sociedade. Estudar a moda também é se debruçar sobre as artes, a ciência, economia, publicidade, filosofia, sociologia, e principalmente, sobre a história. Serviu como auxílio, também, para entender com maior profundidade a posição da moda enquanto um campo social dominado pelas elites, que empregam seus capitais culturais e econômicos para se manter dominantes no campo.

Como disse Walter Benjamin em suas *Teses sobre História*, devemos escovar a história a contrapelo (BENJAMIN, 2012), e com a moda não pode ser diferente. Nos estudos sobre o tema devemos nos atentar sobre os usos e abusos da moda ao longo da história, do trabalho escravo envolvido na cadeia de produção, da poluição do meio ambiente causada pelas grandes indústrias, assim como dos problemas causados pela rapidez que as tendências vêm e vão. É papel do historiador problematizar o seu próprio objeto de estudos, e entender as dimensões múltiplas que compõem estas problemáticas.

Em um contexto de encarceramento de corpos e ideias, a vestimenta possuía diversos papéis, como a prisão simbólica ou liberdade do corpo – especialmente o feminino –, protestar contra os valores morais vigentes, a manutenção do status quo, a conversão do conceito de família tradicional, a libertação sexual de mulheres e pessoas LGBTQIA+¹⁸. Vemos que, assim como diversas expressões artísticas, a moda pode ter um papel político bem definido, dependendo do discurso de quem a tece, e dos discursos que estão sendo costurados em suas vestes.

¹⁸ Termo que não era usado na época, e só foi incorporado no século XXI.

Pensando a partir da citação de Prado e Braga (2011) inserida no texto desta conclusão, o Brasil que conhecemos, este território invadido e explorado por europeus há cinco séculos, “nasceu” a partir da moda. Sendo assim, não devemos cair no entendimento de que o nosso país não possui moda, mas que neste território há diversos modos de se fazer moda, que foram se metamorfoseando no transcorrer da história.

Desta forma, penso que é de suma importância pesquisas como esta, pois precisamos fazer crescer o número de trabalhos de mestrado e doutorado no Brasil que pesquisem sobre a nossa própria moda, estabelecendo diálogos sobre nossa história, nossa arte, e nossas produções de bens simbólicos. Assim, quase toda a minha trajetória e produção acadêmica foi dedicada a estudar os fios que tecem a longa teia da moda, desvendando os mistérios destas tramas.

Nesse sentido, espero ter contribuído para a bibliografia de estudos sobre moda em nosso país continental. Além da moda, esta pesquisa também se atentou na contribuição dos estudos sobre a ditadura brasileira, assim como da cultura presente na década de 1960. Os estudos que se pretendem ser críticos às tramas da moda ainda não são tão difundidos, mas crescem progressivamente, encontrando seu lugar em áreas como a Antropologia, Artes Visuais, Sociologia e História. Assim, pretendo continuar a contribuir para o número de trabalhos sobre o tema em nosso país, com esta pesquisa e com as próximas.

Mas, como elenquei acima, esta pesquisa não termina em si mesma. Com o prazo apertado de um mestrado, não podemos abordar todos os pontos das tramas que brotam aos nossos olhos, por isso, vários são os fios condutores que podem levar para futuras pesquisas. Por exemplo, diante de todo o aparato social do período aqui estudado, em que medida isso influenciou na constituição de uma brasilidade na moda, levando em conta estilistas que pretendiam construir uma moda brasileira sem muitas influências do estrangeiro? Quais os fatores cruciais que levaram a construção de semanas de moda, como a *São Paulo Fashion Week*? Havia uma necessidade latente desse mercado em ter uma *fashion week* própria do Brasil? Em que medida as marcas que desfilam na SPFW mobilizam o conceito de brasilidade, conceito esse que passou por transformações no século XX, e que influenciou as diversas produções de arte, assim como a moda? Para me aprofundar nestes problemas, levarei estes para uma pesquisa a nível doutoral, e retornarei às tramas de tecido.

Este trabalho está inacabado? Penso que todos os trabalhos de História estão, mas, precisamos nos despedir da pesquisa em algum momento. Os fios da história da moda são múltiplos, eternos, sem um fim, mas estamos sempre descosturando-os, remendando os seus cortes, tecendo novos fios, reparando problemas que estão postos em sua tecelagem. Assim, preciso me despedir desta presente pesquisa e continuar outra a partir de novos fios que fazem parte do infinito tecido da moda. Novos problemas surgirão, novos fios serão descosturados, mas, a moda, esta é eterna enquanto existir humanidade. E enquanto existir humanidade, existirá o papel do historiador e a história.

REFERÊNCIAS

Imagens

Capa da introdução:

<https://i.pinimg.com/564x/3a/ef/c5/3aefc5bfc74cd4e913e2a6d3f4642d29.jpg>

Capa do capítulo 1:

<https://i.pinimg.com/564x/c5/00/23/c50023033a7786939edc061156ad0cec.jpg>

Capa do capítulo 2:

<https://i.pinimg.com/564x/bb/40/6f/bb406fdef24da9abbae5e0ac869a865c.jpg>

Capa do capítulo 3:

https://www.jornalcruzeiro.com.br/midias/jpg/2022/07/22/01_capa_a_historia_da_minissaia_mini_saia_e_o_empoderamento_feminino_historia_da_moda_moda_blog_de_moda_feminismo_go_fashion_julia_rolim-958059.jpg

Capa da conclusão:

<https://i.pinimg.com/564x/6b/9a/61/6b9a610d15d6baf208e75940d2b48ed4.jpg>

Figura 08: <http://mmeasdavik.com/man-ray-schiap/>

Figura 09: <https://arteref.com/moda/6-artistas-que-inspiraram-a-moda/>

Figura 10: <https://meikmag.com/elsa-schiaparelli-la-extravagancia-refinada/>

Figura 16: <https://arteref.com/arte/cor-corpo-e-imaterial-yves-klein/>

Figura 17: <https://economia.estadao.com.br/galerias/geral,relembre-capas-historicas-da-playboy-americana,21873>

Figura 18: <https://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2011/07/brasileiro-quer-leiloar-playboys-raras-e-conhecer-criador-da-revista-nos-eua.html>

Figura 19: <https://www.greenmebrasil.com/viver/costume-e-sociedade/76561-o-triste-fim-das-mulheres-girafas-como-transformamos-suas-aldeias-em-grandes-zoologicos-humanos/>

Jornais

CORREIO DA MANHÃ – 24 de junho de 1964, p. 03

CORREIO DA MANHÃ – 01 de julho de 1964, p. 02

CORREIO DA MANHÃ – 02 de julho de 1964, p. 13

CORREIO DA MANHÃ – 09 de julho de 1964, p. 01

DIÁRIO DE PERNAMBUCO – 07 de julho de 1964, p. 01
 DIÁRIO DE PERNAMBUCO – 14 de julho de 1964, p. 01
 DIÁRIO DE PERNAMBUCO – 26 de julho de 1966, p. 06
 DIÁRIO DE PERNAMBUCO – 17 de abril de 1967, p. 09
 DIÁRIO DE PERNAMBUCO – 29 de setembro de 1969, p. 08
 JORNAL DO BRASIL – 02 de julho de 1964, p. 13

Revistas

A CIGARRA – fevereiro de 1964, p. 63
 A CIGARRA – fevereiro de 1964, p. 87
 A CIGARRA – julho de 1966, p. 72
 A CIGARRA – novembro de 1966, 43
 A CIGARRA – setembro de 1967, p. 114
 A CIGARRA – maio de 1968, p. 34
 A CIGARRA – setembro de 1968, p. 154 – 155
 A CIGARRA – novembro de 1970, p. 19
 A CIGARRA – março de 1973, N. 3, p. 57
 A CIGARRA – março de 1973, N. 3, p. 79

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AARÃO REIS, Daniel. **Ditadura militar, esquerdas e sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

ALMEIDA, Maria Hermínia Tavares de; WEIS, Luiz. **Carro-zero e pau-de-arara: o cotidiano da oposição de classe média ao regime militar**. In: SCHWARCS, Lilia Moritz (org.). *História da vida privada no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002. V.4.p.319- 409.

ANGUS, Emily; BAUDIS, Macushla; WOODCOCK, Philippa. **Dicionário de Moda**. São Paulo: Publifolha, 2015.

AQUINO, Maria Aparecida. **Censura, Imprensa, Estado Autoritário (1968- 1978): o exercício cotidiano da dominação e da resistência: o Estado de São Paulo e o movimento**. Bauru: EDUSC, 1999.

- AVELAR, Suzana. **Moda, globalização e novas tecnologias**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.
- BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2003.
- BARTHES, Roland. **Sistemas de Moda**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 2012.
- _____. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.
- BONADIO, Maria Claudia. **O fio sintético é um show! Moda, política e publicidade; Rhodia S.A. 1960-1970**. 2005. 295 f. Tese (Doutorado em História) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2005.
- BONSANTO, André. **A verdade dita é dura: jornalismo, história e ditadura militar no Brasil (do golpe de 1964 à Comissão Nacional da Verdade)**. São Paulo: Dialética, 2021.
- BRAUDEL, Fernand. **As estruturas do cotidiano: o possível e o impossível; Civilização material: economia e capitalismo, séculos XV-XVIII**. 1.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BRAGA, João. **História da moda: uma narrativa**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.
- BRETON, David Le. **Sociologia do Corpo**. Petrópolis: Editoria Vozes, 2007.
- BORGES, Marcia de Souza. **Problematizando a formação superior em Moda**. D'Obras, v.10, n. 21, p. 111 – 123, 2017.
- BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Editora Zouk, 2007.
- _____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- _____. **O poder simbólico**. São Paulo: Difusão Editorial, 2010.
- BOURDIEU, Pierre; DELSAUT, Yvette. **O costureiro e sua grife: contribuição para uma teoria da magia**. Educação em Revista, Belo Horizonte, n. 34, 2001.
- BRANDES, Aline Zandonadi; SOUZA, Patrícia de Mello. **Corpo e Moda pela Perspectiva do Contemporâneo**. Projética revista científica de Design, V. 3, N. 1, julho 2012.

BURKE, Peter. **Testemunha Ocular: o uso de imagens como evidência história**. São Paulo: Editora UNESP, 2016.

CALANCA, Daniela. **História Social da Moda**. 2.ed. São Paulo: SENAC, 2011.

CAMPOS, Daniela Queiroz. **(Des)Montagem de corpos: nudez, erotismo e fragmento**. Arte e Ensaios, Rio de Janeiro, PPGAV-UFRJ, vol. 26, n. 40, p. 45-61, jul./dez. 2020.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 4. Ed. São Paulo: EDUSP, 2011.

CERTEAU, Michel de. **A escrita da história**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982. CHARTIER, Roger. **A história cultural: entre práticas e representações**. 2ª ed. Lisboa: Difusão Editorial S.A. 1988.

CAMPOS, Daniela Queiroz. **(Des)Montagem de corpos: nudez, erotismo e fragmento**. Arte e Ensaios, Rio de Janeiro, v. 26, n. 40, 2020.

CHARTIER, Roger. **O mundo como representação**. Estudos Avançados, São Paulo, v.5, n.11, 1991.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. 2.ed. São Paulo: SENAC, 2013.

_____. **Ensaio sobre moda, arte e globalização cultural**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

CRUZ, Heloisa de Faria; PEIXOTO, Maria do Rosário da Cunha. **Na oficina do historiador: conversas sobre história e imprensa**. Projeto História, São Paulo, n. 35, p. 253 – 270, dez. 2007.

DEBOM, Paulo. **O Vestuário e a Moda enquanto fontes para o estudo da História**. Rio de Janeiro, ANPUH-Rio. 2014.

EAGLETON, Terry. **Depois da Teoria**. São Paulo: Civilização Editora, 2016.

FERREIRA, Vilma Moreira. **A contribuição do Caderno B do Jornal do Brasil durante o período de repressão política do regime militar**. Alcar, Porto Alegre. 2008.

FLEURY, Laurent. **Sociologia da cultura e das práticas culturais**. São Paulo: Editora senac, 2009.

GORBERG, Marissa. **Moda e história no Brasil: novos objetos, muitas perspectivas**. Revista de História, São Paulo, n. 178, 2019.

GODART, Frédéric. **Sociologia da Moda**. São Paulo: Editora Senac, 2010.

- GOMES, Paulo César. **Liberdade vigiada: as relações entre a ditadura brasileira e o governo francês: do golpe à anistia**. São Paulo: Record, 2019.
- GREEN, James N. **Apesar de vocês: Oposição à ditadura brasileira nos Estados Unidos, 1964-1985**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas**. São Paulo: Rocco, 1996.
- JEUDY, Henri-Pierre. **O corpo como objeto de arte**. São Paulo: Estação Liberdade, 2002.
- KEESING, Felix. **Antropologia Cultural**. São Paulo: Biblioteca Fundo Universal de Cultura, 1972.
- LAVIER, James. **A roupa e a moda: uma história concisa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.
- LEHMANN, Ulrich. **Tigersprung: fashion in modernity**. United States of America: Graphic Composition, 2000.
- LIMA, Patrícia Ferreira de Souza. **“Meninas do JB” no caderno de cultura do Jornal do Brasil da abertura política**. *Transversos*, Rio de Janeiro, v. 3. n. 3, 2015.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero**. São Paulo: Companhia de Bolso, 2016.
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.
- MEDEIROS, Rodrigo Rui Simão de. **Manifesto de tecido: A moda de Zuzu Angel e a ditadura civil-militar**. *Revista Discente Oficinas de Clio*, Pelotas, Vol. 5, N. 8, janeiro-junho, 2020.
- MEDEIROS, Rodrigo Rui Simão de. **Panos vermelhos, bandeiras de sangue: Política e resistência na moda de Zuzu Angel (1966-1976)**. Monografia (Trabalho de conclusão de curso – Licenciatura em História) – Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, 2019.
- MELLO, Alexandre Vieira de. **“Do flirt, do footing, da Rua Nova” Melindrosas e almofadinhas no Recife da década de 1920**. 2015. 150 f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2015.
- MELLO, João Manuel Cardoso de; NOVAIS, Fernando A. **Capitalismo tardio e sociabilidade moderna**. In: SCHWARCS, Lilia Moritz (org.). *História da vida privada no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002. V.4. p. 559 – 658.
- MENDES, Valerie; HAYE, Amy de la. **A moda do século XX**. São Paulo: WMF, 2009.

NACIF, Maria Cristina Volpi. **Espaço, moda e vestuário – ou um esboço do lugar das roupas no campo da História da Arte**. In: Colóquio CBHA – Direções e sentidos da História da Arte, 32, 2012, Brasília. Anais, Brasília: Universidade de Brasília, 2012, p. 1125 – 1137. Disponível em: <<https://bit.ly/3zGZSu>> acesso em: 28 mai. 2021.

NAPOLITANO, Marcos. **1964 – História do Regime Militar**. São Paulo: Editora Contexto, 2014.

NORONHA, Renata Fratton. **As memórias alinhavadas de Rui Spohr: moda e distinção a partir de Porto Alegre**. 2019. 271 f. Tese (Doutorado em História) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

NOVELLI, Daniela. **Juventudes e imagens na revista Vogue Brasil (2000 – 2001)**. 2009, 276 f. Dissertação (Mestrado em História) – Centro de Ciências Humanas e da Educação, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

PESAVENTO, Sandra Jatthy. **História e História Cultural**. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

PINSKY, Carla Bassanezi. **Fontes históricas**. São Paulo: Editora Contexto, 2005

PRADO, Luís André do. **Indústria do vestuário e moda no Brasil do século XIX a 1960: da cópia e adaptação à autonomização subordinada**. 2019. 434 f. Tese (Doutorado em História) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

_____. **Gilda de Mello e Souza e a emergência do campo da moda no Brasil (1800 – 1990)**. Revista de História, São Paulo, N. 178, a05917, 2019.

PRADO, Luís André do; BRAGA, João. **História da moda no Brasil: das influências às autorreferências**. Barueri: Disal Editora, 2011.

PRIORE, Mary Del; AMANTINO, Marcia. **História do corpo no Brasil**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

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

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

SANTOS, Gesiel Prado. **No mundo das aparências: uma análise do discurso publicitário da moda**. 2009. 136 f. Dissertação (Mestrado em Linguística e ensino) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2009.

- SANTOS, Heloisa Helena de Oliveira. **Uma análise teórico-política decolonial sobre o conceito de moda e seus usos**. *ModaPalavra*, Florianópolis, V. 13, N. 28, p. 164 – 190, abr./jun. 2020.
- SETTON, Maria da Graça. **A moda como prática cultural em Pierre Bourdieu**. *lara: Revista de Moda, Cultura e Arte*, São Paulo, v. 1, n. 1, 119 – 141, 2008.
- SILVA, Isis Sena. **De boutique em boutique: Ipanema, juventude e moda nos anos de 1960 a 1970**. 2017. 133f. Dissertação (Programa de pós-graduação em Artes, Cultura e Linguagens) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2017.
- SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas: a moda no século dezenove**. São Paulo/Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2019.
- STEFANI, Patrícia da Silva. **Moda e Comunicação: a indumentária como forma de expressão**. 2005. 90f. Monografia – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2005.
- SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2010.
- TEIXEIRA, Flávio Weinstein. **Intervenções urbanas e a contribuição de uma imagem de cidade moderna no Recife de princípios do século XX**. *Revista Memória em Rede*, Pelotas, v.2, n.7, p. 1-18, 2012.
- THOMPSON, E.P. **Costumes em comum: estudos sobre a cultura popular tradicional**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- VIEIRA, Itala Maduell. **O caderno B do JB como modelo e mito no jornalismo cultural brasileiro**. 2016. 201p. Dissertação. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.
- VILLAÇA, Nízia. **A edição do corpo: tecnociência, artes e moda**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.
- VILLAÇA, Nízia; GÓES, Fred. **Em nome do corpo**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.