

- Lew, A. (2008). Cat Saves Japanese Railway Retrieved 26 de agosto, 2013, from <http://www.wired.com/autopia/2008/05/cat-lures-passe/>
- Lund, G. (2008). Drum Up Business by Getting a Cat: Meet Tama the Stationmaster Retrieved 28 de agosto, 2013, from <http://voices.yahoo.com/tama-cat-drums-business-railway-japan-1575451.html?cat=3>
- Miesler, L., Leder, H., & Herrmann, A. (2011). Isn't It Cute: An Evolutionary Perspective of Baby-Schema Effects in Visual Product Designs. *International Journal of Design*, 5(3), 17-30.
- Motavalli, J. (2010). Tama the cat: The Steve Jobs of business turnarounds? Retrieved 26 de agosto, 2013, from <http://www.mnn.com/green-tech/transportation/blogs/tama-the-cat-the-steve-jobs-of-business-turnarounds>
- Nittono, H., Fukushima, M., Yano, A., & Moriya, H. (2012). The Power of Kawaii: Viewing Cute Images Promotes a Careful Behavior and Narrows Attentional Focus. *PLoS ONE*, 7(9), 1-7.
- Noripiigo Jiten. (Sem Data) Retrieved 22 de fevereiro, 2013, from <http://norip.55street.net/z.html>
- Rodriguez, J. (1604). *Arte da Lingoa de Japam* (Reimpressão ed.). Nagasaki: 文化書房博文社.
- Sharp, K. (2006). *Superflat Worlds: A Topography of Takashi Murakami and the Cultures of Superflat Art*. (Ph.D thesis), Royal Melbourne Institute of Technology, Melbourne.
- Watanabe, Y. (2011). Erokakkoi: Changing Images of Female idols in Contemporary Japan. In S. Heine (Ed.), *Japan Studies Review* (Vol. 15, pp. 61-74). Florida: Florida International University.
- Wong, H. (2013). The cat that saved a Japanese train station Retrieved 26 de agosto, 2013, from <http://travel.cnn.com/cat-saves-japanese-train-station-586471>
- Yamanaka, T. (2008). Japanese railway turns to feline 'stationmaster' for help Retrieved 26 de agosto, 2013, from <http://newsinfo.inquirer.net/breakingnews/world/view/20080525-138723/japanese-railway-turns-to-feline-stationmaster-for-help>

Abstract: Among the sociocultural codes that permeate Japanese society, Kawaii is one of the economic drivers for both domestic and international markets. Its importance as visual language has surpassed the geographic barriers of Japan and has become known world-wide. The power of tender / emotive objects is not yet as widely used internationally as it is in Japan, although neurological research points to the positive reactions they provoke. Daily life in Japan is full of tender and childish images produced by famous or anonymous graphic designers. In this article, this phenomenon is investigated for its historical, sociocultural, psychological, visual and economic aspect.

Key words: Emotion - Human Behavior - Graphic Design - Japan - Kawaii.

Resumo: Entre os códigos socioculturais que permeiam a sociedade japonesa, *kawaii* é um dos motores econômicos tanto para o mercado doméstico como internacional. Sua importância como linguagem visual tem reconhecidamente superado as barreiras geográficas do Japão e se tornado conhecido mundialmente. O poder das coisas meigas ainda não é tão utilizado internacionalmente como no Japão, apesar de investigações neurológicas apontarem para reações positivas às coisas meigas. O cotidiano no Japão é cheio imagens meigas e infantilizadas produzidas por designers gráficos famosos ou anônimos. Neste artigo, esse fenômeno é investigado pelo seu aspecto histórico, sociocultural, psicológico, visual e econômico.

Palavras chave: Emoção - Comportamento Humano - Design Gráfico - Japão - Kawaii.

(* **Flávio Hobo.** Doutorando em design pela Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa e professor assistente no IADE-U, Lisboa, Portugal.

O traje militar: representação simbólica da feminilidade, do *pret-à-porter* à contemporaneidade

Ana Paula Lima de Carvalho e Gláucia Curtinaz Centeno (*)

Actas de Diseño (2017, Julio)
Vol. 23, pp. 102-107. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: junio 2013
Fecha de aceptación: julio 2014
Versión final: diciembre 2016

Resumen: Trataremos las relaciones entre moda e imagen teniendo el traje militar como representación de poder por medio de las alteraciones de la indumentaria femenina en el periodo entre guerras y en la contemporaneidad. Las interferencias en el universo femenino permitieron conquistas desde la emancipación financiera hasta la visita al guarda-ropa masculino como representación simbólica de una época en que la moda se alteró con el establecimiento del *prêt-a-la-porter*. A partir del análisis de fotografías de la época, identificamos los elementos constitutivos del traje militar femenino para componer a la contemporaneidad.

Palabras clave: Moda - Brasil - Image - Traje Militar - Feminidad.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 107]

O ponto de partida deste artigo foi desvendar o percurso das transformações do universo feminino expressas no traje como revelação de um período da moda brasileira. Os eixos que acompanham este trabalho foram as permanências e as mudanças que delimitam o movimento da história da moda, no sentido de sinalizar as peculiaridades presentes no cenário brasileiro no período entre guerras e sua representação na contemporaneidade.

A partir do estudo da indumentária do século XX, foi possível reconhecer a importância das alterações no vestuário feminino tanto no entre guerras como a partir de 1947 - lançamento do New Look de Dior, caracterizando o que foi posteriormente a silhueta tradicional da década de 1950. Neste trabalho foi levado em conta a participação efetiva da mulher quando se emancipou e conquistou gradativamente o mercado de trabalho, assim desvendando novas possibilidades no traje, inclusive o uso da farda militar. Por outro lado, havia a busca constante pela feminilidade, a volta das mulheres para o lar, a associação do feminino com a boa aparência e a vida doméstica, de qualquer forma ambas situações refletiram o contexto social e político da época.

Com base na historiadora Mary del Priore (1997) e no designer João Braga (2007), entre outros apresentados ao longo deste artigo, foi possível tecer a nossa proposta teórico-metodológica, que consiste em passear tanto pela história da moda, como no design, e na medida do possível estabelecer relações acerca da mudança de comportamento feminino, e suas influências não só no traje, mas nos valores constitutivos na moda brasileira. Intencionamos compor uma possível definição da indumentária feminina, com ênfase na silhueta construída no período entre guerras até os anos de 1950, em que a mulher brasileira, sobretudo do eixo Rio de Janeiro e São Paulo desenvolveu referências conceituais no campo do traje feminino, ora com a moda francesa, ora com a moda americana. Utilizamos duas crônicas da época destacada, retiradas da revista *Vida Doméstica* (1947), publicação que circulou no Rio de Janeiro e fez parte do cotidiano das mulheres daquele período. Os textos foram utilizados para ratificar quem eram essas mulheres que conquistaram o mercado de trabalho, mas primavam pela feminilidade. Quais as referências presentes no campo do design de moda do período e como se constitui o imaginário da mulher brasileira daquela data em comparação aos dias de hoje, no que diz respeito ao uso de referências militares no traje, questões estas que procuramos levantar aqui.

À partir da pesquisa imagética pudemos confirmar referências que expressam mudanças no comportamento feminino e que se repercutem no design do traje. Costureiros como Paul Poiret (8 de abril de 1879 - 30 de abril 1944) e Coco Chanel (19 de agosto de 1883 - 10 de janeiro de 1971), que trouxeram mudanças à moda do início do século XX, transcenderam a inovação no campo da criação de roupas e acessórios e viabilizaram uma transformação cultural no universo feminino a partir de então. Nesse momento, a mulher passou a levar para o seu guarda-roupa não apenas peças datadas produzidas pela indústria da moda, sobretudo nas pequenas referências de sua nova condição. De lá para cá, mudanças ocorreram no campo da moda, mas é certo que cada peça agregada ao vestuário feminino traduz, de forma

significativa, as novas representações do feminino na cultura contemporânea.

Com base em temas geradores de mudança referente ao comportamento da mulher, destacamos a emancipação feminina no entre guerras, que trouxe à tona a conquista de um espaço cada vez mais amplo no âmbito profissional, assegurando assim o reconhecimento da mulher como sujeito atuante na sociedade e que se desloca do âmbito privado para atender novas demandas na esfera pública. Neste contexto, as transformações ocorridas no traje feminino revelam as adequações necessárias desde o deslocamento da casa ao trabalho até as novas atividades profissionais que sofreram alterações ao longo do período em questão. O recorte temporal foi importante para o desenvolvimento deste artigo, pois permitiu avaliar a mudança existente entre a mulher que se dedicava às “prendas do lar” para a mulher inserida no mercado de trabalho, ainda que em funções, ora masculinizadas - como em fábricas de armamento bélico, ora mais adequadas ao seu perfil, como secretárias, enfermeiras, entre outras profissões consideradas à época pertencentes ao gênero feminino.

Tanto para Mary Del Priore (1997) quanto para João Braga (2007) a inclusão da mulher no âmbito profissional foi ao mesmo tempo uma conquista e um desafio, pois a construção de uma identidade feminina foi tecida com uma concepção masculina, isto é mais do que sua própria percepção de condição social, individual, sexual e dos novos postos a que estava conquistando devido à reposição de mão de obra para o universo fabril belicista. Para Braga (2007), uma mudança sensível foi a visitação da mulher ao guarda-roupa masculino a partir do período compreendido de 1912 até 1918. A inserção da mulher no mercado de trabalho foi resultado da escassez temporária dos homens por estarem na guerra. Até então o mercado de trabalho feminino estava mais vinculado à ocupação nos setores fabril, têxtil, saúde, agrícola e industrial, inclusive bélico. Além destes, o universo feminino ocupava as profissões já conquistadas desde o final do século XIX como costureiras, muitas vezes se estendendo a casa para completar o orçamento familiar, como também na fabricação de chapéus ou diretamente em confecções como alfaiates. Assim, assegurando o contínuo de suas atribuições domésticas.

Uma expressão concreta de mudança no traje feminino, e por conseguinte, de comportamento foi a partir do final da Primeira Guerra Mundial (1914-1918) quando a moda feminina alterou-se efetivamente, por exemplo com a retirada do espartilho pelo costureiro (hoje denominada-se mais como estilista) Paul Poiret, uma vez que esta estrutura tolhia os movimentos; o encurtamento até os tornozelos das saias e dos vestidos, assim permitindo maior facilidade de movimentação e de deslocamento da casa para o trabalho, a pé ou até mesmo em conduções públicas como o bonde. A respeito disso, Charles-Roux (2007) apresenta tanto Poiret quanto Coco Chanel como referências no campo da moda, que propiciaram mudanças de comportamento para a moda feminina, na medida em que o primeiro libertou a forma corpórea feminina, enquanto a segunda encurtou o comprimento das saias e vestidos permitindo que os tornozelos caíssem aos olhares masculinos no espaço público, como também

facilitasse a movimentação da mulher nos seus percursos diários. Na verdade podemos afirmar que:

Poiret havia criado uma moda fluida, sem o estrangulamento da cintura. Chanel fez mais: impôs uma cintura levemente marcada. Poiret deixava ver o pé. Gabrielle Chanel subiu mais a saia, descobrindo amplamente o tornozelo (...) ao mudar tudo isso, Chanel transforma para sempre o espetáculo da rua. (Charles-Roux, 2007, p. 146)

Neste contexto, a mulher caminhava para a sua independência, ainda que restrita no sentido financeiro e matrimonial em relação à imagem constituída do gênero masculino, como sinônimo de dominação e de imposição de valores na sociedade em estudo. Assim sendo, a mulher se expôs às atividades laborais, porém associada ao mundo das atividades esportivas e aos ambientes de lazer constituídos como, por exemplo, o cinema, os teatros, as óperas, os piqueniques, os bailes, a dança, entre outros. Conforme aponta Priore (1997) “a sociedade modernizava-se em todos os sentidos”, pois as mudanças de hábitos permitiram que a elite dominante da época frequentasse mais o espaço público em detrimento do privado, pois se antes a instituição religiosa “igreja” era o elemento agregador de valores tanto morais quanto de socialização, a partir de então as novas formas de entrosamento social se davam com as novas possibilidades entorno da modernização das cidades. Para a autora, “o teatro e a ópera tornaram-se os principais pontos de encontro, seguidos pelas confeitarias, restaurantes e cafés-concerto”. (1997, p. 587)

Desse modo, as mudanças de comportamento devido ao frenesi urbano oriundas da modernização das cidades foram refletidas na moda feminina, pois o encurtamento das saias e dos vestidos representaram uma nova função à mulher, que multiplicava seus papéis na sociedade capitalista ao ser simultaneamente objeto de desejo do seu marido, rainha do lar e profissional fora da casa. Enfrentar as demandas de seus respectivos papéis na sociedade significava estabelecer cada vez mais uma interface com a vida urbana, tecnológica e moderna.

O reflexo destas mudanças socioculturais incidiu diretamente no traje, que adaptou-se às novas necessidades provenientes da emancipação feminina. Na verdade, “não se trata apenas de uma rápida tomada de consciência quanto às qualidades da eficácia feminina em todas as indústrias que trabalhavam para o exército” (Charles-Roux, 2007, p. 133). É uma possibilidade de acesso irrestrito ao mundo do trabalho, uma vez que este era pertencente ao universo masculino, no sentido de ser aquele que mantém em constante processo produtivo as instituições familiares e do trabalho, de forma a preservar incessantemente uma sociedade engendrada para atendê-los, entretanto a presença feminina a partir do período entre guerras só viabilizou cada vez mais a inserção desta em algumas profissões antes destinadas somente ao masculino.

Como destaca Priore, a preocupação do universo masculino na época pesquisada era muito mais relacionada com o mercado de trabalho e a moralidade social do que a inserção da mulher no setor profissional propriamente dito. O temor masculino era de perder o controle da

situação enquanto aquele que detinha o poder da esfera privada, pois na esfera pública já não havia mais espaço para tanto controle. Ainda que a mulher temporariamente permanecesse em casa, com os afazeres domésticos, o pouco período destinado ao mundo do trabalho ou do estudo era considerado como um possível descomprometimento com a educação dos filhos bem como com a estrutura familiar.

Priore apresenta ainda que na busca de reconhecimento profissional feminino nos setores fabris brasileiros, não houve uma substituição de mão de obra masculina por feminina, mas:

Ao contrário, as mulheres foram progressivamente expulsas das fábricas, na medida em que avançavam a industrialização e a incorporação da força de trabalho masculina. As barreiras enfrentadas pelas mulheres para participar do mundo dos negócios eram sempre muito grandes, independentemente da classe social a que pertencessem [...] elas tiveram sempre de lutar contra inúmeros obstáculos para ingressar em um campo definido –pelos homens– como naturalmente masculinos. (Priore, 1997, p. 588)

As mulheres dos segmentos sociais pertencentes às classes média e alta, devido ao novo mundo citadino em contínua modernização, foram deixando de lado as roupas mais sóbrias referentes a um período vinculado ao recato e sisudez para se vestirem conforme os ditames da moda francesa. Era comum que costureiras, como as que residiam no Brasil, sobretudo no eixo Rio de Janeiro e São Paulo, comesçassem a elaborar peças do traje feminino para compor uma nova imagem de mulher que primava cada vez mais pela magreza, agilidade dos movimentos corporais, contraditória entre a agressividade e a independência, se for comparada com as melindrosas e as atrizes norte-americanas daquela época. Moutinho corrobora com esta assertiva quando menciona que:

A moda andrógina dos anos 20 que fazia a mulher mais parecida com o homem, também é adotada, e seus símbolos são o corpo sem volumes, os cabelos curtíssimos à *la garçonne* e o chapéu *cloche* bem enterrado. Mas a sensualidade da mulher não desapareceu (...). (Moutinho, 2000, p. 97)

Nesta ambiência, a mulher brasileira independentemente do estrato social a que se insere vivenciou uma luta constante para abrir brechas na esfera pública, numa tentativa de conquistar direitos referentes à condição de mulher, uma vez que a cidadania só foi conquistada em 1934 e de fato, em 1945 no período getulista. Se trouxermos para os dias atuais é possível estabelecer uma ponte entre as conquistas do passado com o reconhecimento efetivo da mulher não só no mercado de trabalho, mas da sua presença significativa nas diversas esferas de poder atribuídos aos homens.

Sem dúvida a década de 1930 foi um período marcado por mudanças de toda ordem, desde a produção de novos materiais e novas necessidades de uma sociedade cada vez mais consumista. Assim, inovação e criação tornaram-se fatores determinantes para um novo cotidiano que se fazia

edificar. Conforme aponta Moutinho, as classes abastadas daquela época ignoravam a crise econômica que assolava a Europa, pois continuavam a manter seu status com requinte e glamour, isto é, o primeiro assegurado por exemplo com peças de vestuário caras, como casacos de pele e o segundo com a influência da moda ditada pelo cinema hollywoodiano, como também das atrizes de teatro em que o uso de vestidos longos com a valorização das costas através dos profundos decotes mostravam cada vez mais a silhueta feminina. (2000, pp. 102-114)

Esta mudança no traje feminino também respingou na alta sociedade brasileira, sobretudo no eixo Rio de Janeiro e São Paulo. A cronista Zenaide Andréa divulgou A Imperial Simões & Alijó com a seguinte propaganda: “Apresenta sempre no Rio, em primeiro lugar, as maravilhosas criações de moda dos “ateliers” de Nova York e de Hollywood, situada na Gonçalves dias, 56” (1947, p. 67). Desse modo é possível constatar que houve no Brasil, uma substituição da moda parisiense ao longo da Segunda Guerra para uma outra vinda de Nova Iorque cujos ditames de mudança no traje feminino partiram das novas necessidades, desde a busca constante por novos materiais mais baratos, reaproveitamento de roupas velhas e retalhos como também de tecidos até então destinados à decoração. Buscou-se constantemente a praticidade e a versatilidade dos modelos das peças do vestuário feminino, como o uso da saia-calça - peça que facilitou a prática de esportes e a utilização da bicicleta como um transporte alternativo frente à crise econômica proveniente da guerra. Havia também o uso de calças e/ou *shorts* que eram peças somente aprovadas para andar de bicicleta ou trabalhar nas fábricas ou nas atividades campesinas.

Já o macacão feminino, usado hoje em dia, foi produto de uma necessidade das mulheres pertencentes aos países beligerantes de terem que se abrigar em locais subterrâneos e para isso desenvolveram roupas combinadas enquanto peça única, com um fecho de mais de 50 cm, com capuz que possibilitasse estar “arrumada” mesmo após a estada nos abrigos. Esta peça era sobreposta à roupa de baixo (pijama ou camisola). Segundo Veillon era comum às mulheres europeias saírem de suas casas portando máscaras de gás com o objetivo de prevenção aos bombardeios que eram iminentes à época. (2004, pp. 96-106)

No Brasil estas mudanças no traje feminino foram absorvidas mais pelas mulheres que participaram da guerra em campo de batalha na condição de enfermeiras voluntárias, sobretudo no uso de saias-calças, ainda que em tecidos inadequados (brim que arma e cria volume nos quadris) e confecções, na maioria das vezes, mal acabadas. Falar de moda brasileira na época destacada para este estudo requer uma compreensão de que o eixo de referência internacional era Rio de Janeiro e São Paulo. Entender a dinâmica da moda brasileira requer uma interpretação dos valores globais e locais provenientes da tensão do processo histórico.

O contexto em que se iniciou esta demanda de construção de uma moda brasileira, ainda que de forma tímida, graças à aceleração da indústria têxtil foi na era Vargas (1930-1945 e 1950-1954). O movimento partiu da necessidade de implementação da indústria têxtil preocupada

com o desenvolvimento de tecidos nacionais, porém sem estarmos limitados para o lançamento dos modelos com base nos tecidos fabricados no Brasil. Conforme aponta o texto de Mário Guido, diretor artístico e criador de moda da crônica “O Modelo Vivo”:

Antes de criar um modelo, é preciso que diga às minhas leitoras, estudo primeiro as possibilidades do tecido, a sua flexibilidade, a sua côr, os desenhos, o peso, a maciez. Só então traço o esboço. O resultado é prático não só para o fabricante, como para o lojista e para a compradora. Com este sistema a indústria têxtil encontra um meio seguro de lançar as suas novidades para a estação. (1949)

O limite estava associado aos resultados alcançados na elaboração de um modelo de moda, que não necessariamente representava a moda brasileira, mas a valorização da indústria de tecidos nacionais independentemente da apropriação dos modelos oferecidos pelas revistas e catálogos estrangeiros de moda da época estudada.

Os novos padrões de consumo compreendido no período de 1930 até o início dos anos de 80 e, mais aceleradamente, nos trinta anos que vão de 1950 ao final de 1970, tínhamos sido capazes de construir uma economia moderna, incorporando os padrões de produção e de consumo próprios aos países desenvolvidos. (Mello e Novais, 1998, p. 62)

Dessa forma as indústrias tradicionais presentes no Brasil como de alimentos, têxtil, de confecções, de calçados, como também de produtos de beleza alcançaram um patamar elevado proveniente da demanda existente de uma sociedade cada vez mais modernizada no modelo norte-americano –o *American way of life*. Conforme descrevem Mello e Novais, “dispúnhamos de todas as maravilhas eletrodomésticas: o ferro elétrico, que substitui o ferro a carvão; o fogão a gás de botijão, que veio tomar o lugar do fogão elétrico, na casa dos ricos” (1998, pp. 563-564). Os historiadores citados exemplificam uma série de produtos inventados para atender as novas necessidades da sociedade capitalista em expansão. A moda também sofreu estas mudanças não só na cadeia têxtil (novos materiais sintéticos, tecnologia aplicada em maquinários complexos, entre outros fatores que agregaram mudanças no desenvolvimento da indústria têxtil), mas na produção do vestuário que passou por uma revolução no sentido de democratização da moda com o estabelecimento do *prêt-à-porter* no Brasil. Este deve ser “compreendido enquanto roupa de luxo feita em série de algumas centenas de unidades para cada modelo e tamanho, uma vez que esta produção é desfilada duas vezes ao ano” (Carvalho, 2009, p. 4). Assim o sistema da moda é revitalizado através da sazonalidade.

A influência do guarda-roupa masculino proveniente do período entre guerras e do pós Segunda Guerra deixou um legado de influências na moda feminina, destacando-se, inclusive, como objeto de estudo na história da moda. Assim, tanto nos editoriais como nas passarelas internacionais e brasileiras, verificamos a permanência desse estilo, que há bastante tempo deixou de ser apenas uma

representação dos tempos de escassez e austeridade para se tornar um estilo de roupa masculino interpretado para o guarda-roupa feminino. Além de revelar um conceito, a moda militar se apresenta como uma alternativa mais prática para o consumo da mulher contemporânea globalizada, que parece não ter mais espaço para a distinção rígida de roupa para ficar em casa e o próprio traje de sair e suas diversas ocasiões (trajes matutinos, vespertinos, esportivos, para festas, de gala, entre outras classificações tão recorrentes nas revistas pesquisadas - *Vida Doméstica*). Portanto, a relação entre o privado e o público, isto é, entre o traje destinado aos afazeres domésticos e aquele destinado às saídas de casa, que antes eram apenas para visitar amigos ou parentes, ou simplesmente às idas às missas dominicais, representaram o espaço da aprovação social. Já para os segmentos mais privilegiados economicamente, que tinham acesso às festas entre outros entretenimentos com maior visibilidade e apresentação do que estava na moda, seja nos catálogos, nas revistas ou em todos os meios de comunicação existentes na época estudada, o espaço público era mais visitado.

Conclusões

Este artigo é parte do estudo da linha de pesquisa *Moda, Memória e Cultura*, desenvolvida pelas autoras em suas trajetórias acadêmicas, cujo objetivo é resgatar a memória da cultura brasileira na moda, estabelecendo uma interface com os usos e costumes estrangeiros vigentes no Brasil durante grande parte do século XX. Contribui-se, dessa forma, para a construção da história da moda brasileira, com ênfase no design e suas implicações no âmbito do comportamento e do consumo.

Hoje as marcas renomadas cujas criações exploram o tema 'militarismo' trazem como referência praticamente os mesmos elementos da moda da época pesquisada, como os casacos de ombros quadrados e destacados com corte masculino, adaptações do estilo de farda tanto nas formas quanto nas cores, assim como a utilização do verde oliva, do bege, do cáqui e do azul marinho.

Em busca de fontes para este estudo foram visitados os Museus Militares Conde de Linhares e Histórico do Exército e Forte de Copacabana, ambos situados na cidade do Rio de Janeiro, com o objetivo de observar detalhes da farda feminina, mas deparamo-nos com ausência de imagens, inclusive de uma representação feminina nas guerras apresentadas neste artigo.

Na verdade, podemos afirmar que no final da guerra a mulher brasileira manteve sua posição no mercado de trabalho, sobretudo nos setores fabril, doméstico e cam-pesino, mas, a partir de então, na carreira militar, com a possibilidade de ascensão, desde a presença das "fe-bistas" (termo usado na época ao quadro de enfermeiras voluntárias que participaram da Força Expedicionária Brasileira, criada na Segunda Guerra) foram destituídas pelo próprio exército ao não aproveitá-las enquanto enfermeiras. (Bernardes, 2007, pp. 447-453)

Bernardes aponta para a padronização dos costumes e de nivelamento de um código de conduta oferecido às "enfermeiras da FEB", que fora elaborado:

Por uma comissão da qual faziam parte a Sr^a Darcy Vargas, esposa do Presidente Getúlio Vargas e a Sr^a Santinha Dutra, esposa do ministro da Guerra Gaspar Dutra. Tais fardas não satisfizeram as expectativas das enfermeiras, que os consideraram desconfortáveis e ridículas, gerando profunda insatisfação para as mesmas. Para resolver este problema, decidiu-se que elas usariam o uniforme de verão norte-americano e o verde-oliva brasileiro para passeio. (Reniany, 2008)

Na atualidade, a moda militarizada tende a ser menos cópia da época pesquisada, mas mantém o caráter funcional do traje militar devido à confecção de bolsos apresentados em diversas modelagens, como também preserva formas diferenciados. Ainda é possível identificar a presença da moda militar nos acabamentos (abotoamentos duplos, lapela, insígnias das forças armadas bordadas em casacos, entre outros), nos aviamentos (botões dourados e dragonas, ombreiras, etc.) e nos acessórios (sobretudo nos quepes, uso de bolsas carteiro de tecido, calçados em estilo coturno ou até mesmo botas de montaria, além é claro de óculos de aviador).

Esperamos que este artigo seja um ponto de partida para outros estudos da história da moda, sobretudo dos que tratam da influência do traje militar na moda feminina no Brasil. Acreditamos resgatar, por meio de estudos como esse, o universo feminino localizado no contexto daquele período histórico, apresentando ainda referências no campo do design de moda. Assim, pode-se concluir que a construção do imaginário social da mulher brasileira é um somatório de apropriações de estilos pertencentes ao universo feminino que foram referência, assim como as europeias e americanas. Contemporaneamente, a globalização associada à influência do mercado na condução dos novos valores, que representam o ideal de moda da mulher brasileira, assim viabilizando a diluição dos estereótipos construídos ao longo do século XX. Cada vez mais procuramos traços e referências capazes de contar nossa própria história por meio da moda e do design. Nesse sentido, o referencial da moda militar é um dos poucos que permanece inalterado, apesar de trazer a cada temporada interpretações distintas e pautadas nas tendências de mercado no bojo da globalização.

Referências bibliográficas

- Andréa, Z. (1947, outubro.) Muito em Moda O Rio sorri. *Vida Doméstica*, Rio de Janeiro, 355, 67.
- Bernardes, M; Lopes, G. e Santos, T. (2005 maio/junho). "O Cotidiano das Enfermeiras do Exército na Força Expedicionária Brasileira (FEB) no Teatro de Operações da 2ª Guerra Mundial na Itália (1942-1945)". *Latino-Am Enfermagem*, 13.,3,314-321.
- Boucher, F. (2010). *História do vestuário no ocidente: das origens aos nossos dias*. São Paulo: Cosac Naify.
- Callan, G. (2007). *A enciclopedia da moda, de 1840 à década de 1990*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Cantão (2013). Disponível em: <http://www.cantao.com.br/produto.aspx?p=16527&ct=4&c=14&cor=849&nm=PARKA+SARJA+MILITARA+LONGA>. Acesso em: 22 maio. 2013.

- Carvalho, A. (2009). A moda do prêt à porter dos anos cinquenta: Permanências e mudanças culturais. *Voices em Diálogo*. Rio de Janeiro (3), jan-jun. 4.
- Charles-Roux, E. (2007). *A era Chanel*. São Paulo: Cosac Naify.
- Del Priore, M. (1997). *A história das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto.
- Guido, M. (1949). O Modelo Vivo. *Vida Doméstica*. Rio de Janeiro, nº373, p. 98, abr.
- Laver, J. (1989). *A roupa e a moda*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Mello, J. e Novais, F. (Coord.) (1998). *Capitalismo tardio e sociabilidade moderna in História da vida privada no Brasil; contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Moutinho, M. e Teixeira Valença, M. (2000). *1945 a 1960*. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional.
- Reniany, O. (2008). *Segunda Guerra Mundial*. Contexto político e participação da mulher na Força Expedicionária Brasileira. Rio de Janeiro. Manuscrito não publicado.
- Veillon, D. (2004). *Moda&Guerra: um retrato da França ocupada*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Zuin, L. Moda rocker e militar em alta na C&A e Renner. Fiercekrieg, 2013. Disponível em: <http://www.fiercekrieg.com/2013/01/moda-rocker-militar-cea-renner.html>. Acesso em: 22 maio.

Abstract: We will deal with the relations between fashion and image by having the military dress as a representation of power through the alterations of the feminine clothing in the interwar period and in the contemporaneity. The interferences in the feminine universe allowed conquests from the financial emancipation until the visit to the male wardrobe as symbolic representation of a time in which the fashion was altered with the establishment of the prêt-a-porter. From the analysis of photographs of the time, we identify the constituent elements of the female military costume to compose contemporaneity.

Key words: Fashion - Brazil - Image - Military Suit - Femininity.

Resumo: Trataremos das relações entre moda e imagem tendo o traje militar como representação de poder por meio das alterações da indumentária feminina no período entre guerras e na contemporaneidade. As interferências no universo feminino permitiram conquistas desde a emancipação financeira até a visita ao guarda-roupa masculino como representação simbólica de uma época em que a moda se alterou com o estabelecimento do prêt-à-porter. A partir da análise de fotografias da época, identificamos os elementos constitutivos do traje militar feminino para compor a contemporaneidade.

Palavras chave: Moda - Brasil - Imagem - Traje militar - Feminilidade.

(* **Ana Paula Lima de Carvalho**, Mestre em Design pela PUC Rio e graduada em História (licenciatura e bacharelado) pela mesma universidade. Especialista em Educação na Unigranrio. Leciona no ensino superior no SENAI CETIQT, como também foi Gestora Técnica do curso de pós-graduação em Design de Moda, nas modalidades presencial e a distância. Atua nos cursos de graduação em Design de Moda e no Programa de pós-graduação em Design de Moda e já atuou como professora no curso de Pós graduação em Design de Acessórios em Metodologia do trabalho científico. É membro do Núcleo Docente Estruturante do curso de Design de Moda. Orienta Iniciação Científica na pesquisa Cultura, Design e Memória. **Gláucia Curtinaz Centeno**, Mestre em Comunicação pela PUC Rio, especialista em História do Brasil pela Universidade Cândido Mendes. Graduou-se em Jornalismo pela PUC RS e cursou Moda na Universidade Cândido Mendes. Professora em cursos de Graduação e Pós-graduação em Design, Comunicação e Administração nas instituições UCAM, SENAI CETIQT, Estácio, SENAC, UNIPLI, UVA e IED Rio. Coordenou o curso de Pós-graduação em Marketing e Comunicação de Moda do IED Rio, como também o Curso Tecnológico em Design de Moda da UNIPLI. Foi gestora técnica dos cursos de Pós-graduação em Pesquisa de Comportamento e Consumo e em Design de Moda à distância na instituição do SENAI Cetiqt.

Neurodiseño a través de la memoria emocional. La marca, su creación y administración, fundamentada en la parte biológica del consumidor

Juan Carlos López Domínguez (*)

Actas de Diseño (2017, Julio)
Vol. 23, pp. 107-115. ISSN 1850-2032
Fecha de recepción: julio 2012
Fecha de aceptación: julio 2014
Versión final: noviembre 2016

Resumen: La capacidad de integrar Neuromarketing hacia el diseño y administración de las marcas, es la capacidad de generar estrategias y vanguardia en lo que el público percibe como marca. Identificar las características tangibles e intangibles de una marca para aplicar en estas los avances del descubrimiento del cerebro y la capacidad de generar un mejor diseño de marca, una propuesta de lo que es Neurodiseño integrado por Neuromarketing y Psicología.

Palabras clave: Diseño Estratégico - Público - Integración - Marca - Neuromarketing - Memoria Emocional.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 115]