

lo comercial, lo vendible...escenario de una modernidad que también ha creado el propio desarrollo japonés. (García Montiel, 1998: 56)

El imaginario femenino deja de ser el de la *bijin* –mujer tradicional vestida con kimono– para convertirse en la moga de los años '20 y '30. Es este modelo de mujer y de familia el que establecerá nuevas pautas sociales y culturales en Ginza. Y es a este tipo de consumidor al que se dirigirá la publicidad urbana.

En este trabajo analizaremos los carteles publicitarios que surgen en este contexto, deteniéndonos en aquellos en que se utiliza la imagen femenina y su mercantilización, entendiendo que “las imágenes dan testimonio a la vez de las formas estereotipadas y cambiantes en que un individuo o un grupo de individuos ve el mundo social, incluso el mundo de su imaginación” (Burke, 2001: 234)

Nos centraremos en dos casos de estudio: la gráfica de las tiendas Mitsukoshi y Shiseido y sus interrelaciones con el arte y el diseño occidental .

La tienda Mitsukoshi, fundada en 1673, fue la primer tienda por departamentos. Se muda a Ginza en la década del '30 constituyendo el símbolo del consumo moderno. Trascendiendo su función comercial, tenía además un rol sociocultural, ya que se hacían conciertos, exhi-

biciones de arte y hasta poseía un zoo en su terraza a fin de atraer a toda la familia. Los carteles publicitarios son diseñados por Tsunetomi Kitano, Hisui Sugiura y Hokuu Tada.

Otro caso de estudio lo constituye Shiseido, que abre sus puertas en Ginza en 1872, fundada por Yushin Fukuhara y constituye la primer farmacia de tipo occidental. Sus ideogramas significan encuentro mutuo con la naturaleza. A fines del siglo XIX, comercializan los primeros dentríficos y emulsiones para el cabello. Ya al principio del siglo XX introducen los cosméticos: polvo facial, perfume, etc, famosos internacionalmente. En sus publicidades podemos observar un nuevo ideal femenino, sofisticado, estilizado, de cabellos y ojos claros. Los principales diseñadores de las publicidades de Shiseido en este período son: Ayao Yamana, Reika Sawa y Hiromu Hara.

Referencias bibliográficas

- Burke, Peter (2001) Visto y no visto. El uso de la imagen como documento social. Barcelona, Gustavo Gili.
- García Montiel, Emilio.(1998) Muerte y resurrección de Tokio. Arquitectura y Urbanismo. 1868-1930.México: el Colegio de Mexico, CEAA

Mulheres em tempos de guerra: análise do comportamento e da moda feminina nos anos 20 e 50

Cristina Peixoto Batista

Apresentação

As guerras massacram, devastam, assolam, entristecem as vidas, as famílias, as cidades. Uma sociedade em tempos de guerra sofre muitas e drásticas mudanças, desde seu modo de pensar até seu modo de vestir.

No final da Primeira Guerra Mundial, a Europa estava em ruínas no campo econômico e social, além de 13 milhões de pessoas que morreram durante a guerra. E a estas baixas é preciso juntar as que, no seio das populações civis, resultaram das invasões, das epidemias, das restrições alimentares e da fome, bem como do déficit da natalidade. Um assombroso custo econômico se refletia no desgaste do material de transporte, do instrumental das fábricas que foram utilizadas ao máximo e insuficientemente renovadas e conservadas, o que representa no total uma séria diminuição de seu potencial econômico. Houve não só prejuízo pela falta de crescimento da produção e de natalidade, mas também o endividamento dos países beligerantes que tiveram de contrair empréstimos, ceder parte de suas reservas de ouro e desfazer-se de parte de seus investimentos no estrangeiro.

Diante desse cenário devastador, onde a esperança parece se desvanecer, a Europa viveu um período de intensa criatividade no mundo da moda. Muitos estilos revolucionários nasceram desse panorama crítico.

Pensando nessas reações, se decidiu destacar a etapa posterior das duas maiores guerras da história ocidental: a 1ª Guerra Mundial, acontecida na segunda metade da década de 10, e a 2ª Guerra Mundial, acontecida entre os anos de 1939 a 1945.

Essa escolha se baseou em um estudo feito para um trabalho de monitoria do Curso de Estilismo e Moda da Universidade Federal do Ceará, onde se analisou a beleza feminina desde a década de 1900 até os anos 50. Após a realização desse trabalho notou-se a necessidade de um estudo mais profundo sobre a relação feminina com as guerras. Tal necessidade surgiu a partir da leitura de teorias Freudianas sobre a mulher, onde Freud (1931) relata que existem três saídas básicas para a mulher se afirmar como ser social: complexo de masculinidade, inibição da sexualidade e desenvolvimento normal. Esses caminhos serão relatados ao longo do texto com maior destaque. Mencionada necessidade também se justifica pelo fato de que o mundo feminino é muitas vezes relegado a um papel secundário na sociedade machista e patriarcal.

Tomando como exemplo Freud (1933) que dedica parte do seu estudo em indagar como uma mulher se forma e se desenvolve na sociedade, este trabalho tem como objetivo relatar como as mulheres, através de uma de suas poucas formas de expressão, a moda, reagiram diante de uma situação de crise. Historicamente relegadas a um papel social menos importante, elas passaram a ter um papel protagonista como motores (impulsoras, pilares) de uma sociedade em crise, onde os homens se haviam ido á guerra. Como se demonstrará, essa mudança de rol, em uma situação tão peculiar como uma

guerra, foi responsável por memoráveis criações no mundo da moda.

Num primeiro momento se abordará a relação da mulher com a sociedade ocidental do início do século XX e como ela utilizou a moda para se afirmar dentro das relações sociais, onde, de maneira imposta, ocupou um papel passivo.

Num segundo momento se abordará o aspecto mais propriamente histórico, identificando: em primeiro lugar, as reações dessas mulheres frente às dificuldades causadas pelas guerras e pelas imposições sociais de passividade e conformismo e, segundo lugar, como elas refletiram essas reações buscando suprir suas frustrações e agonias através de modos e modas.

Yves Saint Laurent, afirma: “De uma eterna juventude a moda acompanha o tempo e perpetua-se através dele. Ela é o espelho ou reflexo da alma de uma época.” E, acreditando nessa afirmação, destacamos neste trabalho a importância da moda e da indumentária para a mulher em épocas de crise no pós-guerra. Cada década foi testemunha de uma forma diferente de suprir as necessidades e anseios de sua época.

Mulher como ser passivo

Durantes vários séculos de nossa história, a função dada às nossas mulheres foi a de dona do lar, obediente ao marido e responsável pelo cuidado dos filhos. Segundo Novais e Sevckenko (1998), essa forma de educar nasceu de uma crença que a natureza feminina dotava de uma predisposição biológica pra as funções da vida do lar que consistia em casar, gerar filhos para a pátria e plasmar o caráter dos cidadãos de amanhã. Concordando com os autores, Coelho (1995) afirma que “ser mulher é ser mãe, ser mulher é ser amada por um homem, este é o modelo da nossa cultura judaico-cristã.”

Dessa forma, a mulher nunca pôde, em definitivo, entrar no mercado de trabalho, realizar tarefas fora do lar ou comandar as despesas da família. Tudo fora de casa estava delegado ao homem. Assim, se ao marido cabia prover a manutenção da família, à mulher restava a identidade social como esposa e mãe, como afirmam Novais e Sevckenko (1998).

O papel secundário dado à mulher durante séculos proporcionou-a encontrar formas de superação diante dessa anulação dentro da sociedade. Inventar novas formas de vestir e de se comportar, foram caminhos encontrados pelo ser feminino de se auto afirmar e de participar da vida social de maneira mais relevante e visível.

Assim, Freud (1933) destaca as três saídas ao ser feminino: inibição da sexualidade, onde sentindo-se diminuída, abdica da sua sexualidade e entra no caminho da neurose, o que ele chama de impotência psíquica; complexo de masculinidade, onde a mulher espera conseguir um pênis para si e se coloca de uma maneira semelhante ao homem imitando seus gestos e gostos; desenvolvimento normal, no qual as perdas da infância abrem caminhos para a identificação feminina, ou seja, a maternidade. Coelho (1995) resume as teorias de Freud de forma bem simplificada afirmando que existem três saídas para ela (a mulher): desistir da sexualidade,

desejar um pênis para si, ou se vestir com a feminilidade... e com isto conseguindo entrar no meio social. Em qualquer dos comportamentos escolhidos pela mulher, a indumentária se mostra como o melhor caminho para refletir a decisão feminina. Tratando-se de aparência a moda vem como uma busca de prazer, em constante mudança na tentativa de chegar à plena satisfação e afirmação como ser social. (Coelho, 1995). Em épocas diferentes, as reações femininas à guerra foram igualmente distintas. A partir das opções femininas destacadas nas teorias Freudianas citadas acima, podemos destacar que, na década de 20, a mulher procurou de todas formas se assemelhar ao homem buscando sua emancipação.

Por outro lado, na década de 50 aconteceu justamente o contrário: houve um retrocesso feminino ao lar, à vida doméstica e à dedicação ao marido. Porém, essa mulher da primeira metade do século XX ainda se mostrava submissa e obediente, nas relações sociais da época. A forma que ela encontrou de demonstrar seus sentimentos dentro de toda essa submissão foi através do vestuário como confirmaremos ao longo do texto.

A seguir se identificará como se deram as transformações dos anos 20 para a mulher e como ela buscou saída ao se deparar com as responsabilidades e transformações causadas por uma guerra.

Anos loucos

“Sozinha pela rua, com as mãos na direção do seu auto; sozinha no passeio e no dancing da moda. É a moça de hoje que já não precisa da mamãe vigilante, nem da senhora de companhia [...] Como os cabelos, como os vestidos, como o rosto, a moça de hoje já fixou espírito fê-lo mais livre [...] Nas repartições públicas, no balcão, na fábrica ou nas grandes casas, ela sabe estar sozinha pela vida [...] Sozinha: para as mãos, já não faz falta o embrulhinho cúmplice e dissimulador. Já sabe o que fazer com as mãos, que são igualmente adestradas para empunhar à direção de um auto ou para mover-se sobre o teclado de uma máquina de escrever.” Novais e Sevckenko (1998, p.369)

A 1ª Guerra Mundial trouxe a escassez, a sobriedade, a austeridade e a tristeza às pessoas e, conseqüentemente, afetou a beleza e a moda. Nessa época o espartilho foi deixado de lado sendo substituído pela cinta elástica, e a quantidade de tecidos foi sendo diminuída devido ao fechamento das fábricas. (Chanine e Jazdzewisk, 2000). Roupas mais curtas (meio da perna), calças frouxas, saias tubulares, casacos, tubinhos. As cores eram o preto e o branco, os chapéus diminuíram de tamanho e eram pouco enfeitados.

Passados os anos de guerra, a vivacidade tomou conta da sociedade. As mulheres eram audaciosas e buscavam cada vez mais sua emancipação. Enfim, todos queriam esquecer os anos de guerra e viver tudo muito intensamente.

Cada vez mais as mulheres queriam parecer com os homens tanto na vida social, como na vida profissional. Era uma reação à falta do homem na sociedade, já que na sua ausência, as mulheres assumiram os postos de trabalho fora de casa, aprendendo assim as funções do

mercado de trabalho. As mulheres *La Garçonne* eram as queridas da época. (idem) A partir do lançamento do livro homônimo de Victor Margueritte, elas passaram a comandar a moda e os padrões da época. Esse tipo de mulher imitava as formas e os gestos masculinos, usava roupa frouxa sem marcar o corpo, fumava em público, usava o cabelo curto (*garçonne*) e tinha uma pele um pouco clara, mas já sem o exagero do pó-de-arroz. Havia se decepcionado com os homens e queria levar uma vida sem eles já que havia descoberto, durante a guerra, como exercer suas funções. Ao mesmo tempo em que queria se igualar ao ser masculino, não deixava sua feminilidade de lado com o uso de rendas, pérolas e acessórios.

As mulheres que ocuparam o lugar do homem na guerra, sentiram que os mesmos não eram necessários e que podiam se igualar à eles. De maneira quase contraditória, usavam roupas frouxas masculinas, mais não perdiam a feminilidade, além de possuírem uma alta carga de lascividade, na tentativa de propagar sua busca de emancipação. “As mulheres passaram a demonstrar um comportamento lascivo através do desnudamento do corpo, sinal de liberdade, na época.” (Beirão, 2004, p.22). Essa busca recebeu uma grande ajuda do movimento sufragista. Ademais, elas encontraram apoio para essa moda tão funcional e prática em duas grandes estilistas: Coco Chanel e Madeleine Vionet. Cada uma com seu estilo, revolucionaram o guarda-roupa feminino, trazendo dessa forma ares de emancipação e participação feminina nos assuntos fora do lar. Essas duas mulheres não eram apenas estilistas, mas elementos importantes de todo o movimento artístico da época. (Laver, 1996). Chanel tinha um estilo mais feminista trazendo elementos da indumentária masculina para a feminina: criou os *talleurs*, o chapéu *cloche*, o *twin-set*, popularizou o corte a *garçonne*. Essa moda era adotada pelas artistas e pelas moças emancipadas que escutavam o jazz e dançavam o *chalerstone* (ritmo frenético da época). Já Vionet criava roupas para as moças de família, um pouco mais comportadas. Seu estilo era de cintura baixa, comprimento nos joelhos, de tecidos leves, com corte em viés e com os achatadores de seios que davam ainda mais a forma andrógina tão buscada na época. “O ideal era uma criatura sem realidade, híbrida, com pernas longas, peitos achatados, quadris estreitos, com ombros mais largos, adotando penteados de corte masculino [...]” (idem, p.22)

A reação feminina observada nessa época, explicitada na indumentária, se relaciona com a primeira opção Freudiana: a mulher desejava um pênis para si. Ela experimentou o mundo masculino e queria fazer parte dele. Mostrou esse desejo através da forma de vestir, e de explicitar seus anseios, vontades e luxúria. Essa expressão era ao mesmo tempo um protesto por uma sociedade diferente onde a mulher poderia trabalhar, estudar, ou seja, desenvolver atividades fora do lar, e ser mais valorizada.

Com a crise de 1929, no entanto, toda a ilusão de liberdade e vivacidade foi se desfazendo. Nos anos 30, a Europa começava a conhecer o fascismo e os exageros e excentricidades foram sendo reduzidas. Delpierre (1997) e Du Rossele (1980) relatam que a euforia dos “Anos

Loucos”, com sua vontade de mudanças e progressos, tropeçou na crise de 1929. A queda na Bolsa de Nova York causou a depressão econômica e o desemprego, um péssimo começo para a década seguinte.

Anos dourados

Se a Primeira Guerra Mundial acabou com a economia ocidental, a Segunda Guerra devastou, arrasou e deixou enormes prejuízos aos países envolvidos direta ou indiretamente com o conflito. A Segunda Grande Guerra aconteceu entre os anos de 1939 e 1945, época em que o fascismo e o nazismo deixaram a população temerosa e à espera de novos acontecimentos.

Durante os anos de guerra, mais uma vez a mulher ocupou o mercado de trabalho, já que os homens, haviam saído para defender a pátria nos campos de batalha. Outra vez essa inserção feminina no mercado de trabalho trouxe uma série de transformações no modo de vestir e pensar dessas mulheres.

“As pessoas precisavam fugir, correr, pular e a roupa teve que acompanhar essa mudança no comportamento. Vestidos diminuía de tamanho, se tornavam justos, roupas velhas eram recicladas por causa da escassez de tecidos, as cortinas eram a solução para a confecção de roupas... as mulheres emagreciam, tanto porque voltavam a assumir o papel dos maridos nos empregos como pela escassez de alimentos, a educação física era incentivada para formar mulheres fortes e ativas.” Chanine e Jazdzewski (2000)

Porém, diferente dos anos 20, a reação feminina nos anos 50, apareceu como uma busca da feminilidade, da maternidade, do casamento, do luxo e da riqueza. O que Freud chamou de, desenvolvimento normal. Esse novo modo de se comportar se iniciou com uma grande inovação na maneira de vestir.

Criado por Dior, o *new look* chega para trazer toda a elegância e todo o glamour que a mulher perdeu no segundo conflito mundial. Saias rodadas até o meio das pernas, cintura de vespa e corpetes justos, ancas acentuadas e ombros estreitos eram as características desse novo estilo que evidenciava as curvas das formas femininas, além de ser suntuoso e luxuoso...este novo estilo determinava realmente que a guerra terminava. (Delpierre, 1997 e Chaumette, 1995).

Nessa época, era marcante a vontade de que tudo mudasse, as pessoas queriam esquecer os tempos difíceis, a elegância era pregada como essencial, o casamento se realizava rapidamente, a natalidade era alta e as pessoas queriam mais era viver (Moutinho, 2000). Uma nova maneira de ser vivida tomou conta da sociedade. O luxo era valorizado, começavam os anos dourados.

Com as novas tecnologias, o trabalho doméstico se tornava mais facilitado e prazeroso. Assim, as mulheres tinham mais tempo para se embelezar e cuidar de seus maridos. A mulher dos anos 50 sempre demonstrava beleza, acordava antes de seu conjugue a fim de fazer o cabelo, a maquiagem e colocar uma bela roupa, depois voltava para a cama e fingia dormir, fazendo com que o marido sempre tivesse ao lado uma bela mulher, pronta para agradá-lo a todo instante (Chanine e Jazdzewski., 2000).

A mulher dos anos 50 era burguesa, moralista, defensora do casamento e da família. Tinha suas opiniões rígidas sobre sexualidade, juventude e trabalho feminino, baseadas na sua educação judaico-cristã. A roupa feminina na época mostrava status social, condição financeira, poder, riqueza e prosperidade do marido (Beirão 2004). A partir do relato acima detalhado, se denota que a mulher da metade do século XX buscou, tão somente, recuperar seu papel passivo e doméstico trazendo um retrocesso para a emancipação feminina. No entanto, esse passo atrás não duraria muito tempo, visto que nos anos 60 o movimento feminista tomou voz ativa e revolucionou a sociedade.

Conclusão

No presente artigo relacionamos a moda com a transformação do papel feminino nas duas Grandes Guerras, usando como moldura conceitual, algumas das teorias Freudianas sobre feminilidade.

Nos anos 20, o que pudemos observar foi uma vontade da mulher em parecer com o homem através de roupas frouxas, peças masculinas adaptadas ao guarda roupa feminino, gestos como fumar em público, usar cabelos curtos e trabalhar fora do lar. Ao mesmo tempo em que traços de feminilidade foram aguçados, como o uso de decotes, maquiagem pesada e muitas jóias, o que significava sua emancipação. Essa era a mulher que, segundo Freud, queria um pênis para si.

No período pós 2ª Guerra Mundial no entanto, o comportamento feminino se encaixou no que Freud chamou desenvolvimento normal. As mulheres se vestiram de luxo, riqueza e valores judaico-cristãos a fim de recuperar seu posto como mãe, esposa e dona do lar. Na moda, isso se refletiu nas formas, bem femininas adotadas nesta época: valorização do busto, afinando a cintura e alargando os quadris, demonstrando que essas mulheres estavam aptas ao casamento e a reprodução.

Pretende-se continuar este trabalho que fora iniciado, relatando a relação entre moda e o mundo feminino

diante das situações de pós-guerra, procurando um maior aprofundamento dos fatos, costumes e modas nas décadas de 20 e 50. Para tanto, esta autora continuará realizando a revisão bibliográfica da literatura existente sobre o tema, já iniciada neste trabalho.

Referências bibliográficas:

- Beirão, José Alfredo Filho (2004). Remodelando Corpos: As costureiras e suas reminiscências na Florianópolis de 1950. Santa Catarina, Teses UFSC, 2004, disponível em <http://teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/11595.pdf>.
- Chanine, Nathalie; Jazdzewski, Catherine (2000). Beleza do século. São Paulo: Cosac & Naif edições.
- Chaumette, Xavier (1995). Histoire du Costume em Occident. Paris: Flammarion.
- Coelho, Maria José de Souza (1995). Moda um enfoque psicanalítico. Rio de Janeiro, Diadorim Editora Ltda.
- Delpierre, Madeleine (1997). Le Costume - Haute Coutur: 1945-1955. Paris: Flammarion .
- Du Rossele, Bruno (1980). La Mode. Paris: Imprimerie Nationale.
- Freud, S. (1931). "Feminilidade" Edição Standart Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud, vol XXII. Rio de Janeiro: Imago, 1980.
- Freud, S. (1931). "Sexualidade Feminina" Edição Standart Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud, vol XXII. Rio de Janeiro: Imago, 1980.
- Laver, Jones (1996). A Roupa e a Moda: Uma História Concisa. São Paulo. Companhia das Letras.
- Moutinho Maria Rita (2000). A Moda no Século XX. Rio de Janeiro, Senac Nacional.
- Novais, Fernando A. e Sevcenko, Nicolau (1998). História da Vida Privada no Brasil, Vol III. São Paulo: Companhia das Letras.
- Vestígios Home Page - Primeira Guerra Mundial, disponível em <http://209.85.165.104/search?q=cache:5hBfBik027kJ:www.vestigios.hpg.ig.com.br/1guerra.htm+primeira+guerra&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=3&gl=br>

Cristina Peixoto Batista. Aluna do terceiro ano do curso de Estilismo e Moda da Universidade Federal do Ceara, Brasil.

Identidad visual

Una experiencia de enseñanza

Ana Beatriz Pereira de Andrade

Caminos del diseño en Brasil

La enseñanza, en nivel superior, de Diseño en Brasil tiene inicio en la década del '60 con la fundación de la Escuela Superior de Diseño Industrial, filiada a la Universidad del Estado de Río de Janeiro. La ESDI, influenciada por los principios de la Bauhaus y de la Escuela de Ulm, fue, sin lugar a dudas, fuente de inspiración e incentivo para que otras instituciones creyeran en el éxito de los cursos en Diseño.

Hoy en día se registran centenas de opciones disponibles en la mayoría de los estados brasileños. En la ciudad de Río de Janeiro, hay ocho cursos ofrecidos,

siendo dos públicos y los demás en instituciones privadas.

Hasta la década de '90, había que respetarse el uso de términos en portugués para la denominación de los cursos. De este modo, había Diseño Industrial con habilitaciones en Comunicación (o Programación) Visual y Proyecto de Producto. En las escuelas más antiguas, el vínculo institucional se relacionaba con las Bellas Artes. Actualmente, ya existen las denominaciones Diseño Gráfico y Diseño de Productos con sus departamentos específicos.

Durante algún tiempo, las estructuras curriculares estuvieron conectadas a un currículo mínimo, y, posteriormente, algunas adoptaron recomendaciones definidas por una Comisión de Especialistas ligada al Ministerio de la Educación y Cultura (MEC).

En Río de Janeiro, cada una de las escuelas, a lo largo de los tiempos, fue delineando una identidad a partir