



Doi: 10.4025/7cih.pphuem.1413

A primeira revista de moda do Brasil: uma análise síntese dos editoriais das primeiras edições da revista *Manequim*®

Paula Rafaela da Silva¹

Resumo: Esse texto pertence ao desenvolvimento da pesquisa de doutorado inserida no Programa de Pós-graduação em História da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, financiada pela Capes e tem como objetivo pensar questões sobre cultura visual referente ao corpo que veste e ao processo de internacionalização da roupa através da comparação das revistas de molde *Burda*® (Alemanha) e *Manequim*® (Brasil) na década de 1960.

Neste ensaio procurei problematizar a respeito da cultura visual abordado brevemente o conceito de performance do corpo, a partir da análise das fotografias dos editoriais da revista *Manequim*® da primeira metade da década de 1960. Dentre as percepções, podemos ver uma prática de cultura visual que, embora, priorize destacar a roupa em detrimento da modelo, exibe uma modelo com gestos delicados, que lembram bailarinas leves, graciosas e comportadas. Apontando para uma característica de época na qual as roupas recatadas, de cortes retos e adequados se unem a situações que eram guiadas pela revista. Como um manual, mais do que o molde da roupa, a *Manequim*® ensinava como e onde usar as peças. Com uma linguagem fotográfica, apresentava uma visualidade que convencia da garantia, a quem seguisse a orientação, de estar inserido no meio social.

Palavras-chave; Moda, Cultura Visual, corpo, história.

Financiamento: Capes

Introdução

"Ano a ano, variam as modas. Saias sobem, saias descem, saias armam, como abjures, ou se estreitam como a malha de uma bailarina.

E as mulheres obedecem a moda." (LISPECTOR, p. 29)

Vestir-se. Um ato que acompanha nossa vida desde que nascemos. Cobrir nossas vergonhas é tão natural na vivência do que é ser humano que nem parece que um dia não foi assim. Não parece que ao vestir-se estamos repetindo uma construção cultural, repleta de historicidade.

As roupas caminham unidas ao corpo de quem as veste, participam, portanto,

¹ Doutoranda em História na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS - Bolsista Capes. Orientadora Prof. Dra. Maria Lúcia Bastos Kern.

dos atos históricos. Mas não são elas objetos desprovidos de vida? Como podem atuar no processo histórico?

Sim, as roupas são objetos desprovidos de vida, mas quem as veste, quem as cria e quem as costura são pessoas, são os atores históricos que dão significado e atribuem importância a este objeto e é exatamente por isso, que as roupas, a moda e o vestir são uma possibilidade ímpar de pensar um tempo historicamente sob diversos aspectos que podem passar pela produção, pelo desenvolvimento industrial, pelo consumo, costumes, pelo flerte com a arte, dentre tantos outros.

Nesta reflexão abordarei, de maneira breve, apenas uma das múltiplas possibilidades. Pretendo aqui discorrer rapidamente, através de um exercício de análise através das fotografias de um dos editoriais da revista *Manequim*® em 1960. Meus pontos de reflexão vão ao encontro de identificar quais os recursos da Cultura Visual² como forma de divulgação no modo de fazer da roupa e em como usá-la, vislumbrando como consequência uma normatização do corpo que a veste.

Sobre a revista *Manequim*®

As revistas como fonte de informação e entretenimento estão presentes na vida dos leitores desde o século XIX. No início elas eram conhecidas como Revistas Ilustradas cheia de textos literários. Com o passar o tempo, o avançar do desenvolvimento tecnológico, a maior agilidade da distribuição dos periódicos e o aumento do público leitor, as revistas foram sendo reformuladas, foram invadidas pelas imagens, que primeiro eram ilustrações e, depois, fotografias. Conforme COSTA, (2012), o crescimento desse tipo de periódico está ligado ao desenvolvimento do capitalismo e ao processo de globalização da comunicação de massa que visava já nas primeiras décadas do XX unificar um discurso e torná-lo universal tendo a fotografia como protagonista.

Sobre a revista *Manequim*® podemos afirmar que ela foi, conforme afirma a própria editora Abril® (2000, p. 167), “a primeira revista de prestação de serviço para a mulher”. Lançada em 1959 foi pioneira no Brasil ao publicar com foco exclusivo no assunto moda e faz parte de um momento em que as revistas ilustradas estavam

² A Cultura Visual como campo é reconhecidamente tido como interdisciplinar e, portanto, não conta com uma definição única e, tampouco, é uma questão fechada. Mas conforme Knauss (2006, p.106), que pensa o termo na disciplina da história, as definições para cultura visual envolvem “imagens, representações visuais, processo de visualização e modelos de visualidade”.

perdendo prestígio. A Manequim® está inserida no processo de segmentação, onde as publicações começavam a ser direcionadas para um público que era cada vez mais específico.

Quatro meses após seu lançamento, a publicação atingiu uma tiragem de 140 mil exemplares e já disponibilizada os moldes para as leitoras. Segundo MIRRA (2011, p.50) a revista foi inicialmente desacreditada pelos investidores e acabou conquistando seu espaço pouco a pouco. Anteriormente a revista era direcionadas apenas às costureiras e às dona de casa, atualmente o público alvo é direcionado a estudantes e profissionais da moda e confecções. Em 1995 a Manequim ocupava o quarto lugar na vendas da Editora Abril, com uma tiragem de 488 mil exemplares, vendendo menos apenas que os nomes majoritários semanais da editora, como Caras e Veja. É válido dizer ainda, que a Manequim® deu origem a outras publicações do mesmo segmento, como, por exemplo, Moda Moldes® e Moda e Cia®, Ponto Cruz®.

A viabilizadora do projeto da revista foi a esposa do fundador do grupo Abril®, Sylvana Civita³. A revista Manequim® iniciava sua publicação no mercado de moda que era novo para o Brasil, mas que possuía um grande potencial. Por isso, a organização editorial da revista, optou por importar dos modelos europeus o formato de publicação⁴. Nessa importação podemos incluir as fotos, os modelos das roupas - que seguiam a moda européia - e também os moldes. Considerando essa informação é importante que se diga, que inicialmente não havia uma equipe de fotógrafos disponíveis, inclusive, porque, conforme já foi dito, não se sabia se a revista daria certo⁵.

³ Sylvana Civita participava da direção do grupo Abril®, ela foi responsável também pelas publicações de fotonovelas e da revista Cláudia®, outro grande título da editora.

⁴ Esta autora tem como hipótese que a revista Manequim® é inspirada na revista burda® que iniciou sendo publicada na Alemanha em 1950, como uma criação de Anne Burda. Tal como a Manequim®, a publicação nasceu com o objetivo de possibilitar as mulheres - da Alemanha que ainda se recuperava da guerra - vestir os modelos das grandes casas de costura de forma mais barata, isto é, fazendo em casa.

A revista burda® foi um verdadeiro fenômeno na Europa. No final dos anos 1950 e no início dos 1960, Anne Burda viajava por todo o continente para promover a publicação da revista que também chegou ao Brasil e a Argentina tendo os moldes traduzidos. A revista alemã também faz parte do estudo desta autora, mas não será contemplada neste texto.

Hoje a revista burda® é publicada ainda hoje em 99 países e 17 línguas. (informação disponível em: http://www.maxpressnet.com.br/Conteudo/1,733277,Historia_de_Aenne_Burda_e_um_painel_de_60_anos_de_moda_e_tema_de_exposicao_na_Burda_Expo_2015_733277,1.htm)

⁵ Sobre essa informação, gostaria de informar que está prevista uma visita ao arquivo da revista em São Paulo no segundo semestre de 2015 para averiguação sobre estas outras questões que estão em aberto sobre os primeiros anos de publicação da revista.

Finalmente, outro ponto importante de destacar sobre a revista Manequim® é que em termos de conjuntura ela é lançada no mercado num momento em que o *prêt-à-porter* estava, como diria a minha avó, que era menina nesse período: “no ar das graças”, isto é, estava na moda, em ascensão. A facilidade de comprar a roupa pronta estava começando a se tornar uma realidade no Brasil, especialmente nos grandes centros como Rio de Janeiro e São Paulo. O que poderia tornar a revista fora de contexto e prejudicar as vendas, mas o que ocorre é justamente o contrário.

A moda nos anos 1960

Pensando de uma maneira mais global a moda na década de 1960 sofreu significativas modificações. É nessa década que começa uma consolidação da moda no formato que temos hoje, isto é: como um grande mercado e como um produtor de identidades. Não que não houvesse essas características nos períodos anteriores, mas é nesse momento que a moda de consumir roupas de forma cíclica se trona um fenômeno de massificação ao ponto de chegar aos dias atuais com sérios questionamento sobre o sistema de moda como pensaram BARTHES (2009), BOURDIEU (2008), e a possibilidade de seu fim como analisa SAULQUIM (2014) ao questionar a lógica de produção que prejudica o processo criativo, que escraviza trabalhadores e consumidores. Ainda sobre os rumos da moda atual e seus problemas destaco o documentário "*True Cust*"⁶, que aborda o excesso de consumo, os problemas ecológicos e psicológicos que a preocupação com a aparência vem causando nas últimas décadas.

Sobre a moda no Brasil dos anos 1960 concordo com RAINHO, (2014); que pensa o período com dois grandes momentos contrastantes. O primeiro momento diz respeito à primeira metade da década, o qual refere-se este texto, onde a moda ainda não assumiu o papel transgressor, mas aponta, através das fotografias algumas possibilidades inovadoras em termos de comportamento e performance do corpo. Já na segunda metade da década, segundo a autora, já é possível perceber significativas mudanças que acompanham o circuito da moda mundial, especialmente o movimento anti-moda, surgido em Londres e adotado pela juventude no mundo. Nesse segundo momento é que veremos corpo jovens, corpos amostra, roupas unissex e roupas que davam mais liberdade e movimento ao corpo.

⁶ Disponível para aquisição em <http://truecostmovie.com> Acesso em:09/06/2015.

No aspecto do desenvolvimento da moda e do *prêt-à-porter* no Brasil nos anos 1960 é indispensável destacar um fator da indústria que foi super importante para que essas modernizações fossem possíveis. O evento do fio sintético e o nascimento do podemos chamar de '*Brazilian Style*' são elos que compõe a corrente da democratização. O fio de nylon, mais do que meias produziu novos caimentos, tecidos mais baratos, novas formas de produção e foi importantíssimo para a democratização da moda e promoção do nosso *prêt-à-porter*. De acordo com BONADIO, 2014, a empresa Rodhia teve um papel significativo na difusão da moda brasileira ao organizar os primeiros desfiles que eram verdadeiros shows e envolviam artistas e um significativo investimento em publicidade. Os desfiles aconteciam na Feira Nacional de Indústria Têxtil entre 1963 e 1970 e promoviam uma roupa que ao ser produzida no Brasil também apresentava características locais, referências tipicamente brasileiras nas estampas, nos volumes, nos cenários fotográficos. Isso, serviu para promover o Brasil no cenário da moda internacional.

É importante lembrar, que não foi só a moda que viveu uma revolução nos anos 1960. No Brasil e no mundo essa década foi marcada por questionamentos e disputas econômicas sociais e culturais, onde o maio de 1968 é o momento ícone de uma geração que questionava a ideia vendida pelos meios de comunicação de uma economia recuperada e uma felicidade fabricada e vendida através do consumo de bens duráveis. A moda, não só acompanhou mas antecipou os sintomas da rebeldia que estava brotando naquele mundo fantasia, o auge dessa vanguarda no vestir se dará no início dos anos 1970 acompanhado de todo um movimento artístico que envolvia sobretudo a música, literatura e as artes visuais. A moda, assim como a fotografia de moda não podem ser pensadas fora do contexto de experimentação e daquele período

Fotografia de moda

"Ao olhar para uma fotografia um dos aspectos que mais me atraem são as roupas dos retratados: sejam crianças vestidas como adultos, ou escravos portando padrões europeus, nas *carte-de-visite* do século XIX; noivos posando em cenas de casamento ou crianças em batizados nos álbuns de família; foliões dos bailes carnaval nas revistas de variedades da primeira metade do século XX..." (RAINHO, 2014, p. 47)

Na fotografia de moda dos anos 1960 podemos dizer que, de forma bem geral, havia um diálogo entre uma produção vinculada ao *op art* e outra a *pop art*, que não necessariamente eram contraditórias. De maneira bastante simplificada - já que não é o tema deste ensaio - é possível dizer, que se trata de uma opção por uma fotografia ligada a formalidade pictórica com preocupação do rigor na ocupação do quadro ou, de outro lado, a forma mais comportamental que inclui cenas ligadas a intenção de contar uma história pelas imagens, tendo como inspiração o fotojornalismo de Cartier Bresson, por isso essa forma de fotografar exigia da modelo ser também um pouco atriz, no sentido de encenar situações de uso da roupa (MARRA, 2008)⁷.

Ao contar um pouco sobre a história da fotografia e, principalmente, sobre a modificação do status fotográfico ao longo do tempo, André Roullié (2009) afirma que “Talvez seja na publicidade, sobretudo na moda, que a passagem do documento para a expressão tenha atingido sua maior expansão” (ROUILLÉ, 2009, p. 165). Mas a fotografia expressão, de acordo com o autor, só se torna uma realidade no campo da moda, a partir dos anos 1980 e firma-se nos anos 1990. Isso porque na década de 1960, a produção fotográfica está ligada aos conceitos de documento, isto é, de flertar com o real. Como cultura visual este momento é marcado pelo fotojornalismo, a fotografia e moda irá utilizar desses conceitos para suas produções.

Independente de produzir uma fotografia com mais rigor formal ou mais comportamental, durante esse período o caráter de documento privilegiava a informação. Isso quer dizer, no caso da publicidade, que o produto a ser vendido deveria aparecer de forma clara e informativa. Deveria ser um espelho do real. No caso da moda a roupa era o astro, ela aparecia sempre em evidência, em primeiro plano vestindo uma manequim que pousava rigorosamente como uma boneca. Os detalhes da roupa, como texturas e pregas eram evidenciados. Mesmo em caso de imagens externas, o foco no quadro era a roupa. E esse ponto é central na análise dessas imagens. Outra característica comumente utilizada pela fotografia de moda e que é original do fotojornalismo é o uso do texto explicativo na composição da

⁷ Os grandes nomes dessa bipolaridade na fotografia de moda dos anos 1960 são Irving Penn e Richard Avedon. Ambos fotografaram para as revistas ícones da moda Vogue (EUA) e Harpers's Bazar (EUA). Não é foco deste texto abordar as questões vinculadas à relação da fotografia de moda com a arte. No entanto é importante ter conhecimento dessa diferença na maneira de fotografar porque ela influencia a produção de editoriais em outros lugares do mundo, inclusive no Brasil.

imagem. Ele completa a informação e guia o olhar do observador/leitor.

Ainda para pensar a fotografia dentro do campo histórico, sobretudo tendo como norte o corpo que obedece a normativas sociais, concordo com Ulpiano Menzes (2005) que ao historiador, cabe o esforço de pensar para além da imagem, pensar o que não aparece nela ou pelo menos, o que não está claro de ver nela. Nesse sentido cabe destacar as considerações de RAINHO (2014), sobre o que se refere aos cenários das fotografias de moda que começam a mudar, tendo em vista uma formação mais comportamental no sentido da mudança de cenário.

A autora chama a atenção que ao retirar as fotografias de dentro do estúdio a roupa e sua portadora: a mulher passam a habitar diferentes espaços sociais. Isto é, a mulher como ocupante de outros lugares que não só o meio doméstico. O primeiro ambiente desse exercício fotográfico são os desfiles de moda, que inicialmente obedecem ao rigor e a normativa das grandes casas de costura, isto é, a roupa é o centro da atenção não a manequim. Porém, ao longo da década isso se vai se modificando e a performance⁸ desses corpos modifica também, porque, tal como a moda que se reinventa e se modifica, a visualidade do período também acompanha esse processo. A imagem da roupa, de quem a veste e de quem posa com ela, receberá um novo status, com mais destaque e maior importância social. A imagem de moda também passa a ser cada vez mais um produto para consumir.

Os primeiros editoriais da revista *Manequim*®: síntese

Como exercício para esta análise optou por pensar o primeiro ano de publicação da revista *Manequim*® da editora Abril, considerando tal ano como experimental da editora no que diz respeito a consolidação da revista. Essa análise é importante para o estudo da construção da tese de doutoramento - "A construção do corpo e o processo de internacionalização da roupa a partir das revistas de molde *Manequim* (Brasil) e *Burda* (Alemanha)- 1960-1970" - por contemplar algumas práticas da imprensa do período, assim como, do entendimento da caminhada histórica tanto da revista como da cultura visual relacionada ao objeto de estudo que diz respeito a moda e a normatização do corpo.

⁸ Como performance entendo aqui o conceito de BUTLER (2002) em que os corpos assumem performances variadas de acordo com a necessidade de se adaptar as diferentes situações sociais. Essas performances podem ou não assumir diferentes gêneros. disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-026X2002000100009&script=sci_arttext Acesso: 12/03/2014.

Para isso, é importante que se explique que para este estudo a revista Manequim® é entendida como uma revista especializada, de prestação de serviço e que atende a requisitos de manual de civilidade no que diz respeito a educação fora da escola porque além de divulgar a roupa, ela ensina a fazer e a vestir⁹. Ensina o que é atual e ao mesmo tempo adequado para as ocasiões e para a idade da mulher. Sob esse aspecto é que o corpo que veste a roupa compreende e obedece as normas.

Em termos de organização temática, o editorial da revista nos primeiros anos varia, demonstrando claramente o processo de construção. Nas primeiras edições ainda não há um índice do editorial. No corpus analisado de janeiro a outubro de 1960, o índice editorial só aparece no mês de agosto¹⁰. Através desse índice é possível ter uma ideia da abordagem sobre a moda da revista. Os modelos das roupas são divididos por espaços e temáticas tidos como tipicamente femininos para o período, de forma a colocar cada peça do vestuário de acordo com a situação, idade, local que deve ser vestida. Das seções temos os títulos Beleza, Crianças, Esporte, Passeio, Toalete. No caso das capas, não há referência ao nome da modelos que posam, mas sim, ao que vestem - vestido, saia, com ou sem decote -, como se comportam na cena - tímidas, recatadas - e ao cenário - campo, festa, casa.

Como já foi dito aqui, temos a hipótese de que as fotos, assim como os moldes eram comprados internacionalmente e isso justifica uma prática comum da imprensa brasileira na época de não colocar o crédito do fotógrafo na imagem¹¹. Sobre a moda que circula no Brasil através da revista Manequim® pode-se afirmar como característica dos primeiros anos de publicação que há, basicamente, a reprodução de modelos internacionais, sem referências a costureiros do Brasil e tampouco a tecidos e modelagem mais coerente com cultura e as características locais, como por exemplo, o clima. A revista promove a moda de quem regia o sistema de adequação, de quem ditava as normas do que era ser elegante. Como podemos ver na citação abaixo, o Brasil ainda não estava nesse mapa.

⁹ Sobre isso: CUNHA, (2008).

¹⁰ Não tive acesso as revistas dos meses de junho e julho. Por isso o índice editorial pode ter aparecido antes. No local pesquisado - Museo Hipólito da Costa - não constam esses exemplares.

¹¹ Lembrando que neste texto o foco são as publicações de moda. No fotojornalismo a realidade era diferente os fotógrafos eram verdadeiras celebridades. Sobre essa questão ver RAINHO, 2014.

“A mulher deve ser elegante e prática. A mulher deve ser jovem. A moda não tem idade. Adapta-se ao tipo de cada uma. O vestido, ousadíssimo, cor-de-rosa pode servir perfeitamente para a mulher da meia idade e não para a mocinha de 20 anos. A escolha do modelo, da cor e do tecido. E o segredo está na combinação dos acessórios, na sua integração como o modelo escolhido. Decidimos abrir esse número de Manequim com uma verdadeira exposição de tudo que há de elegante, de prático e de jovem no campo da moda. Trata-se de criações francesas, norte americanas e italianas. As últimas as melhores, as que mais se adaptam ao nosso gosto e clima às nossas necessidades”. Revista Manequim®, março 1960, p.1.

Como espaço para a moda no Brasil a revista destinava a publicidade e algumas referências de modelos disponíveis em butiques, principalmente no eixo Rio, São Paulo. Algumas dessa butiques também produziam cópias das roupas, outras, mais raramente, disponibilizavam modelos originais. Nos anos subsequentes, especialmente a partir de 1965, a moda brasileira começará a ganhar mais destaque na revista e no cenário nacional.

Nas imagens selecionadas abaixo temos elementos síntese do que eram as publicações da revista no seu início, sobretudo no primeiro ano. Temos imagens em P/B que era como os editoriais eram publicados. As imagens coloridas, ficavam para a publicidade. Esse padrão, perpassa os primeiros anos da revista com algumas exceções. No ano de 1963, uma ou duas imagens do editorial principal aparecem coloridas, mas não é recorrente. A foto P/B está relacionada a duas questões: uma prática que diz respeito ao maquinário para impressão e, a outra, teórica que diz respeito ao estatuto da fotografia, levando em conta que o P/B possui um caráter mais documental. No entanto, ao se tratar de editoriais de moda entendo que a questão técnica deva ser mais relevante neste primeiro momento de análise, mesmo que a produção fotográfica do período ainda sofra de forte influencia da fotografia documento.

Em ambos ensaios, contamos com fotos estouradas, que é uma característica vigente da imprensa ilustrada e é praticada até os dias atuais. Situando na referência fotográfica da época que está muito ligada ao fotojornalismo, também aparecem os textos explicativos e que são importantes para a guiar a compreensão do que está sendo visto na imagem. Os textos descrevem a peça, a textura e o tipo do tecido, as cores e como ou o lugar adequado para vestir. Há ainda pequenos

croquis que já apontam para uma primeira noção da construção da roupa. O título tem maior destaque na primeira foto, fazendo referência a elegância para as festas, na segunda imagem o título assume letras mais objetivas e tem um destaque menor.

Sobre o cenário das fotos alguns elementos identificados estão de acordo com a leitura dos estudos de RAINHO (2014) sobre os editoriais de moda no Correio da Manhã do Rio de Janeiro, no qual apontam a questão do cenário das fotografias. Na revista *Manequim*® as fotos aparecem tanto em espaços internos como estúdios e em espaços externos, como a rua, parques e, por vezes, algumas brincadeiras, como acontece na edição de fevereiro de 1960, com título “A moda invadiu a lua”, na qual o ensaio é produzido na praia a areia simula a lua.

A função do cenário é colocar a roupa de acordo para aquele espaço, é mostrar a funcionalidade da peça e como afirma RAINHO(2014) de mostrar a performance do corpo que veste. Nos anos 1960 são conhecidos por uma moda e um corpo livre, relacionados inclusive com a liberdade sexual. De fato esse corpo já é mais livre por ter se livrado de objetos como espartilho, por exemplo. Mas, concordo, com a autora no que diz respeito ao início dos anos 1960, através das imagens fotográficas que esse corpo está caminhando em direção a uma maior liberdade, mas ainda está ligado às formas e ao rigor da adequação que são características da década anterior. Em termos performáticos, é um “corpo ornamento”, no qual “a mulher assume performances de gênero calcadas na feminilidade, na naturalidade que é cuidadosamente construída, envolve práticas de controle do corpo, o uso das roupas corretas.” (RAINHO, 2014, p. 131)

No que diz respeito a performance do corpo, considero a *Manequim*® um olhar privilegiado por dois motivos, ela publica ensaios de acordo com o que é entendido de editorial de moda no período, isto é, as fotos são produzidas e pousadas com foco para a roupa. Contudo a revista também oferece o molde das roupas possibilitando a leitora produzir e usar o modelo publicando, construindo assim, uma espécie de ponte entre o roupa e o corpo da cultura visual da moda com a roupa e corpo na performance social, no qual possibilita ao cotidiano romper com o roteiro da performance da normativa.

Conforme podemos ver na primeira imagem, do lado esquerdo o fundo é branco e no lado direito há elementos que podemos dizer que é uma sala, na qual a dama pousa para a foto antes de sair para a festa de gala, já na imagem nº2, as

modelos passeiam na rua. No entanto, há muito mais elementos que são comuns, como por exemplo a pose das modelos. Lembrando que a modelo não é foco da foto, ela acompanha a roupa. Nas fotografias externas, o cenário chega a estar desfocado. As mãos aparecem cobertas em sinal de recato, e os tornozelos amostra, mostrando a jovialidade da mulher. As modelos estão devidamente maquiadas, também seguindo uma norma da década anterior. Depois de 1965, as maquiagens ficam mais leves, sobretudo na boca.

Mas, em termos de gestos, talvez o que mais aponte o corpo ligado a adequação seja a pose. Em ambas as imagens temos elementos similares, os pés de bailarinas, nas fotos da imagem nº2 uma modelo parece dançar na rua, enquanto na outra ela caminha alegre. Na imagem nº1 temos um os pés de bailarina associado ao olhar que é caracteristicamente cinematográfico. As modelos nas fotos da direita encaram a câmera tal como as *femme fatale*. Mas os movimentos não parecem naturais, são rígidos, obedecem a uma normativa postural formal, os corpos não parecem relaxados e livres, parecem, ao contrário, corpos fabricados para parecerem impecáveis, assim como se exigia das mulheres nesse período.



Imagem 1
Revista Manequim®. Editorial Manequim
elegante. P. 6-7. Março 1960



Imagem 2
Revista Manequim@. Toque
Primaveril. P.34-38. Agosto, 1960.

Considerações finais:

No sobe e desce de barras e decotes o corpo, especialmente o corpo feminino vai sofrendo alterações visuais ao logo do tempo. Entre o jogo do visível e o invisível dos corpos está uma série de questões relacionadas a sexualidade, ao desejo, ao rigor, a diferenciação de classes, a identificação de grupos, a comportamentos de vanguarda, entre tantos outros. A roupa não existe sozinha ela precisa de um corpo que a vista e a insira no processo histórico. “É no corpo que as metamorfoses e as metáforas se instalam, procurando reconfigurações e formas de expressão, consolidando o diálogo com a cultura” (XIMENES, 2011, p. 94).

É parte desse corpo performático, que conversa com sua realidade sócio-cultural assumir referências da cultura visual, sobretudo, porque um inspira o outro. Isto é, como fenômeno moderno tanto a moda como a cultura visual de cada tempo busca corresponder aos seus indivíduos, que mais do que copiar querem assumir identidades que os levem a deixar sua marca no mundo.

Bibliografia:

- BARTHES, Roland. Sistema da Moda. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009. - (Coleção Roland Barthes).
- BONADIO, Maria Cláudia. Moda e publicidade no Brasil dos anos 1960. São Paulo: nVersos, 2014.
- BOURDIEU, Pierre. A produção da crença: contribuição para a economia dos bens simbólicos. Porto Alegre: Zouk, 2008.
- COSTA, Helouise e BURGI, Sérgio. As Origens do Fotorjornalismo no Brasil: O Cruzeiro 1940/1960. São Paulo: IMS, 2012.
- CUNHA, Jorge. Anais 5º Congresso Brasileiro de História da Educação: O ensino e a pesquisa em

história da educação. São Cristóvão : Universidade Federal de Sergipe; Aracaju : Universidade Tiradentes, 2008 Disponível em <http://www.sbhe.org.br/novo/congressos/cbhe5/pdf/374.pdf> Acesso 08/10/2014.

LISPECTOR, Clarice. Correio Feminino. São Paulo: Rocco, 2006.

MARRA, Claudio. Nas sombras de um sonho. História e linguagens da fotografia de moda. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra. Rumo a uma história visual. In: MARTINS, J.S.;ECKERT, C.; NOVAES, S. C. (orgs). O imaginário e o poético nas ciências sociais. Bauru, SP: Edusc, 2005.

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

ROUILLÉ, André. A fotografia: entre documento e a arte contemporânea. São Paulo: Senac, 2009.

SAULQUIN, Susana. La muerte de la moda, el día después. Buenos Aires: Paidós, 2014.

XIMENES, Maria Alice. Moda e arte na reinvenção do corpo feminino do século XIX. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011, Rio de Janeiro: Editora Senac Rio.