

Mulheres e revista: transformações femininas e da moda evidenciadas por *Elle* Brasil

Stefanelo, Camila Marquetti; (Mestranda em Processos e Manifestações Culturais,
Universidade Feevale/RS)
Araujo, Denise Castilhos de;(Doutora em Comunicação Social, Professora da
Universidade Feevale/RS)

Resumo: Refletimos as transformações ocorridas com as mulheres do Século XX a Contemporaneidade, estabelecendo associações com as vestimentas usadas por esses indivíduos nesse período. Para isso, optou-se em observar tais mudanças na Revista *Elle* Brasil, aqui publicada desde a década de 1980.

Palavras Chave: Gênero Feminino, Moda, Revista Elle.

Abstract: Reflect changes occurring to women of the twentieth century the contemporary, establishing also association with the garments worn by these individuals during this period. For this, we chose to observe such changes in the magazine *Elle* Brazil, published her since the 1980s.

Keywords: Female Gender, Fashion, Elle Magazine.

Introdução

O interesse da pesquisa partiu da vontade de compreender melhor as transformações da mulher da década de 80 aos dias atuais, em relação à moda, em especial as conquistas e manifestações das mulheres pela igualdade de direitos e cidadania. Como objeto empírico, foi escolhida a Revista *Elle*, edição lançada no Brasil em maio de 1988.

O Gênero Feminino

As discussões acerca dos papéis das mulheres na sociedade não são recentes, pois desde o século passado tem-se pensado acerca desse sujeito que

contribuiu/contribui para a construção da sociedade. As primeiras discussões sobre os direitos das mulheres na sociedade são oriundas das mudanças sociais do início do século XX (início da industrialização brasileira, movimento operário histórico), e refletem preocupações coletivas e presentes em muitos países a respeito da necessidade de assegurar alguns direitos destinados, muitas vezes, exclusivamente aos homens.

Observamos que as diferenças entre os homens e as mulheres dão-se, na verdade, através da “interação social construída e remodelada incessantemente, em diferentes sociedades e períodos históricos” (GONÇALVES, 2006, p.74).

Os estudos de gênero remontam às décadas de 1960/1970, no Brasil e em outros países, pois houve a intensa presença de mulheres nas manifestações estudantis, movimento operário, nas lutas políticas e sociais.

A mulher dos Anos 80

Se o período entre os 70 e meados de 85 foi declarado “A Década da Mulher” pelas Nações Unidas, conforme afirma Lucy Onodera (2011), não sem razão, portanto, os anos 80 foi um tempo de grandes conquistas para as representantes do chamado sexo frágil.

Da valiosa participação feminina no mercado de trabalho, inclusive em cargos de chefia, à liberdade sexual, passando pelo culto ao corpo perfeito, tudo, na década de 80, segundo a autora (2011), ajudou a esculpir a imagem de uma nova mulher: segura de si e de suas aspirações, disposta a encarar desafios e a superar limites. Com as atenções voltadas para a estética pessoal, esta nova mulher – dona de casa por força do hábito, mas também executiva disposta a adotar um visual masculinizado – não hesitava em trajar terninhos folgados, calças largas, ombreiras e gel no cabelo, mas nem por isso abria mão de sua feminilidade e poder de sedução.

Não bastasse sua determinação moral, as mulheres passaram a mostrar, também, a sua força física, visível em músculos bem torneados, graças as aulas de

aeróbica nas academias, o *cooper*¹ nas ruas e os centros de beleza, os quais se transformaram em locais em quem a mulher busca sua realização pessoal.

Nesse cenário surgem os Yuppies, que compunham uma respeitável tribo social. Usavam terno e gravata e casacos das grifes Giorgi Armani, Hugo Boss ou Ralph Laurent; faziam uma carreira brilhante e meteórica. Dinheiro, muito dinheiro, e rápido, os americanos caracterizaram-se pelo desprezo às conquistas trabalhistas mais essenciais, em especial a jornada de oito horas, e impuseram à sociedade um ritmo frenético – 12 horas de trabalho, seguidas. Desta tendência surgiu a figura da mulher de ferro, voluntariosa e determinada por natureza, que teve em Margaret Thatcher² e Nancy Reagan³ ótimos exemplos de *dressed for success* (vestida para o sucesso), traduzia o lema.

Nesse período também se viu um grande número de mulheres que se divorciaram, as uniões sem vínculo aumentaram e, de acordo, com a Fundação Seade⁴, alguns fatores permitem justificar a queda nas taxas de nupcialidade, são eles a liberação sexual, a disseminação da pílula contraceptiva, uma maior participação da mulher no mercado de trabalho e uma maior aceitação, ainda que com certo preconceito, das relações sexuais pré-maritais, das coabitações e dos divórcios.

O fato de abandonar uma relação fracassada, conforme explica a autora (2011), nunca antes expressivo em todas as classes sociais, lançaram no país as bases de um novo formato familiar: estudantes revolucionárias na década anterior, jovens mulheres, sozinhas e começando a assumir a família e a guarda dos filhos. Esse novo status ajudou a disseminar e a consolidar a imagem da nova mulher brasileira, independente e autossuficiente.

De fato, depois de conquistar o voto e o mercado de trabalho, o direito sobre si e sobre o próprio corpo, a mulher passou a reivindicá-los. Resultando, com isso, um aumento da escolaridade feminina, bem como uma maior participação da mulher no mercado de trabalho; além disso, a queda na taxa de fecundidade também foi expressiva, e essa diminuição do número médio de filhos por mulher representou maior

¹ É o nome que se dá à atividade física bastante difundida no anos 70 e 80 defendida pelo médico americano Kenneth Cooper como importante para a saúde. Esta prática consiste em trotar ou correr num ritmo lento.

² Primeira ministra britânica dos anos de 1979 a 1990.

³ Primeira dama dos Estados Unidos entre 1981 e 1989.

⁴ <http://www.seade.gov.br/> - Acesso em: 20/05/2012.

disponibilidade da mão de obra feminina e, portanto, mais pressão sobre o mercado de trabalho.

O Brasil se despediu, então, dos anos 80 acenando para uma concorrência sem igual por vagas de emprego, o que, de certo modo, representou para a mulher, uma janela para a sua independência econômica.

A mulher dos Anos 90

“Para as mulheres, a década de 90 foi marcada pelo fortalecimento de sua participação no mercado de trabalho e o aumento da responsabilidade no comando das famílias. Este fenômeno mundial ocorreu tanto nos países desenvolvidos como em desenvolvimento”, afirma Elisiana Probst (2006).

De fato, segundo Onodera (2011) foi nos anos 90 que o mercado abriu os olhos para os valores femininos, principalmente quando falamos sobre a capacidade de trabalhar em equipe, a habilidade de envolver e persuadir, aposentando as antigas armas masculinas, como o autoritarismo, a centralização do poder, a competição, entre outras. As mulheres passaram a ocupar postos nos tribunais superiores, nos ministérios, no topo de grandes empresas, em organizações de pesquisa de tecnologia de ponta.

No entanto, a inserção da mulher no mundo do trabalho foi acompanhada, ao longo do período, por elevado grau de discriminação, não só no que tange à qualidade das ocupações que têm sido criadas tanto no setor formal como no informal do mercado de trabalho, mas principalmente no que se refere à desigualdade entre os sexos.

Por esforço ou merecimento, o fato é que houve uma estreita ligação entre a oportunidade de inserção feminina no mercado de trabalho e a grave crise econômica registrada no período. Houve uma queda generalizada na renda dos trabalhadores, mas o resultado foi mais desfavorável para os homens. O reflexo disso na família é a continuidade do êxodo da mulher no mercado de trabalho, para ajudar no orçamento doméstico.

Paradoxalmente, para vesti-la, a moda se inspirou em grandes nomes como Versace, Armani, Prada, Gucci, Dolce e Gabbana, entre outros, e recorreu a cores e

modelagens mais comportadas, em reação à exuberância da década anterior. Com isso, a mulher passou a se mostrar liberal nas suas convicções e atitudes e conservadora no trajar, com saias que lhe cobriam os joelhos, maiôs inteiros ou duas peças em lugar do indecente biquíni asa delta.

Chefes de família, sim, mas não menos escolarizadas, mesmo com o analfabetismo rondando, as mulheres não deixaram de expandir sua taxa de escolaridade, restringindo, apenas, o seu papel de mães, reduzindo a média de filhos.

Atuante no mercado de trabalho, ainda que em desigualdade de condições, a mulher permanece mãe em tempo integral, mas não incondicionalmente e, ressalta-se, é provedora do lar, pois a mulher que emergiu nos anos 90 também quebrou um dos mais sólidos paradigmas da sociedade brasileira: o casamento oficial. E, assim, a mulher se preparava para enfrentar aquela que seria a sua mais dura prova na década seguinte: prover a família e a si mesma.

Foi a era da beleza e do charme da mulher brasileira, segundo a autora. A modelo Gisele Bündchen, por exemplo, fez seu *debut* nas passarelas, tornando-se uma das *top models* mais requisitadas do mundo.

Outra coqueluche dos anos 90 foi o Botox, toxina biológica transformada em agente terapêutico que revolucionou a medicina estética, rejuvenescendo traços faciais e aumentando a autoestima feminina.

Esta era, portanto, a mulher que circulava nos anos 90, livre, independente e quase autossuficiente.

A mulher dos Anos 2000

A comédia *Pão e Tulipas*, dirigida por Silvio Soldini, em cartaz no início dos anos 2000, provou que uma gata borralheira poderia virar princesa. Com um enredo construído em torno das aventuras de uma dona de casa, o filme não só mostrava como a mulher daquela época permanecia às voltas com velhos fantasmas, a infelicidade no amor, no trabalho e no sexo, como também representou um convite ao sonho e à autorrealização feminina.

Se, nos anos 2000, o filme de Soldini representou uma válvula de escape onírica para as crescentes dificuldades enfrentadas pela mulher, ele também retratou o quanto

estes mesmos desafios a atormentavam, a ponto de ela pretender largar tudo para seguir uma nova vida.

O paradoxo ganhou proporções, conforme cita Odonera (2011), pois, se no passado, a mulher apostou todas as suas fichas na igualdade de oportunidades e construção de uma cidadania plena – profissional, econômica, sexual etc., com o tempo essa conquista se revelou bastante pesada. Eis o legado da década, um período que não só ofereceu reais conquistas à condição feminina, como também impôs amargas derrotas e reformulações; um tempo durante o qual, mais do que feminina ou masculina, a mulher se revelou camaleão, isto é, em constante transformação conforme a necessidade de adaptação.

Bem preparada, não foi difícil competir no mercado de trabalho e conquistar bons postos. Se, nos anos 70, apenas duas de cada dez brasileiras trabalhavam fora, três décadas depois elas já eram cinco em cada dez. Em essência, um fato explica essa mudança: o declínio do salário dos maridos e a redução do número de filhos por casal.

Apesar da capacitação profissional, ainda nos anos 2000 era notória a defasagem salarial entre homens e mulheres, elas ganhavam em média, 25% menos que seus pares do sexo masculino. No Brasil, a presença feminina nos mais altos cargos do setor privado era insipiente, no entanto, aos poucos, a mulher invadiu o comércio e o setor financeiro, enquanto milhares de empresárias passaram a tocar pequenas firmas.

Ao conquistar o mercado e sair de casa para trabalhar, a mulher trouxe para si novos desafios. Além do emprego, que exigia em média 44 horas semanais de dedicação, ela continuou à frente dos afazeres de casa, limpando, cozinhando, lavando e passando roupa, ao longo de mais de 30 horas semanais, o que soma praticamente 75 horas de trabalho por semana.

Longe de exigir sua independência doméstica, ou pelo menos, igualdade de responsabilidades no tocante à manutenção da casa, ela desenvolveu um conflito moral e alimentou um sentimento de culpa tanto no que diz respeito à educação dos filhos e cuidados com a casa, como em relação à sua disponibilidade perante o marido, afirma Elisiana Probst (2006). Com isso, algumas mulheres, no limite das suas

capacidades, passaram a viver em verdadeiros matriarcados, sem a figura do marido e do pai. Resultado: essa mudança de caráter sociológico acarretou um maior número de lares com mulheres sobrecarregadas, obrigando-as a responder não só por uma excelência profissional, mas também a desempenhar o papel de chefe de família, restando-lhes bem pouco tempo para si próprias. Num movimento de retratação perante a responsabilidade aumentada, a partir dos anos 2000, em vários lugares do mundo tornou-se tendência entre as mulheres abrir mão da maternidade.

Ainda assim, a entrada da mulher no mercado de trabalho e as consequências que impôs, representam uma viagem sem volta. Se tudo isso força a sociedade brasileira a projetar a necessidade de mudanças significativas, que promovam um melhor rateio da cota de sacrifícios e obrigações domésticas entre homens e mulheres. Todavia, há quem aposte que, nas próximas décadas, se encontrarão soluções em benefício da integridade de ambos os sexos.

A mulher dos anos 2000 mostra-se mutante no pensar, no agir e no trajar, dona do próprio nariz, economicamente engajada, socialmente plugada na globalização, ecologicamente natural e atendida na sustentabilidade do planeta.

A Revista *Elle*

A *Elle*⁵ é uma revista direcionada ao público feminino e tem, como principais temáticas, assuntos relacionados à moda, à beleza e ao comportamento. Segundo informações do *site* de publicidade da Editora Abril⁶, *Elle* é a “*principal revista que apresenta e traduz as grandes tendências nacionais e internacionais de moda, beleza e comportamento, orientando mulheres de espírito jovem a desenvolver um estilo e ter uma imagem contemporânea*”.

Criada na França, em 1945, por Héléne Gordon-Lazareff, está presente em mais de 40 países, com cerca de vinte e três milhões de leitoras⁷, sendo publicada no Brasil

³ Disponível em: <http://elle.abril.com.br/>. Acesso em: 05/05/2011.

⁶ O Grupo Abril é um dos maiores e mais influentes grupos de comunicação da América Latina, a Abril publicou mais de 300 títulos, em 2008, e é líder em 22 dos 25 segmentos em que opera. A editora atua na área de revistas, livros escolares, conteúdo e serviços *on-line*, *Internet* em banda larga, TV segmentada por assinatura e *database marketing*. Disponível em: http://www.abril.com.br/br/conhecendo/conteudo_43899.shtml. Acesso em: 10/05/2011.

⁷ Dado de 2010, retirado do *site*: <http://elle.abril.com.br/>. Acesso em: 05/05/2011.

pela Editora Abril. Pode-se dizer que, a partir do período do pós-guerra⁸, a história de *Elle* confunde-se com a da moda.

Em 1945, *Elle* é introduzida no mercado, com a missão de atualizar a mulher sobre o mundo da moda. Nos anos de 1950, a revista mostra o exuberante e feminino – *New Look*, de Christian Dior. “Caracterizado por saias longas e amplas, cintura afunilada e ombros levemente caídos, o visual causou um misto de controvérsia e admiração. Inicialmente condenado como extravagância, o estilo ultrafeminino impôs silhueta dominante da moda por quase uma década” (MACKENZIE, 2010, p.86). Os anos 60 e 70 são marcados por grandes transformações na trajetória da revista. A minissaia, criada por *Mary Quant*, ganha espaço e torna-se um dos maiores *hits* dos *closets* e das páginas de *Elle*. As batas *hippies*, o veludo e o próprio *jeans*, abriram as portas para a fragmentação e o vale-tudo da moda dos anos 60 e 70, e ainda, enriqueceram o editorial de moda da revista, conforme explica o próprio *site*.

Uma explosão de exageros marca o início da década de 80, tanto na moda quanto nas páginas da revista no Brasil. Na moda, as cores são destacadas, os cabelos arrepiam-se e o *jeans* ganha espaço, como peça principal no vestuário. E, em 1988, o título se espalha pelo mundo e chega ao Brasil. Aqui, ela foi lançada em maio de 1988, “com alta qualidade gráfica, mantendo seu nome original, como ocorre em todos os países em que é publicada, é uma revista diferenciada por seu tratamento gráfico – diagramação, paginação bem trabalhada e a qualidade do papel empregado” (SCHMITZ, 2007, p.40).



⁸ Conflito militar global que durou de 1939 a 1945.

Figura 1 – Capa Elle 1989. Fonte: <http://www.google.com.br/imgres?q=capas+revista+elle+brasil+1989>

A figura 1 ilustra a mulher da década, a qual se mostra segura de si, imitando, de certa forma, características masculinas, como o corte de cabelo, a fim de se impor na sociedade. O trabalho também é tema desta capa, pois observa-se a chamada de uma matéria: “Sucesso no trabalho traz sucesso no amor”, onde se vê uma das preocupações femininas da década, a conquista de maior espaço no mercado de trabalho.

Dos anos 90 aos 2000, tudo mudou muito rápido, assim como as transformações sofridas pelas mulheres na sociedade. Viu-se, então, uma moda requintada, de cortes simples, mas com tecidos de alta qualidade, que saiu das ruas e chegou às passarelas. Aqui, no Brasil, *Elle* ajuda a introduzir, no mercado, cursos profissionalizantes de moda, por meio das faculdades, conforme cita o *site* de *Elle*. Em 1996, houve a primeira edição do SPFW – São Paulo *Fashion Week*, as principais semanas de moda do país, e *Elle* passou a cobrir as semanas de moda que, desde então, difundiram-se.



Figura 2 – Capa Elle década 1990. Fonte: <http://elle.abril.com.br/materia/veja-capas-de-gisele-bundchen-na-elle-brasil>

Na figura 2, é possível observar a volta da feminilidade, ou seja, vê-se uma mulher que se volta para características tipicamente femininas como os longos cabelos, a sobrancelha feita, maquiagem suave e o uso de adornos para se enfeitar. Observa-se, também, o culto às *top models*, que desde então observa-se na sociedade, e as quais servem como padrões estéticos.

No século XXI, após algumas remodelações, a revista passou a interagir com suas leitoras, através de mais páginas de moda e beleza, e ainda, com contatos frequentes através do *site* da revista, o qual é atualizado, diariamente, com notícias nacionais e internacionais do mundo *fashion*. Segundo a revista *Elle*⁹, “um *site* dinâmico e cheio de estilo traz para as internautas as últimas novidades da moda no Brasil e no mundo, com a cobertura dos principais eventos e todas as tendências de moda e beleza”. O *site* também oferece às suas leitoras, *on-line*, *blogs* das editorias da revista, que disponibilizam dicas de moda, beleza, entretenimento e cultura.



Figura 3 – Revista Elle 2008. Fonte: <http://elle.abril.com.br/revista/edicoes-antiores?ano=2008>.

A figura 3 ilustra a mulher da primeira década dos anos 2000, a qual consegue conciliar a força que precisa ter a fim de sustentar as conquistas já realizadas por suas antecessoras, marcado pela roupa de couro, que representa, de certa forma, masculinidade; mas, ao mesmo tempo ela enfatiza a feminilidade através das pernas à mostra e do penteado, cuidadosamente feito.

Considerações finais

Pretendeu-se, com este artigo, uma reflexão acerca das aproximações entre as mudanças vividas pelas mulheres (desde a década de 1970, considerando-se suas

⁹Dados retirados do *MídiaKit Elle*, de 2009, disponível em: <http://elle.abril.com.br/midiakit/>. Acesso em: 15/05/2011.

lutas e conquistas até os dias atuais) e a moda. Para tanto, optou-se pela observação de uma revista feminina, a *Elle* Brasil.

É interessante observar que tal publicação serviu como reflexo não só das questões sociais vivenciadas, como também tornou-se uma espécie de manual para os comportamentos femininos em cada momento histórico discutido. Além disso, a revista vem acompanhando a mulher brasileira desde o final da década de 1980, mostrando a essa mesma mulher como ela é, poderia, ou, desejaria ser.

Diante disso, *Elle* é considerada, atualmente, a maior revista de moda do Brasil e do mundo¹⁰, e que concentra leitoras com maior potencial de compra¹¹.

Referências

GONÇALVES, A. **História e gênero**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

HAHNER, J. **Emancipação do sexo feminino**: a luta pelos direitos da mulher no Brasil, 1850- 1940. Florianópolis: Mulheres : Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2003.

MACKENZIE, Mairi. **Ismos**: Para entender a moda. São Paulo: Editora Globo, 2011.

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

PROBST, Elisiana. **A evolução da mulher no mercado de trabalho**. Trabalho de Conclusão. Instituto Catarinense de Pós-Graduação. Revista 2: jan-jun/2003

PINTO, C. **Uma história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Perseu Abramo, 2003.

¹⁰ Dados retirados do site: < <http://publicidade.abril.com.br/marcas/elle/revistas/informacoes-gerais> >. Fonte IVC jan./nov. 08/09. Acesso em: 05/05/2011.

¹¹ Dados retirados do site: <http://publicidade.abril.com.br/marcas/elle/revistas/informacoes-gerais>. Acesso em: 05/05/2011.