

A juventude e as relações entre os gêneros a partir da revista POP
The Youth And The Relations Between The Genders From POP Magazine

Möller, Eliza Dias; Universidade Federal de Juiz de Fora;
elizadmoller@gmail.com

Silva, Elisabeth Murilho da; Prof. Dra.; Universidade Federal de Juiz de Fora;
murilho@gmail.com

Introdução

Esta pesquisa está vinculada ao projeto de pesquisa de iniciação científica “As Contribuições da Cultura Juvenil para um Relaxamento Social: A Moda dos anos 1980”; que busca estudar as relações entre a produção de moda e o comportamento juvenil do período 1978-1990. Os jovens do período, muitas vezes chamados por “geração X”, foram pouco estudados, talvez por causa de seu desinteresse político em comparação com as gerações anteriores. Porém, é nesse momento que uma massiva entrada de jovens e mulheres em postos importantes do mercado de trabalho contribui para uma reviravolta na moda e no comportamento, introduzindo estilos e vestimentas mais relaxados e confortáveis, fruto da penetração da cultura juvenil num universo mais amplo da sociedade como um todo.

Nesse sentido, analisa-se aqui a Revista Geração POP (em circulação entre 1972 e 1979), que aparece como grande novidade no mercado editorial brasileiro da década de 1970, pois era voltada para o público juvenil com uma linguagem mais coloquial e amplo uso de gírias e imagens fora de estúdio. Para comunicar-se diretamente com seu público alvo, a revista abordava majoritariamente a música, principalmente a cena do rock internacional (foi a primeira revista brasileira a publicar matéria sobre o punk inglês), esportes, moda e sexualidade.

Objetivos

O objetivo dessa pesquisa é encontrar, através de análise da revista Pop dentre os anos de 1976-1978 o novo direcionamento que a revista foi propondo, que num primeiro momento dialoga com toda a juventude e depois passa a ter duas capas, com a POP GAROTA, evidenciando uma abordagem

mais diretamente ligada ao gênero feminino. Tenta-se aqui perceber se nesse momento a revista passa a seguir o mesmo direcionamento de tantas outras revistas de moda e beleza do mercado editorial brasileiro, como “Cláudia” fazia para um público de mulheres adultas, por exemplo, reiterando as ideias de um comportamento feminino tradicional, ligado à questão da elegância, cuidados de si e expressão contida da sexualidade.

Relevância

A presente pesquisa parte do pressuposto de que a moda é um fenômeno social, no sentido em que ela reflete as mudanças em termos dos costumes, do comportamento e do lugar dos gêneros e das classes sociais nos diferentes períodos históricos e sociedades. A moda seria, então, a parte mais visível e exterior dessas transformações, na qual se pode observar um “relaxamento” no gradiente de formalidade ou informalidade (ELIAS, 1997) imposto aos indivíduos em sociedade. No referido período de 1980, as influências da cultura juvenil se estendem para além desse grupo etário, traduzindo-se em atitudes e comportamentos valorizados nos grupos adultos. A adoção de uma moda juvenil pelos outros grupos etários e, nesse sentido, a obrigatoriedade do corpo jovem, tem consequências importantes para a compreensão da sociedade contemporânea.

Metodologia

Pretende-se analisar as imagens a partir de revistas de moda da época. Após um trabalho em jornais como Folha de São Paulo e O Globo, passa-se aqui à Revista Geração POP. Essas imagens são separadas segundo seu propósito – publicitárias, informativas, editoriais – e servem a uma análise dos contextos culturais envolvidos – fase em desenvolvimento.

Discussão

No final da década de 1960, a identidade social fora do local de trabalho começa a adquirir maior importância para o status dentro de um grupo social, o público jovem, não ocupando postos importantes no mercado de trabalho, é privilegiado, pois tem as práticas culturais e experiências do dia-a-dia como suas principais funções (CRANE, 2006).

A Revista POP, publicada pela Editora Abril, circulou no Brasil entre 1972 e 1979, tendo os jovens como seu principal público alvo, trazia em seu conteúdo notícias de shows, críticas musicais, notícias do mundo esportivo, dicas de moda e comportamento. Na edição de abril de 1978 a revista traz em sua *nota da edição* a comemoração do sucesso da primeira edição da POP com POP GAROTA, ou seja, a partir deste momento a revista vem com duas capas, a clássica POP, que agora aparece como destinada para um público masculino e a POP GAROTA, destinada ao público feminino. Tal segmentação também aparece em outros produtos do mercado editorial desse momento, como a revista Ele & Ela (Bloch Editores) também da década de 1970, que de início se anunciava como “uma revista para se ler a dois”, com discussões mais sofisticadas sobre sexualidade, comportamento feminino e masculino, entre outros, e que, ao final da década, vai se tornando cada vez mais uma revista masculina (MONTEIRO, 2013).

Durante a análise das revistas, dentre os anos de 1976 a 1978, elas foram divididas em três momentos, todas com a linguagem jovem e diversas características em comum, porém o apelo ao público masculino e feminino muda a partir da existência da POP GAROTA.

O primeiro grupo, com as revistas POP de março de 1976 até abril de 1977, todas as capas apresentam ambos os sexos, a maioria não apresenta notas de edição, apenas um sumário do conteúdo da revista. Os assuntos são dicas de moda e beleza, comportamento, esportes e um conteúdo extenso sobre música. Não há separação na revista, como as páginas mais pro final serem mais direcionadas à garotas e as primeiras aos garotos ou vice-versa, cada conteúdo da revista pode ser mais direcionado para cada sexo ou não. Tudo sobre beleza, cuidado com a pele e cabelos é diretamente para garotas, não há uma imagem masculina quando se trata deste assunto, os esportes como motocicletas, esportes à vela, skate e surf são para o público masculino, com exceção aos esportes olímpicos, como artes marciais, natação e ginástica. As sessões de moda trazem ambos os sexos, porém é fato que a variedade de roupas femininas é maior do que as masculinas. Nas partes de comportamento como dúvidas sobre sexo, crescimento, puberdade, casamento, viagens e dicas de pontos encontros para os jovens é para ambos os sexos, a música também não tem distinções.

O segundo grupo, de agosto a novembro de 1977, as capas já apresentam uma mudança marcante, ao invés de fotos de modelos, todas contêm fotos de campeonatos de surf e garotas de biquíni, são os meses de alto verão. Há uma média de dezesseis páginas sobre surf e praia, onde os garotos sempre estão ou acompanhando suas namoradas, surfando, guiando um triciclo ou um jipe, sempre envolvidos em uma atividade, enquanto as garotas – “cocotas” - tem fotos de costas usando seus biquínis, raramente envolvidas em alguma atividade. Crane¹ fala sobre o conteúdo de mídia jovem do final do século XX sendo intensamente orientado para a subversão, dentre elas atitudes negativas com relação a mulher, tendo-as como objetos sexuais, parcialmente desnudas, como objeto de investidas sexuais declaradas do “olhar masculino”. Mesmo seu foco sendo de 1985-95, nesta análise da revista POP, é claro que esse olhar masculino e a objetificação da mulher já é presente na revista, apesar de refletir certo liberalismo do espírito hippie da década de 1960, as fotografias de mulheres na praia mostrando apenas a parte de trás, os pôsteres de garotas famosas em poses sensuais com o bumbum empinado, rosto jogado para trás de olhos fechados, pernas semiabertas, poses que por mais raras e ainda sutis comparadas ao conteúdo dos anos posteriores, já se tem um forte olhar masculino na fotografia e a objetificação da mulher jovem.

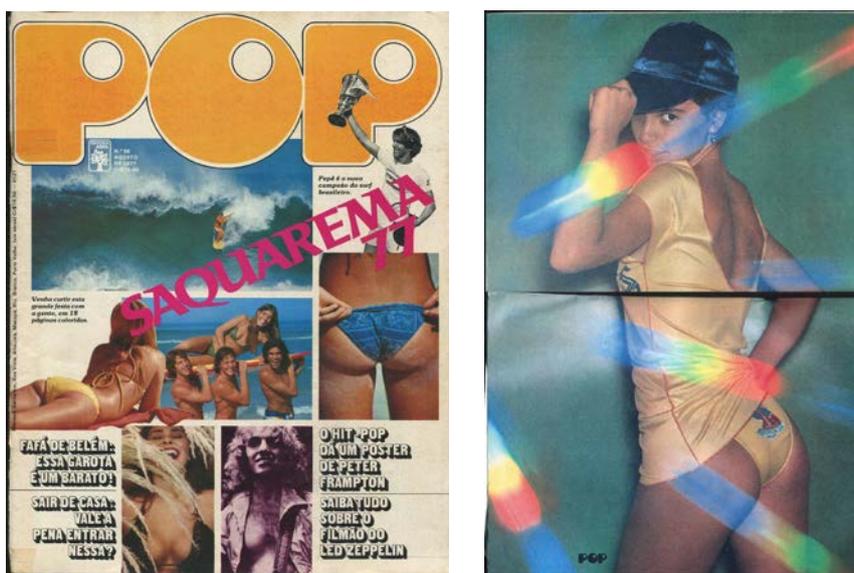
O conteúdo de moda se concentra na moda praia e roupas esportivas, biquínis, shorts, camisetas e jeans, peças que são praticamente unissex. O número de looks femininos continua maior do que os masculinos nos editoriais de moda, como exemplo um que falava da volta da minissaia, que mesmo tendo um modelo masculino e um feminino nas fotografias, a descrição das roupas é em função da roupa feminina². A camiseta tem forte presença, principalmente porque a marca *Gledson* é patrocinadora da revista, em uma nota chamam as camisetas de T-Surf ao invés de T-Shirt: “camisetas bem largas, compridas, com mangas caídas e sem emendas” inspiradas no visual do surf, e não é só a *Gledson* que dá esse nome para as camisetas, outras marcas e confecções também dão o nome de Surf Shirts, mas a camiseta, algo de corte tão simples, é uma peça universal que não tinha modelagem feminina

¹ CRANE, Diana. *A Moda e Seu Papel Social: Classe, gênero e identidade das roupas*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006. Páginas.: 395-399.

² Revista POP, nº 58, Agosto de 1977, páginas: 46-49.

(babylook) ou masculina, são ambas justas ou largas no corpo, que modela a camiseta. É mais definida pela estampa, o que faz com que elas possam ser surf shirts, rock shirts etc. A estampa da camiseta é um potencial meio de comunicação sendo possível identificar instantaneamente a posição social do indivíduo como ideologia, raça, política, gênero e lazer. (CRANE, 2006). Adiante, na revista, começam a aparecer novas camisetas, mas num primeiro momento ela é totalmente voltada para o público do surf. Uma curiosidade é uma folha que vêm dentro da revista POP para você estampar sua própria camiseta POP.

Figuras 2 e 3: capa e pôster da Revista POP, grupo 2.



Fonte: Revista POP nº58, agosto de 1977, capa; Revista POP nº61, novembro de 1977, páginas 80 e 81.

No terceiro grupo, de março a outubro de 1978, a POP GAROTA aparece, as capas da POP tem sempre um casal e as da POP GAROTA, uma garota e às vezes um casal. Apesar de ainda ter conteúdo sobre o surf e as gatinhas continuarem como aquelas que ficam torcendo na areia, as fotos deixam de focar na parte de trás, e passam a mostrar rosto e a parte da frente. O lado POP agora vem com dicas de viagem, notícias sobre música, livros e filmes, dúvidas quanto a sexo e crescimento, dicas de pontos de encontro e baladas, moda masculina e esportes. O lado POP GAROTA tem moda feminina, dicas de beleza (maquiagem, cuidados com a pele e cabelos), curiosidades em geral, uma sessão de dúvidas quanto ao corpo feminino

(como menstruação, ida ao ginecologista, depilação etc) e o horóscopo, que já se encontrava na revista, agora fica com a POP GAROTA, o recado da produção, quando aparece, também é deste lado. O Jornal das Coisas agora vem no formato de jornal junto da revista no lugar do HITPOP, falando de música e do que acontece, ou seja, o conteúdo de música diminui de tamanho na revista, apesar de ainda continuar bem representativo.

Figuras 4 e 5: recorte da revista POP sobre ponto de encontro e capa da POP GAROTA.



Fonte: Revista POP nº66, abril de 1978, página 32; Revista POP nº69, junho de 1978, capa.

Considerações finais

Apesar de não ter uma diferenciação muito grande, a importância de ter uma revista jovem com conteúdo especificamente femininos já apresenta algo que segue as tendências de fragmentação de públicos que seria realidade na década seguinte: revistas adolescentes para garotas e revistas para mulheres adultas, enquanto revistas de surf, sexo, música, carros, esportes etc são direcionadas para homens. Embora ainda no início, a pesquisa busca refletir sobre os ideais de emancipação feminina (todos os assuntos para todos os gêneros) e a reiteração de papéis tradicionais (atividades masculinas em sociedade e atividades femininas no âmbito do lar, beleza, cuidados de si). Mesmo que o Brasil vivesse sob a ditadura militar na década de 1970 e início de 1980, é preciso considerar alguns efeitos da cultura hippie do momento e, ao mesmo tempo, da expansão da sociedade de consumo que era realidade

em grandes cidades e capitais brasileiras. Nesse sentido, a maior liberdade individual e a nova forma dos jovens vivenciarem os papéis de gênero, num primeiro momento, repercutiu numa relação mais igualitária entre os gêneros, rompendo com o tradicional “lugar” da mulher na sociedade brasileira. Ao final da década, porém, esse movimento sofre uma inflexão, resultando numa amenização dessas temáticas no veículo abordado.

Referências

CRANE, D. **A moda e seu papel social**: Classe, gênero e identidade das roupas. Tradução: Cristina Coimbra. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

ELIAS, N. **O processo civilizador**: volume 1 – Uma história dos costumes. Tradução Ruy Jungmann. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

MONTEIRO, M. “Masculinidades em Revista: 1960-1990”. In: DEL PRIORE, M e AMANTINO, M. (orgs). **História dos homens no Brasil**. São Paulo, Unesp, 2013, pp. 335-358.

VAREJÃO, Marilda. **Revista POP**. nº 41, 43, 46, 50, 52, 54, 58, 59, 60, 61, 65, 66, 67, 68, 70, 71, 72. São Paulo: Editora Abril. De março de 1976 a outubro de 1978.