Universidade Federal de Pernambuco
Centro de Artes e Comunicação
Programa de Pós-graduação - Mestrado em Design
Linha de Pesquisa: Design da Informação

Vestuário e Feminilidade

Uma análise da relação vestuário e feminilidade nas capas da revista

manequim

nos seus cinqüenta anos de publicação

Iracema Tatiana Ribeiro Leite

Recife

2011

Iracema Tatiana Ribeiro Leite

Vestuário e Feminilidade: uma análise da relação vestuário e feminilidade nas capas da revista manequim |nos seus 50 anos de publicação

Dissertação de mestrado apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Design; Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Departamento de Design, Mestrado em Design, Linha de pesquisa: Design da Informação

Orientador: Hans da Nóbrega Waechter

Recife

2011

Catalogação na fonte
Bibliotecária Gláucia Cândida da Silva, CRB4-1662

L533c Leite, Iracema Tatiana Ribeiro.
Vestuário e feminilidade: uma análise da relação vestuário e feminilidade nas capas da revista Manequim nos seus 50 anos de publicação / Iracema Tatiana Ribeiro Leite. – Recife: O autor, 2011.
225 p. : il.

Orientador: Hans da Nóbrega Waechter.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, CAC. Design, 2011.
Inclui bibliografia e apêndices.

1. Feminilidade. 2. Revistas. 3. Vestuário. 4. Identidade de gênero. I. Waechter, Hans da Nóbrega. (Orientador). II. Titulo.

745.2 CDD (22.ed.) UFPE (CAC2011-63)

Fizeram parte da banca examinadora:

Prof. Dr. Hans da Nóbrega Waechter

Prof. Orientador

Profa. Dra. Solange Galvão Coutinho

Examinadora Interna

Profa. Dra. Maria Alice Vasconcelos Rocha

Examinadora Externa

“A minha liberdade não deve procurar captar o ser, mas desvendá-lo.”
Simone de Beauvoir

A meus pais, às minhas irmãs e a minha nova família construída.

Agradecimentos

Agradeço aos que me acompanharam por todo o percurso acadêmico, mesmo que distantes, mas juntos em pensamento lutando por novas conquistas, graças ao ótimo circulo de amizade construído ao longo da vida.

À força maior, **Deus**, por me proporcionar paz em momentos de inquietudes, saúde, força e juízo.

Aos **meus pais**, Vânia e Josemar, por me compreenderem e me apoiarem nos estudos, na vida pessoal e na vida por aí afora.

À **minhas irmãs**, Sandra e Vanessa, que estiveram tão presentes e apoiando minha pesquisa, além de serem também pesquisadoras e professoras.

À minha **sobrinha Maria Clara**, sempre dócil, com inocência e alegria que transforma a vida de quem a cerca.

Às pessoas que já considero como uma nova família, **André Vitor**, meu companheiro, que me incentivou em todos os momentos e acreditou sempre em mim e nas minhas conquistas, mesmo em momentos de que eu não tinha fé, a **Tina, Eduardo, Fernanda** e **Juliana**, por grande apoio e afeição na minha nova jornada de trabalho em outro estado.

Aos meus amigos, **Nara Rocha, Leticia Hraiz, Priscilla Marques, Mônica Maia, Eva Rolim, Dani Simões, Débora Castro, Denise, Aurea, Mari, Renatinha** e outros que me proporcionaram ótimos momentos de lazer e de amizade para manter a serenidade.

Aos **colegas de mestrado,** Jarbas, Adailton, Agnes, Tiaggo, Rafael, Lia, Clarissa, Juliana, que desde o início, estivemos partilhando momentos bons e ruins no mestrado, ambos irei levar comigo para minha vida à frente.

A meu orientador e amigo, **Hans Waechter**, por sua compreensão, carinho e positividade sempre, além de estar comigo até quando deveria estar de "férias".

Às **colegas de profissão** (docentes), Juliana Loss, Ana Videla, Jeanine, Aglaize e Aura Celeste que em pouco tempo de trabalho me apoiaram e me incentivaram, principalmente num momento de mudança na minha vida.

Aos **professores do mestrado**, Kátia, Silvio, Fábio, Clylton, Solange, por apontarem as diretrizes a serem tomadas.

Às **professoras** Maria Alice Rocha e Solange Coutinho, pelo apoio e direcionamento para os resultados.

À professora **Maria Alice Rocha** e ao curso de Economia Doméstica na Universidade Federal Rural de Pernambuco, por ter acesso ao acervo da revista Manequim.

À **Euvira**, que me doou algumas revistas mais recentes para a presente pesquisa.

À **PROPESQ,** por me conceder uma bolsa, permitindo assim, dedicação maior no início do mestrado.

A todos citados, muito obrigada.

Resumo

A presente dissertação visa compreender as linguagens visuais, com seus códigos de feminilidade no vestuário de moda contido nas capas das revistas de moda. Há poucas pesquisas relacionadas a gênero no campo do design, portanto, é uma temática que visa trazer questões a serem pensadas.

A roupa, como forma de comunicação, informa não apenas status, gênero e classe, mas também outros códigos de diferenciação e identidade. O foco desta abordagem é compreender as linguagens visuais no vestuário observando as características de feminilidade, abrangendo as mudanças no vestuário feminino, a apropriação do vestuário masculino e as modificações advindas desta transposição. O *corpus* analítico são as capas da revista Manequim e, para analisar o índice de feminilidade do vestuário das capas, foi proposto um modelo de análise, apoiado nos conceitos de gênero, corpo e moda. A avaliação do índice de feminilidade apropriou-se do modelo de análise do diferencial semântico utilizado por Júlio Van der Linden (2007). As revistas de moda neste contexto estão relacionadas com a comunicação e o design, ao considerar este veículo como influenciador da construção da identidade feminina brasileira.

Um dos resultados obtidos trata-se de um modelo de ficha de análise que pode ser utilizado em qualquer artefato de Design, cuja metodologia abrange a relação do design com o usuário.

Palavras-chave: Feminilidade, revistas, vestuário, identidade de gênero.

Abstract

This thesis aims at understanding the visual language, with its codes of femininity in fashion garments contained the covers of fashion magazines. There is little research related to gender in the design field, so it is a theme that aims to bring the issues to be thought out.

The clothes, as a means of communication, not only informs status, gender and class, but also other codes of differentiation and identity. The focus of this approach is to understand the visual language in the locker room looking at the characteristics of femininity, including changes in womenswear, menswear of ownership and changes resulting from this implementation. The analytical corpus are the magazine covers and dummy, to analyze the content of womanhood in the garments of skins, we proposed an analytical model, based on the concepts of gender, body and fashion. The evaluation index of femininity appropriated the model of analysis of semantic differential used by Jules Van der Linden (2007). Fashion magazines in this context are related to communication and design, to consider this vehicle as influencing the construction of female identity in Brazil. One of the results it is a form model of analysis that can be used in any design artifact, which covers the methodology for the design with the user.

Key- words: magazines, clothes, gender identity.

Sumário

Lista de figuras

1 Introdução.....15

Contextualização.....15

Problema.....17

Objetivo geral.....18

Objetivos específicos.....18

Justificativa.....19

2 Fundamentação teórica.....21

2.1 Identidade de gênero 22

2.1.1 A identidade feminina.....26

2.1.2. A questão do gênero em design.....31

2.1.3 A representação do gênero em design.....36

2.2 Comunicação e semiótica.....42

2.2.1 Moda, corpo e comunicação 45

2.2.2 Moda, consumo e identidade de gênero..... 49

2.2.3 O sistema da moda.....54

2.3 Cultura das mídias..... 58

2.3.1 A revista feminina.....62

2.3.2 A revista e o cotidiano: modelos de estilos de vida e comportamento.....67

2.3.3 A revista manequim.....70

2.4 Fundamentos da linguagem visual.....77

3 Metodologia de pesquisa.....82

4 Análise.....104

4.1 Definição da amostra.....105

4.2 Composição do corpus analítico.....105

4.3 Análise das linguagens visuais.....106

4.4 Observação dos resultados da análise.....106

4.5 Tratamento dos dados.....107

4.6 Discussão dos resultados.....111

4.7 Análise comparativa.....117

4.8 Considerações finais da análise.....126

5 Conclusão 136

5.1 Contribuições da pesquisa 139

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....141

APÊNDICES.....149

Lista de Figuras e Quadros

Figura 1 - Marca de eletrodoméstico Mabe 37

Figura 2- Mobiliário criado por Allen Jones, 1968.....38

Figura 3- Anúncio da Arno 39

Figura 4 Anúncio da marca de moda *Diesel*.....40

Figura 5 - Capa da revista Cruzeiro, 1940.....65

Figura 6 – Coluna " As garotas de Alceu".....65

Figura 7 – Capa "*A Revista feminina*" 69

Figura 8 – Capa da revista " *A cigarra*", 1915.....69

Figura 9 – Capa da revista *Manequim* agosto/2001.....71

Figura 10- Informações contidas na revista *Manequim* agosto/2001.....71

Figura 11 – Gráfico do perfil do consumidor da revista *Manequim- Sexo*.....72

Figura 12 – Gráfico do perfil do consumidor da revista *Manequim*- Idade.....72

Figura 13 – Gráfico do perfil do consumidor da revista *Manequim*- Região.....72

Figura 14 – Gráfico do perfil do consumidor da revista *Manequim*- Classe social 72

Figura 15 – Capa da revista *Manequim* julho/2009.....74

Figura 16 – Edição da revista *Manequim* julho/2009.....74

Figura 17 – Capa da revista *Manequim* setembro/1975.....93

Figura 18- Aplicação dos perfis semânticos proposto por Van der Linden, 2007.....97

Figura 19- Capas da revista *Manequim* década 1960.....114

Figura 20- Capa da revista *Manequim* setembro/1972.....115

Figura 21- Capa da revista *Manequim* setembro/ 1979.....115

Figura 22- Capa da revista *Manequim* setembro /1986.....115

Figura 23- Capa da revista *Manequim* agosto/ 1968.....115

Figura 24- Capa da revista *Manequim* agosto 1974.....115

Figura 25- Capa da revista *Manequim* agosto/1989.....115

Figura 26- Capa da revista *Manequim* agosto/1998.....116

Figura 27- Capa da revista *Manequim* setembro/2003.....116

Figura 28- Capa da revista *Manequim* agosto/2002.....124

Figura 29- Capa da revista *Manequim* setembro/2004.....121

Figura 30- Capa da revista *Manequim* agosto/ 2007.....121

Figura 31- Capa da revista *Manequim* setembro/ 2008.....125

Figura 32- Capa da revista *Manequim* setembro/ 2009.....125

Figura 33- Capa da revista *Manequim* agosto/2010.....125

Figura 34- Capa da revista *Manequim* setembro/2010.....127

Figura 35- Capa da revista *Vogue* setembro/2010.....127

Figura 36- Capa da revista *Elle* setembro/2010.....127

Figura 37- Capa da revista *Manequim* agosto/1985.....130

Figura 38- Capa da revista *Manequim* setembro/1987.....130

Figura 39- Capa da revista *Manequim* agosto/1984.....130

Figura 40- Capa da revista *Manequim* agosto/1988.....130

Quadro I- Algumas mensagens tradicionais das roupas. Sue Jones (2004).....47

Quadro II- Ciclo da moda: da aceitação à obsolescência. Sue Jones (2004).....56

Quadro III- Diagrama metodológico.....94

Tabela 1- Campo 1: dados da catalogação- 38 capas.....107

Tabela 2- Campo 2: Peças do vestuário de 1960- 1979.....108

Tabela 3- Campo 2: Peças do vestuário de 1980- 2010.....108

Tabela 4- Campo 3: Linguagem visual por década de 1960 a 1989 109

Tabela 5- Campo 3: Linguagem visual por década de 1990 a 1999.....110

Tabela 6- Campo 3: Linguagem visual por década de 2000 a 2010 110

Tabela 7- Índice de feminilidade por década em 38 capas..... 118

Gráfico 1- Índice de feminilidade por década em 38 capas.....119

Capítulo 1

1. Introdução

Na contemporaneidade, com as transformações advindas dos avanços tecnológicos, sociais e culturais, um dos temas que vem ganhando destaque no design está relacionado às pesquisas sobre identidade de gênero. O fazer design tem como premissa observar o sujeito de investigação para posteriormente configurar os artefatos. Para que isso ocorra, é necessário compreender não apenas questões comportamentais relacionadas ao indivíduo, mas também culturais e sociais.

Com a globalização, a temática das identidades ganha novos direcionamentos e teorias. Giddens (2002, p.9) afirma que "uma das características distintivas da modernidade, de fato, é a crescente interconexão entre os dois 'extremos' da extensão e da intencionalidade: influencias globalizantes de um lado e disposições pessoais de outro". Hall (1999) argumenta que os indivíduos não são compostos apenas de uma única identidade e sim de várias identidades. E que estas identidades estão em contínua mudança, além de serem provisórias. Um mesmo sujeito pode assumir identidades diferentes dependendo do contexto ao qual está inserido naquele momento.

Este caráter da sociedade, no que concerne à profusão de informações que caracteriza a pós-modernidade, reflete nas construções das identidades. Na pós-modernidade, uma das questões centrais está em torno do sujeito e, consequentemente, na construção da identidade de gênero, onde os conceitos de sexo, gênero e subjetividade se complementam.

Este panorama descrito sobre as identidades em tempos de globalização é discutido em algumas pesquisas relacionadas à interdisciplinaridade do design, uma vez que o projeto de design requer um conhecimento da sociedade e do sujeito em questão,ou seja, o usuário, no qual a metodologia projetual começa e termina.

Refletindo sobre o papel do designer e sua função social no que tange a sua relação com os produtos e os usuários, Ono (2006, p.47) afirma que:

> Os objetos e a sociedade moldam-se e influenciam-se em uma relação dinâmica, no processo de construção do mundo. E sob este prisma, cabe aos designers conjugar a sua atitude criativa, dentro da complexa teia de funções e significados em que as percepções, ações e relações se entrelaçam, no contexto de espaço e tempo em que se inserem, buscando a adequação dos objetos às necessidades e anseios das pessoas, e a melhoria da qualidade de vida da sociedade como um todo.

Na relação objeto e usuário, o design seria uma interface deste sistema comunicacional dos produtos, onde o designer codifica e recodifica estes valores, incitando ou reproduzindo estilos de vida e comportamentos. Segundo Dias Filho (2007), "compreender o cotidiano e visualizar novos conceitos permite pensar que o processo do design usa o imaginário dos consumidores convertendo-o em especificações projetuais, para então projetar mercadorias (signos)".

Nas características relacionadas ao cenário das transformações na sociedade, é inquestionável a presença da mídia como agente de um discurso influenciador e reprodutor dos valores e mudanças sociais.

Avaliando as representações na cultura material e especificamente o sistema de moda entre os meios de comunicação, as revistas de moda estariam entre um dos meios de comunicação mais influentes e propagadores de estilos e comportamentos. Através do corpo, o vestuário estabelece várias narrativas cujos significados são construídos e estabelecidos culturalmente.

A moda neste contexto, através do vestuário, apresenta uma linguagem de representação entre os gêneros, cujos códigos são identificados como atribuídos ao masculino ou feminino.

As mensagens que invadem o cotidiano e que são propagadas na midia pelas revistas de moda participam da construção dos indivíduos sociais. Através da sua linguagem e representação, é possível compreender a feminilidade disseminada na sociedade em questão, a partir das roupas, pois o vestuário, por ser uma das "formas mais visíveis de consumo, desempenha um papel da maior importância na

construção social da identidade". (CRANE, 2009, p.21). A linguagem visual[1] e as mensagens relacionadas ao vestuário são uma das formas de se compreender a construção da identidade feminina.

As imagens contidas nas revistas de moda levantam questões pertinentes aos estudos de como as identidades sociais e de gênero estão sendo constituídas, embora as revistas de moda apresentem características de feminilidade e masculinidade de acordo com a proposta e interesses tanto do anunciante quanto do consumidor. Portanto, nem todos os estilos de vida e comportamentos são aceitos pelos sujeitos. Em seus estudos, Goldman et tal (1991) *apud* Crane (2009) afirma que "uma análise de imagens de mulheres em anúncios de revistas de moda mostram que elas são indicações de um 'processo hegemônico'[2] internamente contraditório: uma dialética em curso entre discursos dominantes e os que lhes fazem oposição."

A presente pesquisa está centrada na observação dos conceitos de feminilidade por meio do vestuário apresentados nas revistas de moda, especificamente a revista *Manequim*, com seus códigos visuais e linguagem.

Problema

A linguagem visual nas capas de revistas femininas, independente de como é configurada, contribui para a construção das identidades de gênero a partir das características de feminilidade.

Hipótese

As capas das revistas femininas, constructo do design da informação, apresentam estilos de vida através do vestuário, produto do design de moda, a partir de suas

[1] Para Dondis (1997) a linguagem visual está além da linguagem verbal e sim do alfabetismo visual, ou seja, uma forma de comunicação entre os indivíduos e a sociedade.
[2] Relativo à hegemonia. Preponderância, supremacia.(MICHAELI. Moderno Dicionário da Língua Portuguesa. Disponível em: http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues.

linguagens visuais e contribui para a construção das identidades de gênero percebida através das características de feminilidade construídas pelos valores sociais e culturais.

Objetivos Gerais

Observar a relação entre vestuário e características de feminilidade e verificar como, ao longo das décadas, ocorreram mudanças entre o vestuário e as características visuais que evidenciam a feminilidade.

Objetivos Específicos

- Identificar nas capas da revista Manequim as linguagens visuais do vestuário feminino para compreender as caracteristicas de feminilidade apregoadas pela revista em cada década.
- Elaborar um instrumento de coleta, investigando as capas com o aparato do modelo do diferencial semântico proposto por Van der Linder (2007), para entender as representações de feminilidade da revista manequim.
- Identificar a apropriação do vestuário masculino no vestuário feminino e a construção dessas caracteristicas decodificadas nesta transição masculino-feminino na roupa, de forma a comparar as caracteristicas de feminilidade em quatro décadas diferentes.
- Verificar as transformações do vestuário feminino conforme mudanças sociais, dado que viabilizará uma observação da história da moda no Brasil.

Justificativa

Observando o contexto do design e as temáticas envolvidas, pode-se considerar o gênero como fator presente neste universo. A partir do momento que o designer se preocupa com o usuário e o público alvo, segue-se uma lista de pré-requisitos de como seria esse produto para determinado público, feminino ou masculino e, a partir do *Briefing*, são definidas as diretrizes do projeto. Os próprios produtos de moda trabalham dia-a-dia esses elementos para encontrar uma forma de representação que cause satisfação ao usuário em questão de acordo com os atributos do que venha ser característica visual masculina ou feminina, ou ambos, aceitas culturalmente.

O tema proposto poderá fornecer dados que possibilitem uma investigação sobre o papel social do design como reprodutor de valores e modelos de feminilidade, e compreender as relações de gênero inserido no campo da moda, tendo as revistas, constructo do design da informação, fonte de pesquisas e estudo.

Para o design, a inserção da perspectiva da identidade de gênero na metodologia é significativa, uma vez que o estudo em questão está em refletir e pesquisar empiricamente as representações visuais da identidade feminina no Brasil através do vestuario. O corpus analitico são as revistas de moda, especificamente a revista *Manequim*, no intuito de verificar e justificar, através dos recursos das linguagens visuais, os parâmetros que possam ser identificados e inseridos na metodologia de design.

O vestuário, como artefato em que as indicações de gênero são mais evidentes, uma vez que tem uma relação mais íntima com o usuário e sua corporeidade, envia mensagens sobre o indivíduo que o veste, estabelecendo características tanto de gênero/sexo quanto inscrições comportamentais, culturais e econômicas.

As revistas de moda, além de apresentar estilos de vida e modos de ser e parecer, incitam o desejo de consumir e as relações de pertencimento a determinado grupo ou classe social.

Os individuos, ao consumirem, estabelecem suas relações sociais e de pertencimento a determinado grupo. Ou seja, ao adquirirem ou consumirem

artefatos e estruturarem para si algumas características em sua individualidade, geram significados para si e para quem o vê, circundando- se de objetos para mostrar uma identidade, mesmo que provisória. A moda participa ativamente do processo de subjetivação do indivíduo numa sociedade em transformação, havendo uma preocupação com a identidade, com a valorização de si e a aceitação do outro.

A estrutura desta dissertação está dividida em cinco capítulos.

Este capítulo aqui citado trata-se da introdução e contextualização do problema da pesquisa, o objetivo geral e objetivos específicos. O problema e as hipóteses são descritos para nortear a pesquisa.

A fundamentação teórica proporciona uma base teórica, cujas teorias permitem a observação de fenômenos pouco explorados neste campo de pesquisa relacionado a gênero e, como fruto do objeto de estudo, está a investigação: feminilidade através das capas de revistas femininas.

O capítulo dois consiste na fundamentação teórica e está subdividido em quatro áreas: Identidade de gênero e design, comunicação e semiótica, cultura das mídias e fundamentos da linguagem visual. Este capítulo aborda sobre identidade de gênero, identidade feminina e design, elaborado com base em conceitos de autores relevantes para o direcionamento da presente pesquisa, discorrendo sobre a questão central da investigação que envolve identidade de gênero, feminilidade e o papel do design na sociedade. Ainda neste capítulo, são abordadas algumas teorias da comunicação e semiótica, incluindo a comunicação, a cultura das mídias e os significados através do consumo no sistema da moda.

No capítulo três, são apresentados o diagrama metodológico e as etapas da análise. No capítulo seguinte, quatro, houve o tratamento dos dados, com as considerações e conclusões desta análise.

Nos últimos capítulos, quatro e cinco, as contribuições da pesquisa e os possíveis direcionamentos são voltados para uma continuidade desta temática, dada a sua relevância para o design, dialogando com as teorias e resultado da pesquisa diante do problema investigado.

Capítulo 2

Fundamentaçao teórica

2.1 Identidade de gênero

A investigação relacionada à identidade de gênero requer refletir sobre dois conceitos: identidade e gênero. As pesquisas relacionadas às identidades direcionaram várias discussões, entre elas a relação homem e sociedade. No entanto, na pós-modernidade, novos conceitos relativos à identidade estão sendo propagados diante das mudanças sócio-culturais, política e econômica pelas quais o mundo globalizado está passando.

Castells (2001) atribui à identidade o processo de construção de significado com base em um atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, nos quais prevalecem sobre outras fontes de significados. Castells (2001) emprega os conceitos de identidade às relações de poder existentes na sociedade como determinantes simbólicos, e também os significados atrelados a ele criam condicionantes de pertencimento. O autor propõe três formas e origens de construção de identidades: *Identidade legitimadora*, relacionada às instituições dominantes que exercem poder sobre os atores sociais; *identidade de resistência*, criada por atores em condições desvalorizadas, construindo formas de resistência; *identidade de projeto,* em que os atores sociais constroem uma nova identidade, buscando a transformação de toda uma estrutura social, como por exemplo, o feminismo.

As teorias em torno das identidades sociais não colocam mais aquele sujeito outrora com identidades sociais "determinadas" como existiam em séculos anteriores, mas depara-se com o sujeito fragmentado em suas múltiplas identidades. Está havendo uma homogeneização cultural, devido ao fenômeno da globalização, visto que grande parcela da população tem acesso às mesmas informações, como também a descentralização do sujeito e heterogeneização do indivíduo que, ao mesmo tempo o liberta dos apoios estáveis das tradições e estruturas.

Ao discutir a construção das identidades e as características atribuídas à modernidade tardia ou pós-modernidade sobre a identidade de gênero, Stuart Hall (2000, p.39) discursa:

> (...) A identidade é realmente algo formado, ao longo do 'tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo "imaginário" ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre "em processo",sempre "formada". As partes "femininas" do eu "masculino", por exemplo, que são negadas, permanecem com ele e encontram expressão inconscientes em muitas formas não reconhecidas na vida adulta. Assim, em vez de falar da identidade como uma coisa acabada, deveríamos falar de identificação, e vê-la como processo em andamento.

Diante deste cenário em que o sujeito é fragmentado, a constituição das identidades é um processo em contínua construção, tornando-se bastante complexo definir as relações entre sujeito, identidade, sexo e gênero. A compreensão destes conceitos e definições é uma premissa de muitas investigações no âmbito da Antropologia, Sociologia, Lingüística, Psicologia, Biologia entre outras áreas, em que são discutidos e debatidos temas controversos e reveladores.

A presente pesquisa se fundamentou em alguns autores conceituados sobre gênero, com definições e conceitos para dar prosseguimento ao trabalho.

Joan Scott (1995) é uma das autoras que pôs em questão a identidade de gênero, como categoria útil "enquanto objeto de estudo necessário e de análise histórica". As reflexões de Scott (1995) revisam algumas teorias sobre gênero, e pontuam a incompletude nas teorias vindas do movimento feminista. Ao discernir sobre estas teorias, a autora explicita sua posição em relação ao gênero, sendo para ela uma parte de sua definição como um modo primeiro de significar as relações de poder. A autora (1995) afirma que as teorias do patriarcado, embora afirmem que a desigualdade, a qual tem suas origens na sexualidade, está integrada em "todo um sistema de relações sociais", não explica como esse sistema funciona. Já as teorias marxistas tentam encontrar uma explicação "material" para o gênero que Scott (1995) contra argumenta, quando diz que a subordinação das mulheres é anterior ao capitalismo e continua com o socialismo. Já o conceito defendido pelo pós-estruturalista e anglo-americano encabeçado por Nancy Chodorow e Carol Gilligan interessa-se pelos processos que participam da construção do sujeito e a formação das identidades de gênero. No entanto, existe

a fixação dada ao sujeito individual, retificando como a dimensão principal do gênero o antagonismo subjetivamente produzido entre homens e mulheres. (SCOTT, 1995).

Alain Touraine (2002), em uma entrevista realizada durante o *XV congresso Mundial de Sociologia,* considera que as oposições e contradições entre o masculino e feminino podem ser superadas no nível individual e complementa que, para se compreenderem os movimentos de libertação das mulheres, deve-se ir além do gênero: o 'sujeito' de um lado; 'sexo' de outro. Pois, quando associados, 'sexo' e 'sujeito' tornam-se sexualidade. (ADELMAN, 2004)

Touraine (2002), nesta entrevista, aborda questões pertinentes ao estudo de gênero. Este estudioso vem elaborando pesquisas que consideram o sujeito, a sexualidade e outras questões que envolvem a modernidade. Para ele, quando se fala de homens e mulheres, está se falando de indivíduos, mas que é difícil separar gênero e dominação.

No estudo do gênero e sua relação com a sexualidade e a dicotomia feminino/masculino, Judith Butler (2008) investiga algumas teóricas feministas e seus discursos sobre as influências de Freud e Lacan, no sentido de compreender não apenas o gênero como construído culturalmente, como também o sexo, numa critica à relação sexo/gênero fundamentada no feminismo.

> Se o sexo é, ele próprio, uma categoria tomada em seu gênero, não faz sentido definir gênero como uma interpretação cultural do sexo. O gênero não deve ser meramente concebido como a inscrição cultural de significado num sexo previamente dado (uma concepção jurídica); tem de designar também o aparato mesmo de produção mediante o qual os próprios sexos são estabelecidos." (BUTLER, 2008, p. 25)

A mesma autora problematiza as questões de gênero e sujeito, de forma a enfatizar a binaridade masculino-feminino, perpassando o sistema de representação construído culturalmente, numa crítica que a autora nomeia de heterossexualidade compulsória e naturalizada que regula esta relação binária. Ainda para Butler (2008):

> (...) a "unidade" do gênero é um efeito de uma prática reguladora que busca uniformizar a identidade de gênero por via da heterossexualidade compulsória. A força dessa prática é mediante um aparelho de produção excludente, restringir os significados relativos de "heterossexualidade", "homossexualidade" e " bissexualidade", bem como os lugares subversivo de sua convergência e re-significação. (BUTLER, 2004, p.57)

Concluindo esta reflexão sobre a naturalização da própria sexualidade como também uma prática de relação hegemônica, Butler (2008, p.57) conceitua "o gênero como a estilização repetida do corpo. Ou seja, um conjunto de atos repetidos no interior de uma estrutura reguladora altamente rígida, a qual se cristaliza no tempo para produzir a aparência de uma substância, de uma classe natural de ser".

Robert Stoller (1993) se refere à identidade de gênero como a mescla de masculinidade e feminilidade em um indivíduo, cuja discussão está pautada no argumento que tanto a masculinidade como a feminilidade são encontradas em todas as pessoas, mas em formas e graus diferentes.

Então, o sujeito, independente de ser homem ou mulher, pode apresentar um alto grau de feminilidade ou masculinidade e vários fatores corroboram esta construção, perpassando os papéis que a sociedade atribui ao masculino e feminino, mas também à família, aos meios de comunicação, entre outros.

Sobre os conceitos de sexo e gênero, Stoller (1993) esclarece:

> Sexo (qualidade de ser homem e mulher) refere-se ao estado biológico com estas dimensões- cromossoma, genitais externos gônodas, aparatos sexuais internos (útero, próstata, etc), estado hormonal, características sexuais secundárias e cérebro; gênero (identidade de gênero) é um estado psicológico –masculinidade e feminilidade. (STOLLER, 1993, p. 21)

Os questionamentos e visões sobre conceitos relacionados acima mostram a complexidade envolvida nas definições de sexo, gênero e sujeito. Ambas as teorias de gênero, baseadas nas relações de dominação e na constituição do sujeito são pertinentes para identificar quais são os conceitos em torno dos quais as identidades estão se constituindo.

No campo de design de moda, a compreensão das visões sobre este aspecto na vida em sociedade faz refletir sobre os desconfortos e complexidade ao se falar em identidade de gênero, ou mesmo, se o termo está adequado às pesquisas contemporâneas.

Judith Butler (2008) é filósofa, Robert Stoller (1993) é psiquiatra, e Joan Scott (1995) e Alain Touraine (2002) são teóricos na área das ciências humanas e sociais. Nesta pesquisa, é relevante apontar que nas análises realizadas o conceito adotado está direcionado à feminilidade e masculinidade descrito por Stoller (1993) envolvendo influências externas no contexto social e cultural na constituição da identidade feminina, onde perpassam a feminilidade aceita na sociedade em questão, em dado momento histórico, econômico, social e político.

Os outros conceitos permitem registrar a importância dada ao sujeito, independente do sexo ou gênero e, sem as conexões, não constitui uma única definição pois ambas se complementam.

2.1.1 A identidade feminina

As visões tradicionais de gênero investigaram a identidade feminina associando o domínio da mulher ao espaço privado, com atribuições mais relacionadas à vida doméstica, à educação dos filhos e à família; ao masculino, à vida pública, ao cuidado com o trabalho e à representação sócio-política e econômica.

Os conceitos e atribuições à mulher e ao homem são uma construção cultural. Para tanto, as investigações sobre o gênero/sexo são pertinentes, a fim de se identificar em qual estrutura de sociedade os indivíduos estão inseridos. Ou seja, cada sociedade ou grupo social apresenta comportamentos e normas na conduta dos papéis de gênero, tendo em vista o olhar dominante de cada sociedade ou grupo, havendo assim aceitação ou negação desses papéis pelos indivíduos da mesma.

Carvalho (2008) teoriza que a categoria sexo foi substituída por gênero, em 1970 nos Estados Unidos, junto à efervescência dos movimentos reivindicatórios que abordavam as desigualdades sociais, cuja intenção era desnaturalizar as formas sexuadas de subordinação e ampliar os estudos para incluir todos os aspectos da vida feminina (para além da maternidade, sexualidade e domesticidade). No entanto, houve a marginalização dos aspectos biológicos referentes às diferenças de gênero. A autora afirma que este posicionamento agiu "como um empecilho para o avanço do conhecimento das relações de gênero" (CARVALHO, 2008, p.19).

Este argumento pautado na naturalização do sexo, atribuindo à mulher o "sexo frágil" ainda persiste em diversos discursos, especialmente na mídia.

Esta pesquisa direciona a identidade feminina sob a perspectiva cultural tendo como enfoque a mídia e a corporeidade.

A identidade feminina está relacionada aos comportamentos construídos culturalmente, que invadem os aspectos psicológicos, refletindo na intimidade da mulher e na vida social. E, para se compreender a identidade feminina em sua transformação, é notória a interação com a identidade masculina, já que ao longo da história esta dicotomia está carregada de preceitos e na perspectiva masculina.

Del Priore (2004) historiza as mulheres no Brasil diante deste contexto e afirma que nos anos 50 do século XX, com o fim da Segunda Guerra Mundial, a família modelo continuava sendo reforçadas nas campanhas, e a mulher ideal era definida "a partir dos papéis femininos tradicionais (ocupações domésticas, cuidado com os filhos e maridos) e as características de feminilidade, como instinto materno, pureza, resignação e doçura" (DEL PRIORE, 2004, p. 608).

A partir das guerras mundiais, por motivos políticos e econômicos, as mulheres passaram lentamente a entrar na vida pública, no entanto até a década de 1960, como afirma Del Priore (2004, p. 604), "acreditava-se que a mulher era feita para o casamento e para a maternidade, não deveria fumar em público ou ir a bares e boates desacompanhada, assim como a política ainda era considerada assunto preferencialmente masculino".

Outro aspecto que muitas vezes é esquecido na história e mudanças sociais referem-se à contribuição das trabalhadoras fabris para as transformações dos

papeis femininos, uma vez que sofriam muitos preconceitos principalmente porque a mulher pública era associada à imagem da prostituta até recentemente (DEL PRIORE, 2004).

Delineando a mudança do comportamento e a vida em sociedade da mulher, questões como trabalho, domesticidade, casamento, amor, sexualidade foram gradativamente se alterando, principalmente através das lutas das feministas para encontrar lugar para mulher no espaço público, como também deixar claro que muitas mudanças no que se refere a esses comportamentos são diferenciadas no ocidente e no oriente.

A luta pela igualdade de oportunidades, considerando todas as dimensões sociais no que concerne ao espaço do papel da mulher na sociedade, as conquistas em alguns aspectos é considerada ambígua segundo Del Priori (2000). Somente nos séculos XX e XXI, as mulheres ganharam representatividade na contemporaneidade. No entanto, apesar de muitas conquistas, principalmente no setor do mercado de trabalho, houve uma desestruturação nos setores que envolvem família, dupla e tripla jornada de trabalho, a violência contra a mulher ainda se faz presente, além da tensão a beleza feminina ditada pelos padrões vigentes (DEL PRIORE, 2000).

A beleza, juventude e maternidade passaram a ser os pontos centrais da identidade feminina nos dias atuais, em diversos meios de discussão. As mulheres que em séculos anteriores lutavam contra a visão priorizante da mulher associada exclusivamente à beleza e à maternidade, hoje se vê como objeto de desejo "submissa não mais às múltiplas gestações, mas a tríade 'perfeição física' (DEL PRIORE, 2000 p. 15. A tríade está no modelo ocidental, juventude, saúde e beleza, aliada às práticas relacionadas ao corpo que comporta o uso de cosméticos às modificações corporais, cujos ideais de beleza são lançados na mídia dia a dia.

Observa-se considerável destaque às mídias na propagação de atributos e comportamentos femininos de acordo com as mudanças no cenário mundial e consequente reflexo nas identidades, Viera (2005) explicita que, em conseqüência dessas transformações com a globalização, as relações sociais transformaram-se em sua essência, trazendo dificuldades para definição identitária, em particular para o gênero feminino. Por mais que as identidades estejam em construção

(GIDDENS,2002; HALL, 1999), essa mudança influenciará a construção da identidade da mulher na pós-modernidade.

As mídias funcionam como condicionantes à reprodução de valores femininos, assim também como a família e o trabalho se refletem na identidade da mulher.

Com o feminismo e as lutas de resistência, as mulheres começaram a se inserir na vida pública, com o direito ao voto e a assumir profissões que antes eram designadas como atividade masculina. No entanto, a própria conjuntura da família também teve alterações. Houve um grande aumento das 'mães solteiras' que cuidam sozinha de sua família e, como discurso visto na mídia, a 'jornada de trabalho da mulher se multiplicou', visto que a mesma desempenha diferentes papéis durante o dia.

A sedução relacionada ao universo feminino mostra, de um lado, que a mulher apresenta mais liberdade de impor seus desejos (LIPOVETSKY, 2000) e por outro lado a vulgarização do sexo ao olhar masculino e o excesso de cuidado com aparência, como apresenta nas mídias.

A corporeidade explorada pela mídia localiza a centralidade do corpo feminino nas representações culturais, desde considerações místicas à banalização. Ao observar o corpo feminino, seu culto é identificado desde a Antiguidade pelos povos gregos, embora se apresentem nas pinturas e esculturas da época os corpos femininos masculinizados. Essa "camuflagem" do corpo feminino se dava devido às razões culturais que regiam em torno da moral e do pudor na época. A partir do ideal humanista da Renascença é que o corpo feminino passou a ser idolatrado, deixado de lado todo o negativismo". A beleza feminina foi assim divinizada, consolidando-se a idéia do feminino como sendo o "belo sexo" (Lipovetsky, 2000). Contudo, nem sempre o belo sexo foi atribuído às mulheres, uma vez que os homens tinham autonomia na sociedade e também eram bastante adornados (Lurie, 1997). O feminino foi aclamado como o "belo sexo", principalmente depois da renúncia masculina, na qual Flüguel (1966) explica que esse fenômeno foi o abandono das vestes elaboradas e adornadas. Os homens renunciaram a competição com as mulheres, pela supremacia em serem considerados belos.

No vestuário, a identidade feminina é representada pelas diversas transformações do corpo pela roupa e pela moda, com o intuito de provocar o desejo sexual. A associação do corpo feminino está culturalmente relacionada à sedução, enquanto a do corpo do homem mais relacionado à virilidade e ao poder. (CASTILHO, 2004)

Castilho (2004) ainda complementa sobre as diferenças de gênero:

> O caráter sensual/erótico estabelece uma distinção primordial na espécie humana; o masculino e o feminino apresentam-se com distinções fundamentais estabelecidas pela cultura, alem de revelar uma certa hierarquia entre os sujeitos, pelas possibilidades de distinção e de valorização da forma plástica, do corpo e da moda(CASTILHO, 2004:186).

O vestuário feminino apresenta uma linguagem própria, e está de acordo com as transformações da identidade feminina, como afirma Wilson (1986, p.159) "a moda tem a obsessão dos gêneros, ela define e volta a definir as fronteiras entre os gêneros."

A preocupação com o corpo e a não conformidade com a aceitação da anatomia natural, atualmente, é uma tendência que está gerando muitos distúrbios alimentares e psicológicos. A mídia vem propagando o ideal de beleza vigente, não só nas revistas de moda, como também em revistas sobre corpo e saúde, ou na internet por intermédio de blogs e redes sociais.

No contexto sobre identidade feminina, a relação gênero e sexualidade entram em várias discussões como vimos no tópico acima, através de uma estreita relação com a corporeidade. "O corpo tem sido altamente valorizado como um componente discursivo que define e compõe a identidade da mulher" (VIEIRA, 2005, p. 217).

A mesma autora ainda complementa:

> A ninguém é perguntado antes do nascimento que sexo ou nacionalidade ou família gostaria de ter. Mas depois que alguém nasce, começa um longo processo social de construção de identidade, cujos efeitos sobre cada indivíduo são imprevisíveis (...) A sociedade constrói, então, não só uma identidade social, mas também sexual, que pode ser reforçada em qualquer

> domínio da vida compartilhada, como as relações afetivas, familiares, educacionais e profissionais. (VIEIRA, 2005, p.217).

Conforme citado, especificamente nas revistas de moda, verificam-se discursos relacionados à feminilidade e à masculinidade. A definição de Stoller ratifica que:

> É uma convicção – mais precisamente, uma densa massa de convicções, uma soma algébrica de *se*, *mas e* – e não um fato incontroverso. Alem de fundamento biológico, a pessoa obtém estas convicções a partir da infância, sendo estas atitudes mais ou menos semelhantes àquelas mantidas pela sociedade como um todo, filtradas pelas personalidades idiossincráticas dos pais. Portanto, tais convicções não são verdades eternas: elas se modificam quando as sociedades se modificam. (STOLER,1993, p. 28)

A discussão acima elucida a feminilidade e a masculinidade conforme comportamentos no âmbito da psicologia, considerando desde a família na constituição de valores atribuídos ao feminino e ao masculino. Portanto, valores que podem sofrer variações, em que se verificam, em algumas pesquisas, outros modelos de feminilidade e masculinidade se formulando.

Por fim, concluem-se alguns aspectos tradicionais associados à identidade feminina, e a corporeidade inseparável neste contexto.

O tópico a seguir, através dos conceitos já abordados, direciona a pesquisa ao âmbito do design, como estruturador e difusor de mensagens, muitas vezes controversas sobre gênero nos artefatos produzidos no cotidiano.

2.1.2 A questão do gênero em design

A conexão entre gênero e design é possível através do entendimento da interdisciplinaridade no campo do design. Para tanto, existe a necessidade de relacionar o design a outras áreas do conhecimento.

Com poucas referências no design, a reflexão sobre gênero pode ser considerado um paradigma, uma vez que as constituições das identidades são localizadas em algumas discussões acadêmicas na observância de que os próprios indivíduos estão

se ressignificando e adotando valores próprios que rompem alguns valores tradicionais da sociedade.

Contudo, ao revisar o estado da arte relacionado a gênero e ao design, alguns estudos levantados apontam as seguintes perspectivas: a primeira diz respeito à não historicidade das mulheres designers, no mesmo modelo da história da arte, vangloriando os designers homens. A segunda perspectiva está na metodologia de design, em que são observadas algumas falhas nos produtos, em que o próprio designer interfere na metodologia de acordo com suas visões sobre gênero, por não compreender os códigos culturais, sobretudo aqueles estabelecidos entre os gêneros.

Com o advento da internet, muitos valores relacionados a gênero estão sendo investigados, uma vez que o mundo virtual provocou um novo momento de significações nas identidades sociais, criando uma rede de relações imaginárias, com novos paradigmas. De acordo com Castells (2001), um mesmo individuo pode adquirir identidades múltiplas, mas que podem existir tensão e contradição tanto na representação quanto na ação social.

A internet, os blogs, os sites de interação permitem ao indivíduo exercer diferentes papéis identitários e de gênero, estabelecendo suas relações de pertecimento a determinado grupo social.

No contexto do design, o estabelecimento da comunicação é fundamental para se projetar produtos de design, pensando em um usuário ou grupo de usuários específicos, em que as funções comunicativas dos artefatos determinam a configuração dos mesmos.

Na observação sobre a comunicação dos artefatos estabelecida entre os usuários e conseqüentemente no papel do designer Bürdek (2006) teoriza que design é uma área do conhecimento que não produz apenas realidades materiais, mas especialmente funções comunicativas. Dias Filho (2007) cita Baudrillard (2000) em seu argumento que:

> Ao contrário da produção simbólica tradicional alimentada pela subjetividade, o *design* articula o significante e o significado criando um signo. O valor estético é programado com intuito de significar algo ditado pelo mercado ou simplesmente pela moda.

> Suprimi-se ambivalência do simbolismo a favor da equivalência alegórica (DIAS FILHO, 2007).

Considerando a natureza do processo de design em manipular códigos visuais, a representação como afirma Baudrillard (2000) *apud* Dias Filho (2007) é vista nos artefatos, ao considerar uma ênfase maior nos aspectos imateriais, em detrimento das funções estético-simbólicas diante das funções práticas. Para tanto, o designer parte de uma intencionalidade inicial através da percepção destes valores intangíveis, sem deixar de lado os aspectos políticos, sociais e econômicos dos artefatos.

A materialização, através da configuração dos produtos de design, é estabelecida de acordo com o planejamento estabelecido de parâmetros considerados no projeto, segundo uma linguagem visual, que são os elementos necessários para se obter um produto com características visuais que estabeleçam uma comunicação com os usuários, através de seu valor de uso e valor de troca.

As influências diante da industrialização, a globalização, a tecnologia desenfreada, as transformações socio-culturais, o consumo de massa, entre outros condicionaram mudanças consideráveis sobre a cultura material. Outro fato importante para as mudanças sociais e identitárias, a ser considerado, foram as lutas das feministas, dos homossexuais, dentre outras , que contribuíram para um novo olhar sobre as identidades, refletindo no comportamento e no estilo de vida dos indivíduos.

Em consequência, esboçando o processo de design, que a partir dos artefatos se materializam os anseios, os desejos de determinada cultura ou grupo social. Considerar o gênero é constituir uma das etapas iniciais com a qua o designer se preocupa ao materializar os artefatos. No entanto, como identificar e certificar que determinado produto apresenta características ditas femininas ou masculinas? Como está estabelecida a recepção destes objetos por ambos os gêneros? Que características visuais de feminilidade e masculinidade estão sendo reproduzidas através dos artefatos de design?

A representação destes valores sobre gênero no *design* é vista como uma problemática recente, haja vista a relevância da interação do artefato com o

consumidor, o que envolve a comunição do produto de *design* com o usuário. Segundo Moura (2005, p.80),"(...) interpretar e analisar uma imagem consiste não tanto em especular sobre uma eventual mensagem preexistente, mas acima de tudo em compreender o sentido que produz, ou seja, o efeito que provoca naquele que a recebe".

Com as novas tecnologias e os novos paradigmas da sociedade, os indivíduos cada vez mais apresentam suas vontades e comportamentos "mais individualizados", embora apresentem uma identidade exercida numa coletividade, ou seja, num meio social, cada vez mais um produto de design centrado no usuário se torna complexo. Segundo Krippendorff (2000), "as tecnologias que fornecem soluções meramente tecnológicas para problemas sociais podem ser identificadas como as causas de instabilidades, mas as tecnologias que expandem as comunidades atraem novos modos de vida e evoluem no processo" (KRIPPENDORFF, 2000, p. 91.

Diante deste contexto, a atividade do designer requer formulações e especificidades para se compreender os usuários em questão. Embora seja uma concepção primordial para este profissional, não é uma tarefa fácil, e muitos erros ainda são colocados diante da falta de compreensão de fatores culturais e simbólicos por parte dos designers. Krippendorff (2000) ratifica que com o pensamento voltado às interfaces e o advento do computador, outros tipos de linguagens foram criadas em design, como também os estudos em torno do usuário tornou-se uma atividade projetual mais freqüente.

Oudshoorn, Rommes e Stienstra (2004) em sua pesquisa sobre os usuários das cidades virtuais, realizaram um estudo comparativo entre projetos de dois setores: o setor público (*Design Communities of Digital Cities*) e o setor privado (*Royal Philips Eletronics*). Com o aparato da semiótica, os autores discutiram aspectos relevantes na construção desses artefatos (as cidades virtuais), apontando falhas durante a metodologia do projeto, o que os autores empregam como o "eu-metodológico", em detrimento ao *design* centrado no usuário. Os problemas identificados na pesquisa durante o processo de *design* envolveu tanto questões projetuais, cujas necessidades não foram identificadas com afinco para atender a diversidade de usuários, como questões políticas e de gênero.

A partir desta análise Oudshoorn, Rommes e Stienstra (2004) chegaram às seguintes conclusões: os problemas foram considerados de formas macrossociais, e por isso houve muitos erros durante o processo. Ambas as cidades virtuais falharam no sentido de não conseguirem satisfazer as necessidades do usuário, já que o eu-metodológico influenciou neste processo e existiram conflitos de interesses (do público feminino e masculino) e do próprio *designer* ao ficar fascinado com a tecnologia e com a idéia de propiciar tecnologia e acesso de todos. Em ambas as instituições, o setor público evidenciava a preocupação com a visibilidade de poder político e econômico. E no caso do setor privado, a *Philips* tinha interesse territorial de apresentar produtos tecnológicos e ampliar a venda de seus produtos.

Outra pesquisa relacionada aos artefatos digitais e gênero refere-se ao MUD (sigla de *Multi-user dungeon, dimension,* ou por vezes *domain*), como afirma Curtis:

> Uma rede-acessível, multi-participante, usuário em realidade virtual extensível cuja interface com o usuário é inteiramente textual. Simultaneamente conectados ao computador central, os jogadores podem comunicar uns com os outros, enquanto a explorar um mundo inteiramente composto por palavras e símbolos, incluindo descrições das salas, objetos dentro de quartos, e os habitantes (ambos os jogadores reais e criaturas simuladas, objetos e os robôs que fazem parte da experiência) (CURTIS *apud* ZDENEK,1999, p.402):

As conclusões do autor (op.cit) sobre essas redes multi-usuário estão relacionadas aos "estereótipos sexistas" encontrados no discurso. Finaliza com o argumento "Tenho implicitamente defender uma abordagem interdisciplinar para o *design* de software, que combina um *know-how* técnico, com o compromisso nada absurdo para a construção de mundos menos sexista." (tradução do autor).

As observações descritas contribuem para verificar as relações de poder que permeiam a sociedade, apresentando estereótipos sociais e sexistas, muitas vezes enraizados na cultura.

Quanto à não historicidade das mulheres *designers*, a reflexão é mais antiga é parte da identificação de poucos registros em livros sobre a questão. Buckley

(1986) pontua alguns fatores do domínio do patriarcalismo e a relação com o capitalismo no design, afirmando os seguintes aspectos:

1. A atribuição de papéis estereotipados para o *design* feminino, no que diz respeito à reprodução dos papeis das mulheres na sociedade (ligado ao fazer doméstico);

2. Crítica sobre a história do design, sendo a história do design "a história do *designer*", equiparando ao estilo da arte no papel de atribuidor e autenticador;

3. A naturalização das atividades femininas com áreas das artes decorativas, como vocação natural da mulher.

4. Crítica à representação das mulheres pela publicidade, ligando o consumo a atividades domésticas e estereotipadas (esposa, mãe e doméstica);

5. A polissemia do objeto, não atribuindo apenas ao *design* o comprometimento da manipulação dos signos, em que os significados são decodificados de acordo com o interesse dos produtores, anunciantes, de acordo com seus próprios códigos culturais;

6. A crítica ao "bom *design*" do modernismo;

7. A marginalização da moda, como uma "área menor".

A partir deste panorama das pesquisas realizadas relacionadas sobre gênero, são notáveis os questionamentos com visões estereotipadas sobre o feminino, que muitas vezes são representados no design dos produtos, e até que ponto existe a interferência do designer na reprodução desses valores.

2.1.3 A representação do gênero em design

Neste tópico serão abordados alguns exemplos da representação do gênero nos artefatos, em se tratando da linguagem visual, deixando claro que a coleta destas informações é precisamente ensaísta. Ao observar alguns artefatos de *design*, podem-se considerar visões sexistas e estereotipadas em sua representação, cujos valores persistem na tradição desde o patriarcalismo.

A percepção dos elementos da linguagem visual depende de fatores culturais e da

experiência individual de cada sujeito. No que se refere à identidade de gênero, a sociedade determina características ditas femininas e masculinas, e estes elementos são percebidos e captados de forma que identifiquem e constituam uma mensagem compartilhada, por um grupo específico ou por uma coletividade. Dondis (1997) afirma que:

> (...) Em todos os estímulos visuais e em todos os níveis da inteligência visual, o significado pode encontrar-se não apenas nos dados representacionais, na informação ambiental e nos símbolos, inclusive a linguagem, mas também nas forças compositivas que existem ou coexistem com a expressão factual e visual. Qualquer acontecimento visual é uma forma com conteúdo, mas o conteúdo é extremamente influenciado pela importância das partes constitutivas, como a cor, a textura, a dimensão, a proporção e suas relações compositivas com o significado (DONDIS, 1997, p 22).

No *design* de produto, é notável verificar na história do design que os artefatos criados para mulheres estão relacionados às atividades domésticas, como por exemplo, as máquinas de lavar e toda uma seqüência de eletrodomésticos para as atividades do lar, fatos averiguados na publicidade desses produtos.

Na **figura 1**, a marca *Mabe* está relacionada à mulher, já que na própria marca tem o símbolo do sexo feminino. Observa-se a associação da atividade do lar naturalizada para as mulheres.

Figura. 1- Marca de eletrodoméstico Mabe
Capturado em: www.mabenegocios.com.br

Na figura 2, no mobiliário criado por Allen Jones, além das poses das mulheres representadas no artefato serem de submissão, há uma erotização do corpo feminino.

Figura. 2- Mobiliário criado por Allen Jones, 1968.
Capturado em: www. sol.sapo.pt

No *design* de moda, em que a linguagem visual é percebida de forma mais imediata nos seus discursos nao-verbais, pelas linhas, formas, cores, proporções e volumes, através da plástica da moda, nota-se que as características de feminilidade e masculinidade mudam de acordo com o momento histórico vigente. Houve épocas em que os homens utilizavam sapatos e roupas com ornamentações e detalhes. Hoje, por exemplo, a cor rosa e os enfeites são vistos como adequados ao vestuário feminino. Barthes (1967) esclarece que:

> A moda conhece bem a oposição feminino/masculino; e isso a obriga o próprio real (isto é, no plano da denotação) pois é o real que coloca muitas vezes na toilette femininas traços provenientes do vestuário masculino (calças, gravatas, jaqueta); de fato, entre os tipos de vestuário, os signos diferenciais são extremamente raros, e sempre situados ao nível do pormenor (caráter "fechado"do vestuário): o vestuário feminino pode absorver quase todo o vestuário masculino, que se limita a "rejeitar"certos traços do vestuário feminino (um homem não pode usar saia, embora uma mulher possa usar calças) (BARTHES, 1967, p. 285).

No *design* gráfico, especificamente através da publicidade relacionada aos produtos, vê-se esta reprodução dos papeis da mulher na sociedade, de acordo com o período e ideias partilhadas no sistema de dominação constituinte da sociedade em questão. A começar averiguando a publicidade do período pós-guerras, no que se relaciona aos papeis sociais dos homens e mulheres, houve um retorno da valorização da imagem da mulher ligada aos afazeres de casa e as

revistas e as propagandas enalteciam esta característica. Como argumenta Cardoso (2000):

> A construção da imagem imbecilizada na década de 1950, não somente através de mídias como cinema e televisão, mas também através do design de artigos voltados especificamente para um consumo muitas vezes frívolo, é um assunto de grande importância no estudo da história do design (CARDOSO, 2000, p.148).

Neste período retratado por Cardoso (2000), o objetivo era tornar atraentes as tarefas do lar, e as imagens propagadas na mídia dos produtos mostravam, geralmente, a mulher realizando o serviço doméstico expressando contentamento, estando bem vestida, num ato prazeroso que não dispendia muito tempo, como se os objetos tivessem vida própria e fosse mais econômico, uma vez que não precisaria pagar uma 'criada' (figura 3).

Fig.3- Anúncio da Arno
Fonte: CARDOSO, R. 2000
Uma introdução à história do design, 2000

Fig. 4- Anúncio da marca de moda Diesel.
Capturado em: www.valeriabrandini.blogspot.com

Paradoxalmente como apresenta a figura 4, no caso específico da publicidade da *Diesel* na década de 2000, as relações de poder são praticadas pela figura feminina, exercendo dominação sobre os homens, no entanto este anúncio reforça a batalha travada entre os gêneros partindo do mesmo principio que a mantém.

A preferência por certas cores, texturas, formas, tamanho, materiais, entre outros pode ser diferenciada entre os gêneros. Atualmente observa-se que a representação do que "seja feminino e masculino" não é vista da mesma forma em gerações diferentes e também em culturas diferentes, além do reconhecimento de novas formas de agrupamento, que não tem relação com idade, sexo ou etnia e sim com a ideologia que as unem e criam uma coletividade.

As imagens apresentadas nesta pesquisa sobre o design de alguns produtos e a relação entre os gêneros descritas anteriormente têm o objetivo de identificar como se estabelece a representaçao dos gêneros nos artefatos de design. No entanto, os aspectos simbólicos e comunicacionais que indicam feminilidade e masculinidade requerem pesquisas mais aprofundadas a respeito, como também uma investigação mais precisa de como estão sendo representados esses valores na sociedade, já que estão em constante modificação. Para o designer, é necessário perceber estas características para se obter um produto adequado a determinado público. No entanto, muitos valores estão impregnados na cultura de tal forma que no próprio fazer metodológico do design, o designer, mesmo inconscientemente, reproduz valores ditos 'patriarcalistas' representados nos

artefatos, apresentando produtos esteriotipados, que muitas vezes não apresentam aceitação, especialmente do publico feminino. Bomfim (1997) observa que "a visão do designer sobre a figura do artefato que cria é distinta daquela que o usuário terá". Assim a relevância do conhecimento da cultura e especificamente da própria natureza do gênero, com o apoio das ciências sociais e humanas, para a própria compreensão das reais necessidades do consumidor. Sendo uma das premissas que rege o projeto de design, a busca pela necessidade, questões referentes a gênero deveria ser mais observadas, evitando-se assim produtos sem funcionalidade, já que uma das funções dos produtos é a estético-simbólica na qual se inserem aspectos culturais e sociais.

O tópico a seguir apresentará conceitos na relação comunicacional dos produtos e os usuários, especialmente o produto voltado para moda, campo de pesquisa da presente dissertação.

2.2 Comunicação e Semiótica

A teoria da comunicação advém dos estudos de Aristóteles seguindo alguns elementos: a pessoa que fala, o discurso e a audiência. O modelo de Shannon-Weaver (1949) obteve êxito entre os teóricos acadêmicos propondo, segundo eles, "os ingredientes da comunicação" baseiam-se em: fonte, o transmissor, o sinal, o receptor e o destinatário (BERLO, 1982).

Berlo (1999) propõe os elementos de um modelo do processo de comunicação: a fonte, o codificador, a mensagem, o canal, o decodificador e o receptor. Os estudos de semiótica como o da comunicação é relativamente novo em termos científicos e surgiu da necessidade de compreender a relação da cultura e as linguagens.

O modelo da comunicação, a partir das mensagens visuais segundo o fluxo emissor-receptor, norteia algumas ideias e vários conceitos se firmaram para a definição do processo de comunicação, entre os quais o diálogo, o consenso, a congruência e a intencionalidade (SANTAELLA, 2004). O diálogo, a interação entre

o emissor e receptor, o consenso seria no aspecto relacional quanto ao ponto de vista do conteúdo, e congruência é o entendimento mútuo.

Santaella (2004) discute o caráter inter, multi e transdisciplinar na relação da semiótica e comunicação e afirma:

> (...) defender a transdisciplinaridade da comunicação é também evidenciar que a relação que a comunicação entretém com a semiótica refere-se apenas a uma das possíveis facetas da comunicação, do mesmo modo que a face comunicacional é apenas uma entre outras facetas da semiótica (SANTAELLA, 2004, p.26).

As transformações na sociedade com o avanço tecnológico e a modernização do sistema informacional foi uma das razões para o *boom* da comunicação e da semiótica como campo do conhecimento cientifico em construção, conforme teoriza Santaella (2004).

Berlo (1982) enfatiza a necessidade de se analisarem as habilidades comunicadoras da fonte e do receptor, abrangendo atitudes, níveis de conhecimento, seus papeis em múltiplos sistemas sociais, e o contexto cultural para que sejam verificados os comportamentos comunicacionais.

A semiótica é um dos caminhos a se compreender os significados culturais para a compreensão da comunicação em determinados contextos.

Há diversas definições para a semiótica. Para tanto, é necessário um conhecimento mais apurado para compreender o campo, logo, existem várias escolas e diferenças no foco de pesquisa. De forma consensual, a semiótica se trata da teoria dos signos, embora existam concepções diferentes de signos.

Uma das teorias de representatividade é a de Saussure, batizada por ele de semiologia, estando mais relacionada ao signo lingüístico “trata-se de uma concepção diádica da relação existente entre um significante, imagem acústica, e um significado, conceito” (SANTAELLA, 2004, p.78).

No modelo de Saussure o interpretante não é contemplado. Já a concepção tríadica de Peirce "inclui três teorias: a da significação, a objetivação e a interpretação, ou seja, da relação do signo em sua natureza, da relação do fundamento com o objeto, aquilo que o signo representa em seu contexto e da relação do fundamento com o interpretante, os efeitos sobre o intérprete" (SANTAELLA, 2002).

Santaella (2002) relata que segundo Peirce existem três níveis de interpretante: o imediato se refere ao interpretante interno ao signo, inerente ao signo, do potencial interpretativo do signo, ou seja, de sua interpretabilidade ainda no nível abstrato. O segundo nível se refere ao efeito que o signo produz em um intérprete, sendo a dimensão psicológica do interpretante que, por sua vez, subdivide-se em três níveis: interpretante emocional, energético e lógico. Sendo "o emocional uma simples qualidade de sentimento"; o energético exige uma ação física ou mental, e o lógico, uma regra interpretativa internalizada pelo intérprete.

Observando este contexto sobre o interpretante, Santaella (2002) ratifica que a relação com o interpretante é essencial para se estabelecer uma completa ação com o signo. A presente pesquisa está pautada nas identidades de gênero e na linguagem visual dos produtos de moda e, neste caso, algumas peças do vestuário já têm internalizadas culturalmente seus códigos para se levar a crer que determinada peça de roupa constitui ao universo feminino ou masculino, com suas características de feminilidade e masculinidade reproduzidas pela sociedade.

O processo comunicativo inclui pelo menos três faces: "a significação ou representação, a referência e a interpretação das mensagens" (SANTAELLA, 2002, p. 59).

O objeto de estudo trata de analisar as características de feminilidade nas capas de revistas de moda, cuja representação e estilos de vida propostos influenciam a identidade de gênero, tendo como *corpus* analítico a revista *Manequim*. Na face de significação, primeiramente explorará as qualidades de suas propriedades internas (linguagem visual, as cores, as formas, volumes, movimento e luz) no

vestuário. No segundo aspecto analisará a mensagem do mesmo de acordo com o contexto de feminilidade e o terceiro aspecto o que a mensagem tem de geral, convencional, cultural.

No que concerne à referência, "a anàlise semiótica permite compreender aquilo que as mensagens indicam, aquilo que referem ou aplicam" (SANTAELLA, 2002), o poder denotativo das mensagens e a sua representação de feminilidade compartilhada culturalmente no vestuário vistos na analise da pesquisa. A face de interpretação estaria relacionada aos efeitos no receptor: emocionais, reativos e mentais. Na presente pesquisa, o pesquisador (especialista) se localiza no nível do interpretante.

De acordo com os três pontos de vista semióticos, os qualitativo-icônicos, que analisam os "aspectos qualitativos de um produto" (SANTAELLA, 2002), a linguagem visual (cores, linhas, volume, dimensão, textura, luminosidade, composição, forma, etc) foram analisados nos vestuários contidos nas capas da revista *Manequim*, aos quais indicariam as qualidades abstratas: feminilidade, fragilidade, leveza, elegância, delicadeza, etc. O ponto de vista singular-indicativo "o produto, peça ou imagem é analisado como algo que existe em um espaço e tempo determinados", ou seja, estaria associado com os indicativos da mulher a que se destina. O ponto de vista convencional simbólico, relaciona a representação do produto, a considerar os significados e os valores que a imagem carrega, no caso especifico as identidades de gênero.

Nesta perspectiva, pode-se afirmar a relação do contexto sócio-cultural e os códigos visuais através da imagem e sua representação. Sobre a representação dos códigos visuais, Joly (2002) desenvolve análises de imagens através das teorias propostas e afirma que:

> se essas representações são compreendidas por outras pessoas além das que as fabricam, é porque existe entre elas um mínimo de convenção sociocultural, em outras palavras, elas devem boa parcela de sua significação a seu aspecto de símbolo, segundo a definição de Peirce. A teoria da semiótica permite-nos captar não apenas a complexidade, mas também a força da comunicação pela imagem, apontando-nos essa circulação da imagem entre

> *semelhança, traço* e *convenção*, isto é, entre *ícone, índice* e *símbolo* (1996, p. 40).

Segundo Peirce (JOLY, 1996, p. 33), "o signo mantém uma relação solidária entre pelo menos três pólos: a face perceptível do signo, '*representamen'*, ou significante; o que ele representa, o 'objeto' ou referente, e o que significa, 'interpretante' ou significado".

A perspectiva teórica da comunicação e semiótica guiou a pesquisa, já que a análise realizada verifica a hipótese, observar as linguagens visuais que indica as características de feminilidade proposta pela revista *Manequim*, sendo imprescindível a compreensão do sistema de signo e a relação com a percepção e interpretação no presente estudo.

2.2.1 Moda, corpo e comunicação

A identidade dos indivíduos perpassa conceitos em torno da subjetividade. Através do corpo, os indivíduos apresentam e representam as suas relações sociais e comunicam sua identidade. "O corpo não é um mero veículo ou suporte da roupa, ele é um também dos constituintes " (OLIVEIRA *apud* CASTILHO, 2004, p. 12).

Na contemporaneidade o vestuário é uma das formas de apresentação no mundo e que se observa mais nitidamente a construção da identidade. Diana Crane (2006, p.22), ao descrever o papel social da moda, afirma que "as roupas, como artefatos, 'criam' comportamentos por sua capacidade de impor identidades sociais e permitir que as pessoas afirmem identidades sociais latentes".

Ao estudar a cultura material, um dos artefatos que coloca em questão as relações sociais no sistema simbólico no qual se insere a cultura é o vestuário. Através do vestuário, podem-se observar os diferentes tipos de sociedade e as relações que se estabelecem entre os indivíduos.

Segundo Castilho (2004, p.09), “a roupa desenha o corpo assim como o corpo é desenhado pela roupa”. As identidades sociais a partir da corporeidade são estabelecidas com uma variedade de discursos dependendo do contexto ao qual a cultura está inserida e os aspectos relacionados à subjetividade.

As experimentações com o corpo, especificamente com o vestuário, comunicam e presentificam este sujeito. A moda, através de seu sistema simbólico, estabelece e propõe estilos de vida e um jogo de aparências que rege a sociedade. O indivíduo a partir do seu corpo comunica e apresenta um discurso de como quer ser visto na sociedade através de sua roupa.

Ainda segundo Castilho (2004, p. 21), “no embricamento das duas linguagens, moda e corpo concretizam subjetividades, marcam posições sociais, exploram e orientam opções sexuais, acordam ou polemizam com as instituições políticas ou ideologias”.

A roupa por si só não comunica. Deve haver um corpo que a contém, e neste corpo existe um sujeito que dá significado a ele e, conseqüentemente, à roupa. Os significados dados ao corpo e à roupa estabelecem uma relação de pertencimento, uma comunicação com outros sujeitos sociais.

As relações de pertencimento são teorizadas por Castilho (2004) entre o ser e o parecer, o primeiro estaria representado pelo corpo natural/biológico e o parecer, por sua vez, pela apropriação e transformação do corpo biológico através do vestuário.

É esta relação corpo e moda que Castilho (2004) conceitua como plástica da moda, a fim de compreender o significado das roupas a partir da plástica do corpo, ou seja, seguindo princípios culturais relacionado à sexualidade. “A moda é uma linguagem que plasma ou modela o corpo humano por intermédio da apropriação do corpo biológico do sujeito, promovendo nele as conseqüentes transformações” (CASTILHO, 2004, p. 89).

Na plástica da moda, há uma linguagem não verbal que é estabelecida a partir dos seguintes elementos: linhas, formas, cores, proporções e volumes, os gestos, atitudes etc., que em conjunto expressam e significam de acordo com determinado contexto.

As relações de gênero, uma das formas mais diretas de significação do vestuário, são contraditórias e complexas. Barnard (2003) explica a analogia moda, vestuário e gênero compreendendo a roupa como uma segunda pele que está em contato com o corpo e às identidades sexuais e de gênero.

Vistas as complexas teorias e conceitos ao redor de sexo e gênero, Barnard (2003) compreende que a distinção sexo/gênero é útil, na medida em que sexo pode ser descrito como um fenômeno natural ou diferenças biológicas e fisiológicas e gênero pode ser descrito como um fenômeno cultural.

Assim, o corpo anatômico e cultural através da moda, materializa idéias, conceitos e constrói uma série de significados. A roupa sendo a forma primeira de significar junto ao corpo estabelece uma seqüência de significados estabelecidos num corpo social. Os sentidos do vestuário que em épocas passadas eram teorizadas como proteção, pudor, classe e status, na contemporaneidade ganha novos significados, dada a complexa dimensão estabelecida entre os indivíduos.

As mensagens e discursos enviados a partir da linguagem das roupas são compreendidos em determinada época e contexto e são transformadas. No entanto, há mensagens tradicionais que se mantêm ainda na contemporaneidade.

O quadro 1 a seguir construído por Jones (2004 p. 35) apresenta algumas mensagens tradicionais transmitidas pelo vestuário no século XX:

Masculinidade	calça, gravata, ombros largos, tecidos pesado ou rústicosr, roupas para atividades ao ar livre
Feminilidade	saia, decotes, cinturas marcada , tecidos delicados
Maturidade sexual	roupas justas, tecidos transparentes ou com brilho, salto alto
Imaturidade	roupas desestruturadas e soltas, jeans, modelagens ou estampas infantis, cores vivas, sapatos baixos
Dominação	uniformes, tecidos desconfortáveis, ombros salientes, cor preta, couro, apliques de metal, chapéus largos e acessórios
Sumissão	Tecidos poucos práticos, babados, cores claras, sapatos decorados.
Inteligência	óculos de leitura, meia-calça preta, cores escuras, pastas de documentos
Conformismo	roupas insípidas, peças de cadeias de lojas, vincos bem passados, cores discretas
Rebeldia	vestuário e cortes de cabelos extravagantes, tatuagens, sapatos esquisitos, piercings
Ocupação	uniformes, ternos, roupas com acessórios de trabalho
Origem	indicada por roupas da cidade ou do campo e vestimentas regionais
Riqueza	jóias, roupas novas e limpas, caimento perfeito, etiquetas famosas, cores berrantes, roupas de pele, perfume
Saúde	roupas e marcas de moda esportiva ou casual, silhueta esguia, tênis, cortes que revelam o corpo
Idade	apego a estilos do passado, acessórios antigos,modelagem seria

Quadro I- Algumas mensagens tradicionais transmitidas pelas roupas . (JONES, 2004)

Ao teorizar sobre a relação da roupa com o corpo Sant'Anna (2009, p.76) afirma:

> As roupas funcionam como signos e carregam em si uma série de significados atrelados à beleza, à juventude, à feminilidade ou masculinidade, à riqueza e distinção social ou à marginalidade, à alegria ou tristeza etc., imprimem ao seu portador uma escolha diária de posicionamento no conjunto maior das teias de significados composto como cultura.

O vestuário através de sua linguagem não verbal, quando a moda surgiu na esfera social (LIPOVETSKY, 1989), assinala a diferença entre os sexos, que segundo Hollander (1996) o vestuário masculino e feminino considerado em conjunto ilustra como transformações no vestuário feminino tiveram influência do guarda roupa masculino e vice-versa.

Castilho fala sobre a relação da plástica da roupa e do corpo de forma a associar a sexualidade, e conclui:

> Podemos entender que o corpo seduz revelando seu corpo nu, ao mesmo tempo em que o vela (...) o sujeito seduz também pelo contrário, velando seu corpo, por meio de trajes pertinentes à moda, que ocultam certas partes e regiões do corpo e evidenciam outras...a tentação, por sua vez, manifesta-se por meio do corpo não-velado, ou seja, por existir nesse caso uma total aceitação e conformidade entre as plásticas do corpo e as da moda, que estariam despertando no "outro" o sentido de provocação e, ainda como manifestação da tentação, temos o corpo não-revelado, onde encontramos a negação da plasticidade do corpo pela alteração das formas criadas pela moda (2004, p. 109).

O corpo, a roupa e a moda são interdependentes. Deve haver uma relação direta entre eles, já que é a partir do corpo, com sua linguagem, verbal e não verbal, que os sujeitos se relacionam, indicam status, individualidade, gênero entre outros. A moda está relacionada aos gostos, preferências, estilos, fantasia cuja materialização se faz presente através do vestuário entre outros artefatos em torno dos indivíduos.

Diante desta perspectiva, a aceitação da plástica da moda pelo corpo em suas diversas formas gera significados associados à sexualidade, e, por conseguinte, a subjetividade associada aos conceitos de feminilidade ou masculinidade.

Para Hollander (1996), a sexualidade tornou-se o motor expressivo fundamental do capricho e das transformações no vestuário. E sendo uma das primeiras formas de significar, a sexualidade ganhou notoriedade de acordo com a fantasia individual e coletiva passando a governar a vida de cada pessoa. "Ela não apenas define as diferenças entre corpos vestidos do homem e da mulher, mas também descreve uma relação sexual que tem uma vida temporal em mutação" (HOLLANDER,1996, p. 241).

Averiguar as mudanças do vestuário é uma das maneiras de se observar a mutabilidade da moda em se tratando das relações de gênero, nas quais as feminilidades e masculinidades propostas, embora lentamente, estão se modificando.

Portanto, a partir da perspectiva de Castilho (2004) sobre o corpo e seus efeitos de sentido, procura-se imprimir e focar o objetivo da pesquisa, em encontrar as características de feminilidade a partir das capas da revista *Manequim*, sendo um dos caminhos possíveis para compreender o sistema simbólico que envolve as sociedades em dado tempo e espaço.

O tópico seguinte refere-se ao consumo dentro deste processo de significação gerado pela moda à subjetividade.

2.2.2 Moda, consumo e identidade de gênero

Com as mudanças na sociedade pós-industrial, o próprio perfil do consumidor na compra compulsória de bens materiais esboça uma das questões centrais ao redor do consumo. Sendo definido por Campbell (2001) sob o modelo hedonista, em que o autor tenta compreender as razões que desencadeiam o desejo por consumir, e conclui que o desejo incita o devaneio, criando uma necessidade por desejar algo,

numa busca incessante que gera uma insatisfação que não é suprida e sim transposta, na procura da satisfação pelo consumo de novos produtos, numa tensão entre sonho e realidade.

De um lado, as teorias hedonistas, ou seja, o consumo como fantasia e forma de escape e por outro, teorias que atentam para a tensão social, status e processos identitários. Neste modelo do consumo a apropriação dos bens é vista como norteadora das identidades sociais.

Segundo Slater (2002, p. 38) "a cultura de consumo trata basicamente em torno de negociação de status e identidade – a prática e a comunicação da posição social- nessas circunstâncias.

O consumo e sua inter-relação com os sujeitos e seus bens indicam status, poder e comportamento e participam de seu reconhecimento identitário num conjunto social. Douglas & Isherwood (2006) propõe que todos os bens são portadores de significado, mas não o é por si próprio, existe uma coletividade que dá sentido a estas mensagens, conseqüentemente, os bens informam.

Ao adquirir alguns produtos, se estabelece uma relação de pertencimento. Pertencer à determinada cultura, a determinado gênero, status e poder, formando modelos de comportamento e estilos de vida. Miller (1997) descreve o ato de consumir como uma apropriação, na qual os indivíduos estabelecem suas escolhas e assim vai adquirindo uma identidade própria. O consumo para o ele não só exprime relações, mas também se torna uma forma primária através da qual a nossa própria compreensão do que significa ser feminino ou masculino é criada. Por exemplo, existem bens culturalmente associados ao homem e a mulher, estabelecendo até certo ponto, um limite de propriedade de consumo entre os gêneros, ou seja, objetos que são utilizados pelas mulheres e não o são pelos homens.

Ao perpassar sobre algumas teorias do consumo, bem como sobre as questões de necessidade e pertencimento que é atribuído à constituição das identidades, o consumo de objetos de moda ganha notoriedade na atual pesquisa. Através da moda, e do vestuário, como uma segunda pele, ou seja, um artefato que

estabelece uma relação próxima ao corpo, os indivíduos se apresentam à sociedade.

Ao longo da história da moda, esta tênue divisão entre os gêneros foi demarcada como característica de cada vestuário no tempo e espaço. Então, o vestuário, como a extensão do eu se apresenta como mais uma forma de distinção entre os gêneros, com características peculiares entre ambos. Portanto, vale ressaltar o caráter simbólico que envolve cada cultura em relação ao vestuário e o jogo das aparências, como afirma Wilson (1985) "a moda tem a obsessão entre os gêneros".

Nacif (2007) descreve que o vestuário tem ao mesmo tempo uma carga simbólica e instrumental. Na prática significante, o vestuário estaria próximo a linguagem e a arte e como objeto, faria parte de um conjunto de instrumentos no qual os indivíduos interferem no ambiente natural e no domínio da cultura material.

A apropriação de bens estabelece um sistema de mensagens no contexto sócio-cultural ao qual o indivíduo está inserido. Os objetos consequentemente constituem traços da identidade das pessoas.

Barnard (2003, p.52) descreve que "para se compreender moda e indumentária[3] como comunicação não basta entender comunicação como mero envio de mensagens". As mensagens lançados através da roupa apresentam uma intencionalidade de comunicar algo, seja sua personalidade, estilo de vida, status ou gênero. No entanto, várias questões são colocadas, em que a reação do receptor pode ser diferente da intenção do emissor da mensagem, portanto, haverá uma influência mútua entre o emissor e o receptor, algum significado haverá através daquela peça do vestuário, seja aceitação ou rejeição.

Se considerarmos a teoria que rege o processo comunicativo no modelo emissor-mensagem-receptor, em moda, o modelo comunicacional, embora seja um sistema de envio e recebimento de mensagens, reflete outros paradigmas em se tratando de valores individuais bem como coletivos, em que existe uma interação social.

A moda é vista como um fenômeno cultural em que o consumo é compreendido e posto em questão. O sistema de moda alimenta este ciclo de reconstrução

[3] Indumentária é um conjunto de roupas, calçados e acessórios usados pelos diversos povos nos diferentes momentos da história da humanidade. (SABINO, 2007, p.340)

contínua da moda na sua lógica social, econômica e cultural. De acordo com Featherstone (1995) "no âmbito da cultura de consumo, o indivíduo moderno tem consciência de que se comunica não apenas por meio de suas roupas, mas também de sua casa, mobiliários, decoração, carro e outras atividades, que serão interpretadas e classificadas em termos da presença ou falta de gosto".

Segundo Castilho e Martins (2005, p.32) "moda teria significado muito próximo à construção da identidade subjetiva e individual do sujeito e estaria presente a partir do momento em que se começa a obedecer a mudanças cíclicas e estilísticas propagadas e aceitas socialmente".

Para Mesquita (2004) com o surgimento da moda e a diferenciação dos trajes masculinos e femininos, que até a idade média se assemelhavam, a aparência "sexualizou-se" e a roupa tornou-se um objeto de sedução, passando para uma esfera mais individual.

Embora haja algumas mudanças de olhar sobre o gênero, ainda existe a nítida divisão da moda para mulheres e para homens em termos de roupas associadas a ambos os gêneros. Castilho (2004, p.112) ratifica "que os papéis sexuais 'masculino' e 'feminino' refletem os papeis sociais exercidos pela figura do homem e da mulher em determinado grupo, estando inseridos em contextos diferenciados de acordo com as versões sobre as funções do masculino e feminino perante a sociedade em questão".

Neste contexto referente às identidades de gênero, foi possível observar algumas transformações no vestuário feminino e masculino, dada às modificações na sociedade. A vestimenta masculina, durante séculos, sempre foi tão adornada quanto à feminina. O número de babados e de joias usadas pelos homens eram símbolos de status e definição da classe social ao qual este pertencia. Esse comportamento só passou a ser abandonado após a Revolução Francesa, quando o homem abdicou do glamour em seus trajes e deixou para as mulheres ao seu redor o papel da ornamentação como símbolo de status.

Segundo Souza (1987, p.80)

> O homem só se desinteressou da vestimenta quando esta, devido à mudança profunda no curso da história, deixou de ter importância excessiva na competição de social. A Revolução Francesa, consagrando a passagem de uma sociedade estamental a uma sociedade de classes, e estabelecendo a igualdade política entre os homens, fez com que as distinções não se expressassem mais pelos sinais exteriores da roupa, mas através das qualidades pessoais de cada um.

O vestuário feminino também se transformou no decorrer da história da moda, uma vez que as mulheres até o século XIX estavam aprisionadas aos espartilhos como forma de pertencimento a atributos de feminilidade da época vigente. Em pleno século XXI, com os movimentos culturais e sociais, a revolução sexual e lutas feministas, a prática das atividades ao ar livre, os esportes, entre outros, o vestuário feminino é apresentado como forma de individualização com base nos papéis que a mulher representa na sociedade contemporânea, mesmo seguindo uma lógica de características de feminilidade herdada em tempos anteriores.

No entanto, tendo em vista a dicotomia homem-mulher, ainda nos dias atuais, estabelecem papéis sociais distintos.

Diana Crane (2006) cita Fred Davis (1992) na afirmação:

> as roupas da moda são bastante significativas para os consumidores porque expressam as ambivalências que cercam as identidades sociais, tais como "juventude *versus* idade, masculinidade *versus* feminilidade, androginia *versus* singularidade (...) trabalho *versus* diversão (...) conformismo *versus* rebeldia" (CRANE, 2006, p.43).

As mudanças no vestuário refletem as condições da sociedade na própria lógica da dinâmica cultural, em continua transformação.

Identificando a passagem do século XIX para o XX, observa-se uma mudança no comportamento dos indivíduos, considerando as mudanças sócias econômicas decorridas da industrialização. O efeito "*trickle down*" não mais justificava as profundas modificações da moda. Como afirma MacCraken (2003) o século XIX viu também o surgimento de novos "estilos de vida de consumo" e novos padrões de interação entre pessoas e objetos, inovações técnicas de marketing para dar valor aos produtos, como o emprego de novas estéticas e de motivos culturais e sexuais.

Ao relacionar a moda e as transformações sociais, é pertinente compreender este indivíduo moderno que consome produtos para satisfazer suas necessidades.

A seguir serão abordadas algumas teorias em torno do consumo de moda alimentado pela publicidade no que se refere aos estilos de vida e aos comportamentos que norteiam as identidades sociais. A influência da mídia na constituição da identidade feminina é vista em algumas pesquisas na atualidade e, especificamente o poder da publicidade na reprodução e quebra de valores pertinentes a ambos os gêneros.

O debate sobre consumo, moda e identidade questiona se existe a passividade do consumidor diante das mercadorias, especialmente em se tratando do consumidor feminino, ao qual a moda está associada diretamente, segundo Lipovetsky (1989).

Este panorama propõe-se algumas destas teorizações sobre a temática, apresentando especificamente o estudo de gênero e o comportamento do consumidor feminino no contexto global. Que características de feminilidade e masculinidade estão sendo elucidadas pelas capas da revistas de moda? Estes questionamentos farão parte da presente pesquisa, numa relação que envolve a feminilidade proposta pelas capas das revistas abordadas.

2.2.3 O sistema da moda

O sistema da moda é um sistema onde há trocas simbólicas, estabelecendo uma comunicação e transmissão de significados verificados não apenas no vestuário, mas em todos os bens materiais cuja característica segue à freqüente troca de informações e significados através das possíveis conexões e exploração das imagens.

A moda de natureza efêmera (LIPOVETSKY, 1989) é parte do cotidiano dos indivíduos, a mercê da busca constante da novidade. O motor da moda apoiada na efemeridade, na individualidade e nos estilos é um dos aspectos relevantes para as mudanças no sistema da moda, e está conectada a curta duração das coleções,

ao efeito passageiro da moda, as diversas escolhas que os sujeitos fazem no dia a dia.

Mesquita (2004) aponta que para se compreender o sistema da moda é necessário compreender a lógica do efêmero, sendo, o vestuário, o campo que traduziu mais variações estéticas.

Para Solomon (2002) *apud* Garcia e Miranda (2002) o sistema da moda consiste em pessoas e organizações envolvidas na criação de significados simbólicos e suas respectivas transferências para os produtos culturais.

A difusão da moda é outra lógica do sistema da moda, em que os desfiles de moda da Alta-Costura e Prêt-à-Porter apresentam propostas de estilos e novas tecnologias, para posteriormente serem filtrados pela cultura da mídia.

No entanto, pode-ser perceber já no final da década de 1970, que após os movimentos de contra cultura, e as transformações de âmbito econômico, os ditames da moda passou a ser a rua, e a partir deste cenário urbano, novas formas de expressão foram propagadas, invertendo a concepção do sistema da moda.

O acelerado avanço tecnológico transformou as relações sociais, em que as pessoas buscam significados para o mundo ao qual rodeiam. A publicidade, o cinema, a televisão internet aceleraram o processo de obsolescência da moda, como teoriza Lipovetsky (1989, p. 242) que "a existência da mídia tornou todas as imagens efêmeras mais palpáveis, reais e muito mais importantes".

O sistema da moda, em que a publicidade toma frente para torná-lo dinâmico e sedutor, constitui um dos fatores que contribuem para a maneira de ver o mundo dos sujeitos sociais. Para Lipovetsky (1989) a publicidade é uma comunicação da moda. A verdade é que a persuasão e sedução do fenômeno moda é o convencimento da publicidade aplicada nas mensagens nas mídias. A marca de moda necessita da publicidade para expressar seu conceito, divulgar seu estilo, sua visão.

A multiplicidade de estilos propostos pelo sistema da moda é mais um fator significativo na atualidade. Mesquita (2004, p. 50) acrescenta que a simultaneidade e a desmaterialização- tudo ao mesmo tempo, há uma

"democratização" da informação, onde as marcas de moda e o marketing simulam um cenário e a vida passa a ser espetacularizada como mercadoria e vendida como espetáculo de um show.

Observando o ciclo da moda, conforme proposto por Jones (2004), ver quadro II verifica-se que o tempo em que os produtos são lançados no mercado e se tornam obsoletos é muito curto. A velocidade das informações faz com que o desejo de consumir novidades caracterize a sociedade contemporânea.

Os padrões de beleza e modelos de estilos de vida são apresentados pelas mídias dia após dia. E tomados pelas novas possibilidades que a tecnologia proporcionou, muitas vezes não é questionado o que é "real" e o que é "ilusão".

Quadro II- Ciclo de moda: Da aceitação à obsolescência. In Fashion Design, Sue Jones (2004).

As imagens trazidas no cinema, nas novelas, na fotografia, na publicidade... apresentam não apenas uma imagem como uma representação do "real" e sim uma expressão de atitudes, gestos, uma linguagem visual atrelada a ela, verbal e não-verbal.

Segundo Barnard (2003) "a função da fotografia de moda, ao reforçar esses papéis da relação de gênero, não deve ser desprezada. A fotografia de moda é indubitavelmente um importante supridor de imagens, e uma das mídias mais poderosas, em se tratando de criar e comunicar imagens de homens e mulheres. Juntamente com os filmes de Hollywood, ela oferece muitas imagens de maneiras diferentes de movimentar-se, de executar várias ações, de vestir diversas roupas, e assim por diante".

Exemplificando sobre as imagens nas mídias e a identidade de gênero, Castilho e Martins (2005, p.32) afirmam que "a sociedade contemporânea, que tanto privilegia a imagem, a forma, os adornos e trajes como sistemas de significação, de caráter simbólico, é quem faz com que tipos de trajes e objetos readquiram uma grande importância".

O sistema da moda possibilitou a espetacularização da vida cotidiana, tendo em vista a lógica das aparências. Os meios de comunicação, através da mídia, tornaram a imagem imprescindível e determinante na cultura.

As revistas Manequim, corpus analítico desta pesquisa, estão presentes no ciclo de moda proposto por Jones (2004), por ser uma revista de moda cujos modelos propostos são vistos na TV e posteriormente mostrados na revista. Ou seja, após sairem as tendências de moda, com a infinidade de escolhas, alguns estilistas ou designers brasileiros filtram as ideias e as adaptam a realidade brasileira, com peças que vão posteriormente para a televisão, cujo a novela é grande meio de difusão da moda no Brasil é a novela.

Algumas revistas de moda, sendo uma forma de mídia conforme mostrarão os tópicos a seguir, se enquadram neste ciclo da moda lançando tendências que foram tiradas dos grandes desfiles de moda: do prêt- à - porter e o da alta costura.

2.3 Cultura das mídias

Conceituar cultura das mídias requer um conceito sobre cultura. Há muitas teorias de acordo com pontos de vista específicos. Na concepção antropológica, Laraia (2001) apresenta alguns teóricos. O desenvolvimento destes conceitos mostra que existem definições de acordo com a dinâmica que envolve a cultura. Dada esta complexidade são apresentadas as definições de Clifford Geertz e David Schneider. Para *Geertz* apud Laraia, a cultura deve ser considerada não um complexo de comportamentos concretos, mas um conjunto de mecanismos de controle, planos, receitas, regras, para governar o comportamento. Já Schneider afirma que cultura é um sistema de símbolos e significados e compreende categorias ou unidades e regras sobre relações e modos de comportamento (LARAIA, 2001).

Os conceitos descritos em ambos os autores apontam que a cultura se baseia num sistema simbólico no qual a sociedade funciona e a humanidade vive e transforma, sendo cercados de objetos, símbolos e linguagens.

O homem é o cerne deste sistema simbólico que envolve a cultura, portanto as mudanças no comportamento, hábitos, mudanças econômicas e sociais, proporciona essa dinamicidade característica da cultura, onde o homem é influenciado pelo meio cultural e a cultura é modificada por ele dia a dia.

Santaella (2003a) apresenta uma definição semioticista de cultura baseado na sua relação com a comunicação, ou seja, o funcionamento da cultura como inseparável da comunicação. Por Santaella (2003a):

> Isto porque a semiótica percebe os processos comunicativos das mídias também como atividade e processos culturais que criam seus próprios sistemas modulares secundários, gerando códigos

> específicos e signos de estatutos semióticos peculiares, além de produzirem efeitos de percepção, processos de recepção e comportamentos sociais que também lhe são próprios (SANTAELLA, 2003a, p. 29).

Para Santaella (2003a) a comunicação e informação são interdependentes, ao observar que para que uma informação seja transmitida de um emissor a um receptor existe uma comunicação.

Santaella (2003a) esclarece que o termo de cultura das mídias é muitas vezes tachado se referindo à cultura das massas, devido a associação à massa "homogênea" e "vulgar", que muitas vezes é discriminada por alguns pesquisadores. Portanto, cultura das mídias apresenta uma diversidade de veículos de comunicação, com funções específicas, multiplicidade de códigos e processos sígnicos, produzindo efeitos perceptivos diferenciados e específicos, diferentemente da cultura das massas, cuja característica mais destacada é a falta de controle da informação, que escapa ao controle de intencionalidade do ato comunicativo. Santaella (2003a) destaca que:

> Os meios de comunicação de massa são meios de produção que estão sob o poder político de uma minoria economicamente privilegiada, sendo as mensagens produzidas por poucos para serem recebidos por uma massa de consumidores que não participam da escolha das mensagens que lhe são dirigidas (SANTAELLA, 2003a, p. 48).

Outra característica da cultura das mídias, segundo Santaella (2003a), é a mobilidade, onde a mesma informação passa de mídia para mídia, onde existe também a competição entre as mídias por audiência e visibilidade em canais de televisão, revistas, jornais etc. Santaella (2003a) complementa que este caráter competitivo e de mobilidade pode despertar o interesse dos indivíduos/consumidores pela busca da informação mais aprofundada em outros veículos, por exemplo, os livros.

Com os meios de comunicação e o sistema de informação cada vez mais acelerado, a mídia se enraizou em nossa cultura conquistando novos espaços na sociedade contemporânea.

Para Santaella (2003b) cultura das mídias foi nomeada, para abranger fenômenos emergentes e da nova dinâmica cultural e acrescenta que "a cultura das mídias inaugura uma dinâmica que, tecendo-se e se alastrando nas relações das mídias entre si, começava a possibilitar aos seus consumidores a escolha entre produtos simbólicos alternativos" (SANTAELLA, 2003b, p.53).

O termo mídia é empregado por Santaella (2003b, p.53) para "se referir a quaisquer meios de comunicação de massa-impressos, visuais, audiovisuais, publicitários e até mesmo se referir a aparelhos, dispositivos e programas auxiliares da comunicação". A adoção do termo segundo a autora (2003a) inclui as já tradicionais culturas de massas convivendo com as novas mídias, ou seja, mais uma forma de escolha de informação é dada ao usuário.

A acelerada dinamicidade dos meios de comunicação (jornal, revista, rádio, TV) fomentou diversas mudanças na sociedade e nas identidades culturais, principalmente relacionadas à prática do consumo.

A internet 'democratizou' as informações e, após este advento, a sociedade modificou totalmente a visão de mundo. Os estilos de vida estão inseridos na maioria dos contextos da cultura das mídias, seja na internet, nas revistas de moda, na televisão, ou seja, da mesma forma que através dessa difusão acelerada dos meios de comunicação, os indivíduos têm acesso às mesmas informações, podendo haver uma influência na formação das identidades culturais e sociais.

A disseminação de modelos comportamentais através das imagens apregoadas pelo sistema de informação caracterizado pela midiatização é uma reflexão pertinente à pesquisa sob a ótica conceitual do papel do designer, de forma a refletir sobre as novas tecnologias e a relação com os papeis sociais, as identidades de gêneros e o consumo.

Para concluir esta reflexão, com o respaldo nas teorias sobre modernidade e pós-modernidade, cujo sujeito pode exercer diversas identidades, Hall (2000) e Giddens (2002) teorizam que os meios de comunicação impregnam no cotidiano da sociedade uma variedade de informações, seja em outdoors, tv, cinema, publicidade. No entanto, apesar desses eventos desempenharem um papel propagador das possíveis identidades, o sujeito seleciona as suas escolhas, embora

seja influenciado pela sedução que envolve os meios de comunicação e a partir delas partem de um questionamento maior, que seriam as propostas pelos poderes hegemônicos da sociedade.

Ao abrir espaço para a discussão da relação mídia e moda, Crane (2006) relaciona ambas à definição do pós-moderno, onde os códigos do vestuário são entendidos pelos que partilham as mesmas identidades sociais, ou seja, ao que compartilham a mesma forma de ver a sociedade em questão.

Contudo, exemplificando a ação das mídias nas identidades , Schmitz e Bonin (2009) avalia que "a mídia é um espaço onde se estabelece negociações das identidades". As autoras (2009, p. 46) propõem que "as revistas femininas, assim como outros meios de comunicação, ao trabalharem com modelos padronizados de feminilidade e de beleza, contribuem para dar inteligibilidade às exigências do parecer que, à sua maneira, também significam o que é ser mulher em nossa sociedade hoje".

Schmitz e Bonin (2009) fazem um estudo de recepção da revista *Elle*, utilizando entrevistas e fotografias e identificam essa construção de feminilidade já institucionalizada na infância, da mulher bonita, bem vestida e vaidosa, relacionando à figura da mãe. A autora revelam que "os padrões de formas magras e esbeltas são exigências introjetadas na vida das mulheres pesquisadas a partir das relações comunicacionais do cotidiano e também midiáticas e, dessa maneira, passam a operar consciente e inconscientemente nas percepções que têm de si e até mesmo na auto-estima dessas leitoras" (SCHMITZ & BONIN, 2009, p. 50).

As revistas de moda, neste contexto relacionado à cultura de mídia, podem ou não influenciar a formação das identidades de gênero. Para tanto, os estudos de recepção são feitos e observados por diversos autores. Portanto, apesar das escolhas em que os indivíduos fazem sobre comportamentos e hábitos, por exemplo, o que vestir, como agir em determinado fato ou circunstância etc., pode-se traçar o poder da mídia neste sentido, em apresentar os vários direcionamentos a seguir, acompanhando modelos comportamentais hegemônicos ou seguindo propostas que subvertem o sistema vigente, dependendo do contexto e mensagem que as revistas querem passar a determinado grupo social. Portanto,

a aceitação ou não destes modelos é um questionamento recente, que merece novas pesquisas.

2.3.1 A revista feminina

A revista feminina constitui-se um artefato largamente utilizado enquanto objeto de reflexão para a compreensão das representações sociais e relações entre os sujeitos. As revistas de moda entram neste contexto, em se tratando das constituições das identidades através da mensagem visual e/ou textual, direcionadas a este público consumidor.

As revistas femininas, como fazem parte da cultura de mídia, perpetuam mensagens e representam e reinterpretam a vida cotidiana das mulheres em suas publicações através de notícias, de representações visuais, imagens, publicidade, ou ao retratar assuntos pertinentes ao seu dia-a-dia por exemplo.

As revistas de moda apresentam uma identidade com linguagem própria, de acordo com o público-alvo aos qual estão focadas para serem consumidas e exercerem a comunicação. Segundo a Associação Nacional de Editores de Revistas - ANER[4]:

> O mesmo anúncio publicado em revistas diferentes atinge a públicos que possuem perfis diferentes, provocando impactos com resultados diferenciados. A identidade da revista é transferida para a marca, que assume seus valores e automaticamente os expressam para determinadas comunidades na sua linguagem de referência (ANER, 2005).

E ainda acrescenta que "a super segmentação potencializa a simbiose moda-revista, atingindo cada consumidor no seu conjunto específico de valores sociais, psicológicos, emocionais e culturais" (ANER, 2005).

[4] Disponível em www.aner.org.br

Meio século após o advento da tipografia com caracteres móveis de Gutemberg (PORTELA, 2009) as revistas entraram em circulação, assim como jornais e livros, e se popularizaram. As revistas de moda em geral fazem circular discursos relacionados ao universo feminino, envolvendo assuntos referentes ao corpo, saúde, beleza, casa, entre outros. Estes discursos são apresentados num diálogo diário entre fatores culturais estabelecidos e o sujeito através de uma linguagem que incita desejos e procura pela novidade, o motor da moda.

Como apresenta a ANER (2005) sobre o funcionamento da seleção das matérias relacionadas às edições:

> A equipe define um tema e busca no mercado as marcas que estejam sintonizadas com a pauta. Os produtores de moda entram em ação, selecionando as peças que serão expostas no editorial. Para isso, a marca precisa passar pelos critérios de qualidade e diferenciação exigida pela equipe editorial da revista. Isso é realizado de maneira absolutamente independente e autônoma pela Redação, sem a menor interferência dos departamentos comercial e de publicidade. É preciso que a marca ou a coleção tenham relevância para os leitores da revista. (ANER, 2005)

A revista feminina relata aspectos da sociedade como um todo, as de moda, especificamente apresentam modelos de feminilidade e a variação do vestuário num dado espaço e tempo, seguindo a temporalidade estabelecida no sistema da moda. Identificar e pesquisar a difusão deste artefato da cultura material faz-se necessário.

Ainda segundo a ANER (2005), a revista feminina entre as mídias é que apresenta com maior conformidade os detalhes das roupas, porque o leitor perpassa e dedica seu tempo observando os detalhes que lhe interessam, sem preocupação com o tempo, como acontece na TV ou outdoor, em que o tempo é bastante rápido para se observar a própria peça do vestuário. “Por meio da relação íntima, individual e exclusiva que existe entre o leitor e a revista, as publicações tornaram-se o suporte ideal em que essa expressão sociocultural se inspira, se reflete, se referencia, se divulga e se multiplica.”

Marília Scalzo *apud* Gruszynski e Chassot (2006) afirma que a revista é também um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece, um fio

invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir identidade, ou seja, cria identificações, dá sensação de pertencer a um determinado grupo.

Pode-se considerar que as revistas femininas interagem com o leitor, uma vez que no corpo editorial é reservada aos leitores a troca de informações, mostrando de que forma as mensagens são interpretadas pelo leitor.

A publicidade nas revistas apresenta um vínculo que assegura a sustentação da mesma em termos econômicos e tal efeito é considerado nas próprias decisões editoriais e gráficas. É, portanto, um veículo baseado essencialmente, na informação textual, no *design* editorial, no comportamento do público-leitor e na venda de anúncios (GRUSZYNSKI; CHASSOT, 2006).

Cada revista direcionada às mulheres apresenta uma conduta relacionada ao destaque para o estilo da mesma. Por exemplo, as revistas *Claudia*, da editora Abril, e *Marie Claire*, da editora Globo não mostravam apenas noticias relacionadas à beleza e à decoração, mas também reportagens de violência contra mulheres ou outros temas mais ásperos, referentes ao cotidiano das mulheres, lutas e protesto (EDITORA ABRIL, 2000).

O estudo sobre a revista feminina faz-se presente em várias pesquisas. Como foi afirmado anteriormente, cada revista apresenta uma identidade própria e mantém uma relação com o leitor. A seguir segue uma síntese de algumas pesquisas cujo foco está relacionado às revistas femininas e ao cotidiano das mulheres.

A revista *Cruzeiro (*figura 5) foi considerada a revista mais importante do Brasil nos anos de 1930 aos anos de 1950. O sucesso das “Garotas de Alceu” para a moda foi foco de pesquisas relacionadas às suas ilustrações e à feminilidade apresentada pela autora.

Ordones (2007) em sua pesquisa sobre a coluna das “Garotas de Alceu” (figura 6) investigou as representações do cotidiano das mulheres através das ilustrações de Alceu Pena e concluiu que, embora as garotas estavam fora dos padrões tradicionais da sociedade patriarcal, ainda não se constituía o perfil da mulher emancipada completamente, tendo em vista, que este “modelo” de mulher estava à margem dos valores culturalmente aceitos como normal na época, ou seja,

valores que mais a frente poderiam se transformar em novos padrões comportamentais.

Fig. 5 - Capa da revista Cruzeiro, 1940
Fonte: www.carmen.miranda.nom.br

Figura 6-Coluna " As garotas de Alceu"
Fonte: urbanozoide.blogspot.com

Segundo Ordones (2007, p. 113) "A revista *O Cruzeiro, foi* veículo porta-voz das elites e da ideologia dominante, mas defendeu em sua linha editorial uma mulher

que atendesse aos interesses da modernização do país, mas que fosse alienada aos problemas políticos femininos, não ferindo os interesses conservadores."

Sobre as revistas femininas dos anos 50 do século XX, Del Priore (2004, p. 609) verifica que:

> as revistas *Jornal das moças*, *Querida* , *Vida doméstica*, *Você* e as seções da mulher de *O Cruzeiro* traziam imagens femininas e masculinas, o modelo de família- branca, de classe média, nuclear, hierárquica, com papéis definidos – regras de comportamento e opiniões sobre sexualidade, casamento, juventude, trabalho feminino e felicidade conjugal.

Mendonça e Ribeiro (2009) fizeram uma pesquisa analisando dissertações que apresentam como temática estudos de gênero em revistas femininas e conclui que existe uma necessidade de observar este fenômeno, e que, em geral, as revistas difundem visões estereotipadas e apresentam modelos e valores tradicionais de gênero.

Lira (2009), com a dissertação *Como se constrói uma mulher: uma análise do discurso nas revistas brasileiras para adolescentes* investigou as revistas brasileiras voltadas para adolescentes: *Atrevida*, *Capricho*, *Smack*!, *Todateen*, *Atrevidinha*, *Atrevida, Fashion, Loveteen* e *Teen Mania* e reconhece a mídia com o potencial de formação identitária da adolescente. Schmitz e Bonin (2007) com a dissertação *Mulher na moda: recepção e identidade feminina nos editoriais de moda da revista Elle*, investigou o fenômeno de midiatização da moda nessa revista. A autora examina as propostas de feminilidade constituída na relação da revista com a moda, através de estudos de recepção com entrevistas a leitoras a partir dos estudos de gênero, revelando que as mulheres não são vítimas da moda, mas se utilizam da revista como informação e adéquam de acordo com suas preferências, gostos e estilos de vida (MENDONÇA; RIBEIRO, 2009).

A observação sobre o conteúdo da revista está presente em pesquisas relacionadas a vários campos do conhecimento, por possibilitar a análise do discurso da época, não apenas verbal (textos), mas visual (imagens, cores, textura, forma, etc), explorando as informações contidas, como documentação, que possibilitarão não

só a observância histórica, como comportamentos instaurados, uma vez que a revista dialoga com o sujeito para o qual está direcionada.

2.3.2 A revista e o cotidiano: as capas e estilos de vida e comportamento

"As capas da revistas em geral são destinadas a seduzir o leitor à primeira vista, com textos breves, precisos e irresistíveis" (EDITORA ABRIL, 2000).

Nas revistas de moda no Brasil, através das capas, os consumidores são atraídos para o consumo da mesma, e o visual apresentado na capa, principalmente a imagem contida nela, seduz o leitor, utilizando-se dos mais variados recursos, desde fotografias a desenhos entre outros; apresentando uma aparência, seja clássica, tradicional, moderna, jovem, com estilo ou atitude.

Como afirma no livro sobre a *História da Revista no Brasil* da Editora Abril, nas revistas de estilo, a beleza feminina eram frequentemente associadas aos prazeres requintados da vida (EDITORA ABRIL, p. 35).

Ainda conforme o livro citado são identificados alguns aspectos relacionadas às capas no século XX:

- As revistas em geral mostravam em suas capas ilustrações do cotidiano dos indivíduos, os movimentos sociais também ganhavam projeção nas revistas;

- No inicio do século XX, as revistas femininas mantinham o hábito de mostrar as mulheres em poses contemplativas, como a revista *Fru Fru*, em 1931. Porém, em 1914 a revista *Fon-Fon* apresentou uma capa mostrando a bandeira "sufragista", integrante do movimento que defendia o direito ao voto;

- Artistas brasileiros ganharam destaque nos editoriais das revistas com suas ilustrações;

- A partir da década de 1960 a fotografia de moda ganha notoriedade nas capas.

Este panorama apontado acima permite descrever a relevância das revistas e de suas capas para a sociedade em questão. Para tanto, existem vários profissionais que dão uma unidade e personalidade às capas, e em conjunto são responsáveis tanto pela parte textual como a visual das revistas como um todo.

O diretor de arte, o editor, o repórter, o fotógrafo, o designer, entre outros profissionais são responsáveis pela identidade da revista tornando-a coerente e atrativa conforme a proposta de cada revista através dos mais diversos recursos e tecnologias.

O uso da tipografia, do cromatismo, das fotos, a diagramação da revistas são um dos elementos chave para seduzir o leitor. "Revistas mudam e fazem sentido quando se tornam uma fala poética, transcendem o óbvio" (EDITORA ABRIL, 2000).

As abordagens a seguir apresentam aspectos relacionados à história das revistas femininas no Brasil, o que inclui as mudanças no contexto socioeconômico e político.

As revistas passaram a adquirir uma abrangência maior no mercado interno principalmente no decorrer do século XX, segundo a Editora Abril (2000) muitas revistas se 'feminizaram'. Assuntos referentes à vida publica da mulher tornou-se alvo da temática de algumas revistas femininas. A editora Abril (2000, p. 161) expõe a diferença de leitores, em que "na década de 1916 a leitora preocupava-se com o que servir ao senhor do lar e se guiava junto ao fogão, passo a passo sem risco de erro" (2000, p. 161). O panorama já seria outro no jornal da Mulher no pós guerra, em 1946.

Nas informações do livro "*A revista no Brasil*" destaca-se sobre as revistas femininas, em que a revista o *Brasil ilustrado* ajudou a definir outras que viriam adiante, observando fatos corriqueiros das mulheres, em que, muitas costuravam os próprios vestidos em casa. A revista *Claudia* desde 1960 apresentava temas relacionados a sexo, casamento e educação dos filhos.

A Revista Feminina (figura 6) fundada por Virgilina de Sousa Salles trazia assuntos variados, desde culinária, moda, saúde, beleza a poemas e crônicas. Esta revista vendia 20 mil exemplares por mês. Na seção "Vida feminina" informava-se sobre os movimentos das mulheres no mundo, porém era conservadora e sob a ótica

masculina, condenava a agressividade das *sufragettes* inglesas e evitava idéias escandalosas (EDITORA ABRIL, 2000). Havia outras revistas com este mesmo argumento: *A Cigarra* (figura 7), *Jornal das moças,* ambas apresentando estereótipos da mulher indo contra a emancipação.

Fig. 7-*A Revista Feminina*-1914 a 1936
Fonte: http://byvanessajohnsondesign.blogspot.com

Figura 8-Revista *A cigarra* ,1915
Fonte: http://www.arquivoestado.sp.gov.br

Ambas as capas apresentam as versões da mulher estereotipada relacionadas à maternidade ou posição de passividade, como se vê nas figuras 7 e 8.

No entanto, com as mudanças advindas dessas conquistas femininas e a modernização do país houve necessidade de maior visibilidade dos mercados, e a mulher era vista como consumidora em potencial. Surgiu então a revista *Manequim*, em 1959, que ensinava às mulheres a produzir seus próprios modelos ou costurá-lo sob encomenda.

Em seguida, em 1961, foi criada a revista *Claudia*, firmando-se na época como a revista mais importante da mulher brasileira; abordando assuntos polêmicos, como a pílula anticoncepcional, luta pela liberação sexual.

Posteriormente, tantas outras revistas ganharam espaço no cotidiano das mulheres, cada qual com sua linguagem própria ganhando leitores de vários estilos. Em 1973 foi criada *a Nova*, surgiu a versão brasileira da *Vogue e da Elle*. A revista para os jovens fez-se presentes como *a Atrevida, Capricho*, entre outras.

A Editora Abril (2000) argumenta que as revistas femininas contribuíram para fazer com que os jornalista buscasse ouvir o leitor, com pesquisas de mercado e direcionamento da mesma. Esta necessidade de conhecer o público-alvo e suas preferências pode desempenhar caminhos variados, desde mostrar às mulheres o que elas necessitam ver e ouvir, como também influenciar os contextos e comportamentos culturalmente aceitos, estereotipados.

O designer, ao elaborar um conceito e configurar as revistas de moda, deve refletir sobre conhecimento da cultura vigente, e especificamente, das relações entre sexo e gênero, e estar atento a não reproduzir valores hegemônicos, sem a preocupação social.

2.3.3 A revista *Manequim*

A revista *Manequim* surgiu no Brasil no final da década de 50, após o *boom* da cultura de mídia, época propícia para disseminação dos editoriais de moda. Com o

avanço das tecnologias industriais e com o surgimento do prêt-à-porter, a moda tornou-se mais acessível a todos, havendo uma massificação e consolidação das revistas como difusor das informações sobre o vestir através de imagens e modelos a serem reproduzidos e idealizados.

A *Manequim* foi a primeira revista de moda de prestação de serviços para a mulher, criada pela Editora Abril em 1959. Esta revista democratizou as informações referentes à moda trazendo ao consumidor as tendências e estilos, cuja característica fundamental está em traduzir uma moda brasileira para mulheres respeitando o clima, geografia, e principalmente as características corporais da brasileira. Nas edições aproximadamente a partir da década de 1990 já se apresentavam os diferentes tipos de corpo da mulher e os modelos que melhor correspondiam ao mesmo, como apresenta a figura 9 e 10.

Fig 9- Capa da revista Manequim agosto/2009.
Fonte: própria

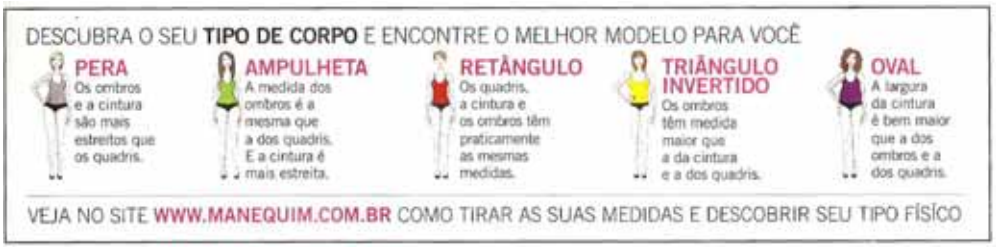


Figura 10-Informação contida na revista Manequim sobre o tipo de corpo
Fonte: Revista Manequim agosto 2009

O site da *Publiabril*[5] (2010) apresenta o perfil da revista com as seguintes tabelas cujas informações foram colhidas em um total de 1.146.000 leitores:

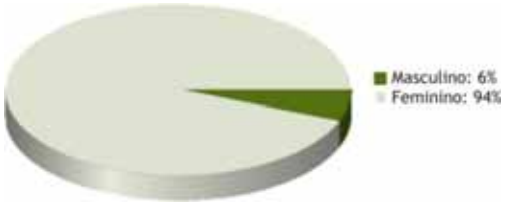


Figura 11-Perfil do consumidor da revista: sexo
Fonte: Publiabril, 2010

Figura 12-Perfil do consumidor da revista: Idade
Fonte: Publiabril, 2010

Figura 13-Perfil do consumidor da revista: Região
Fonte: Publiabril, 2010

Figura 14-Perfil do consumidor da revista: Classe social
Fonte: Publiabril, 2010

[5] Publiabril é um site da editora abril que disponibiliza quantitativamente as pesquisas realizadas pela editora nas demais revistas de sua publicação.

As informações contidas nos gráficos acima mostram o perfil deste consumidor, num total de 1.146.000 leitores. A predominância é de mulheres (98%) com idade variando entre 25 e 44 anos (44%), classe B e C (45% e 35%), e concentradas na região sudeste (46%) e nordeste (20%), onde a indústria da moda apresenta-se forte.

Para começar a esquematizar as seções da revista Manequim, é notório o uso do termo *look* e estilo. Para Garcia e Miranda (2005) "*looks* podem ser entendidos como pareceres pré-fabricados, com o objetivo de instigar a geração de simulacros, simulações criadas para acelerar o consumo". Os *loo*ks são próprios do sistema da moda, já que a cada tendência apresentam-se novos termos utilizados e releituras.

Estilo é definido por Cidreira (2005) como a maneira particular como cada indivíduo exprime suas emoções, sentimentos, "aquilo que caracteriza uma forma de expressão, formado por conjuntos de traços identitários que resultam numa unicidade, numa assinatura, qualidade de alguém ou de alguma coisa que apresenta características estéticas originais" (CIDREIRA, 2005, p.118).

Em relação à composição do editorial da revista *Manequim*, geralmente é composta pelas seções: **Carta à leitora, *Manequim on line (www.manequim.com.br)*, Entre amigas, Ateliê de costura, *Manequim* responde, Beleza, Guarda roupa inteligente, Certo e errado** e **Procurou achou**, no entanto existem edições com algumas seções diferenciadas.

A revista tomada como referencial é a revista *Manequim* julho 2009 (figura 15 e 16) além das seções acima citadas apresentam: **Já pegou, Faça e use, Ponto a ponto, Customização, Dicionário de moda, Figurino de TV, Seja bem-vinda, Sua casa na moda, Caderno de moldes e Aposte.**

Com base das seções apresentadas, percebe-se a preocupação da revista *Manequim* em informar às leitoras sobre moda e dicas de aprendizado na área, tanto na de técnica do vestuário, como na área conceitual de moda, embora a ênfase seja chamar a atenção para o diferencial da revista. Ou seja, uma revista

que “ajuda a leitora a desenvolver o seu próprio estilo, customizar e costurar suas próprias roupas”.

Figura 15-Capa da revista Manequim julho|2009
Fonte: Própria

Figura 16-Edição da revista Manequim, julho|2009
Fonte: Própria

A primeira seção, **Carta a leitora,** introduz o leitor aos assuntos descritos na revista, trazendo as informações sobre a tendência de moda do momento.

A seção ***Manequim on line*** anuncia o site da referida revista, apresentando o conteúdo disponível na internet, sendo mais um forma de informação para os leitores.

Na seção **Já pegou** são apresentas peças - chave da tendência do mês.

A seção **Faça e use** indica um produto, roupa ou acessório e mostra a construção do mesmo com os materiais a serem utilizados.

Na seção **Entre amigas,** se discutem moda e estilo, dicas de leituras com sugestões de livros e assuntos úteis para quem quer estudar moda.

A seção **Ponto a ponto** mostra a tendência de peças em tricô.

Já a seção **Customização,** da mesma forma que **Faça e use,** instrui a leitora com a customização[6] de algum produto.

***Manequim* responde** é uma seção de interação com o leitor em que são discutidos questões sobre moda e estilo, sobre o que usar e o que está em moda.

A seção **Ateliê de costura** apresenta matérias-primas tecnológicas conforme pesquisas de tendências e responde dúvidas dos leitores quanto a esses materiais.

A seção **Dicionário da moda** é uma seção mais atual, oferece os termos de moda utilizados na edição.

A seção **Certo e errado,** através de imagens tiradas de pessoas na rua, mostra alguns exemplos de *looks* utilizados pelas mulheres se são adequados e em conformidade com a moda e com o corpo, segundo a proposta da revista.

A seção **Nossa capa** ou **Figurino na TV** geralmente apresenta uma parte reservada aos *looks* de acordo com personagens da novela vigente, onde é mostrado o estilo que compõe aquele personagem, o que interfere padrões de comportamento do próprio personagem, e também outros *looks* da estação de acordo com as tendências.

A seção **Beleza** anuncia os cosméticos e produtos de beleza, com anúncios dos produtos e a funcionalidade do mesmos.

Já a seção **Guarda-roupa inteligente** mostra combinações de peças com ideias para a leitora criar seus próprios *looks*. Esta seção apresenta de certa forma a publicidade, pois anuncia o nome do designer e o valor da peça, entre as peças destacam-se as que têm o molde na revista.

Na seção **Sua casa na moda** também estão propostas combinações de cores, estampas para decoração da casa indicando preços desses produtos.

A seção **Seja bem-vinda** apresenta receitas de comidas.

---

[6] Customização vem do verbo customizar, refere-se à adaptação ou modificação de peças do vestuário segundo o gosto do cliente. A origem da palavra vem do inglês *customer*, que significa cliente. O ato de customizar pode ser feito pela própria pessoa por meio de aplicações, bordados, recortes ou enfeites.
(SABINO, 2007, p. 211)

O **Caderno de moldes** explica como utilizar o molde e qual o tamanho adequado para cada manequim e seus tamanhos. As folhas dos moldes estão em anexo na revista facilitando o uso e possibilitando as cópias dos modelos de acordo com a medida do cliente. Esta característica é fundamental para a revista, uma vez que foi uma das primeiras revistas a possibilitar a reprodução dos modelos.

Esta edição de revista finaliza com as seções **Aposte**, onde destaca um produto de moda, seja acessório ou outra peça do vestuário. Terminando com a seção **Procurou, achou** que lista lojas e serviços relacionados à moda, com telefone e endereço das empresas.

As seções apresentadas de forma sucinta conduzem a compreensão geral sobre a identidade e conceito editorial da revista em termos dos conteúdos explorados, e sua relação com o público-alvo que a compra, de acordo com a proposta da revista e necessidades do usuário deste periódico de moda.

A revista tem uma periodicidade mensal, com exemplares para banca e assinantes. A internet também é outra forma de uso da revista, com informações esclarecedoras sobre moda, e com conteúdo da revista impressa, e abre espaço para artigos de pesquisas relacionadas à moda, guia de empregos, tendências etc.

A *Manequim* como mídia impressa é o foco de estudo da dissertação, por compreender a maior parte da população, em que leitores buscam informações sobre moda para montar seu próprio *look* ou mesmo confeccioná-lo.

Com as tecnologias dos meios de comunicação, observa-se que a busca pela revista impressa ainda é a mais recorrente na atualidade, por proporcionar esta interação com o leitor de forma a contemplar a diagramação da própria revista, o tipo de papel que estabelece uma relação emocional com o artefato e o usuário. A capa da revista Manequim apresenta-se como objeto de estudo, sendo observado o vestuário imagem, que segundo Barthes (1967) é o vestuário fotografado ou desenhado.

2.4 Fundamentos da linguagem visual

A linguagem visual assim como a verbal compreendem todos os elementos que integrados emitem uma mensagem compreendida por um determinado contexto e cultura.

Neste capítulo o destaque vai para a linguagem visual e a apreensão dos significados pela interpretação por meio dos elementos da linguagem visual.

Numa sociedade em que as imagens estão em todos os espaços que nos circundam, sejam nos meios de comunicação, seja numa pintura em quadro, ou mesmo nas aparências dos indivíduos, há uma leitura e consequentemente uma comunicação.

Dondis (1997) explica que a apreensão da informação visual se dá de diversas formas, desde a compreensão da percepção cultural relacionadas à gestualidade, movimentos corporais, forças cinestésicas, até o próprio ambiente no qual os sujeitos estão inseridos condiciona a forma de percepção e apreensão dos significados das mensagens visuais. Portanto Dondis compreende que:

> Há um sistema visual, que é comum a todos os seres humanos; o sistema, porém, está sujeito a variações nos temas estruturais básicos. A sintaxe visual existe, e sua característica dominante é a complexidade. A complexidade, porém, não se opõe à definição (DONDIS,1997, p. 19)

O significado das artes visuais e a mensagem articulada a esta mensagem são teorizados por diversos especialistas desde artistas, filósofos, historiadores de arte. Rudolf Arnheim utilizou-se da teoria das *gestalt*, explorando além da percepção visual vista inteiramente, onde cada parte individual são independentes, mas interatuantes para se compreender o todo. Cada parte constitutiva, como a cor, a textura, a dimensão, a proporção apresentam uma relação com o todo (DONDIS, 1997).

A linguagem visual a partir de seus elementos (ponto, linha, forma, direção, tom, cor, textura,entre outros.) é pesquisada e aplicada por alguns teóricos na tentativa de compreender as mensagens visuais.

Dondis (1997) apresenta os elementos básicos da linguagem visual: o ponto, a unidade visual mínima; a linha, o articulador fluido da forma, a forma (quadrado,triangulo, círculo e todas as variações, combinações, planos e dimensões); a direção; o tom, a presença ou a ausência de luz; a cor, o elemento mais expressivo e emocional; a textura, o caráter da superfície dos materiais; escala ou proporção, a medida e o tamanho relativos; a dimensão e o movimento.

Wong (2007) categoriza os elementos da linguagem visual em: elementos conceituais (ponto, linha, plano e volume), elementos visuais (formato, tamanho, cor e textura), elementos relacionais (direção, posição, espaço, gravidade), elementos práticos (representação, significado e função).

O conhecimento desses elementos está relacionado a um contexto estabelecido pela cultura, estando sujeito a mudanças conforme as transformações de ordem social, econômica, política etc, e antes de tudo individual.

Dondis (1997) compreende que:

> (...) devemos nos preocupar com cada uma das áreas de analise e definição; as formas estruturais que existem funcionalmente na relação interativa entre os estímulos visuais e o organismo humano, tanto ao nível físico quanto ao nível psicológico; o caráter dos elementos visuais; e o poder de configuração das técnicas (DONDIS, 2007, p. 21)

A comunicação visual através destes elementos proporciona um olhar sobre as coisas ou pessoas através dos objetos artificiais utilizados ou criados pelos indivíduos.

Logo o designer, dentre outros profissionais, articula estes elementos para criar objetos no cotidiano dos indivíduos, e de certa forma, impõe um estilo particular o qual, não obstante o designer projete para um determinado publico específico, suas experiências e vivências fazem parte desta criação.

Joly (1996), ao discutir as mensagens visuais inseridas neste contexto da linguagem visual, relaciona que a interpretação das formas, das cores, texturas entre outros é eminentemente antropológica. A autora pontua que principalmente

através da publicidade há associações estereotipadas em relação à configuração desses elementos.

O designer ao configurar os produtos traduz uma linguagem visual para se obter parâmetros que possam ser compreendidos na sociedade. Dondis (1997) examina que o resultado da experiência visual está na interação de polaridades duplas, a primeira, as forças de conteúdo (mensagem e significado) e da forma (design, meio e ordenação); e a segunda, o efeito recíproco entre o criador (designer, artista etc.) e o receptor (usuário, público-alvo).

Na análise do corpus analítico desta pesquisa, as mensagens visuais são analisadas a partir destes elementos básicos da linguagem visual. Há vários elementos que podem ser utilizados para análise além dos retratados na presente pesquisa, no entanto, foram pontuados e descritas: a forma, volume, textura e cor.

As formas básicas: quadrado, triângulo e círculo apresentam características específicas, por exemplo, "ao quadrado se associam enfado, honestidade, retidão e esmero; ao triangulo, ação, conflito, tensão; ao círculo, infinitude, calidez, proteção" (DONDIS, 1997, p. 58)

As direções básicas constituem: o quadrado, a horizontal e a vertical. O vertical e horizontal constitui-se referência primária do homem, em termos de bem estar e maleabilidade. A direção diagonal faz referência à idéia de estabilidade, sendo uma formulação oposta e instável (DONDIS, 1997).

O tom é um dos melhores instrumentos para expressar a dimensão, através das diferentes tonalidades, ou seja, com a intensidade da obscuridade ou claridade é possível diferenciar o distanciamento da representação dos objetos ou mesmo as variações de cores. Segundo Dondis (1997, p. 61) "as variações de luz ou de tom são meios pelos quais distinguimos oticamente a complexidade da informação visual do ambiente".

As cores têm significado cultural e emocional. A cor tem três dimensões:matiz, saturação e brilho. A *matiz* ou croma é a cor em si. As matizes primárias são vermelho, amarelo e azul. Dondis (1997) teoriza a associação das cores a algumas qualidades fundamentais: vermelho, uma cor mais ativa e emocional; amarelo, a cor mais próxima à luz e calor, e azul à passividade e suavidade.

A segunda dimensão é a saturação, relativa à pureza de uma cor, do matiz ao cinza. E a terceira é acromática, variações do brilho, do claro ao escuro, das gradações tonais ou de valor.

A textura está relacionada às qualidades do tato. O objeto real permite experimentações em sua textura, tanto ao toque quanto ao olho (visual). Dondis (1997, p. 70) pontua que "é possível que uma textura não apresente qualidades táteis, mas apenas óticas, como no caso de uma página impressa, dos padrões de um determinado tecido ou dos traços superpostos de um esboço".

No design de moda, estes elementos da linguagem visual são um dos princípios da linguagem visual do vestuário, sendo nomeados por: silhueta, proporção e linha, detalhes, tecido, cor e textura (SORGER; UDALE, 2009).

A silhueta é quase o primeiro impacto causado pela roupa, e está relacionada à tridimensionalidade da forma, e à distancia é vista antes dos detalhes. O volume está intimamente ligado à silhueta (JONES, 2004).

A linguagem visual verificada através do vestuário está relacionada a um simbolismo implícito na relação de pertencimento entre os indivíduos através de códigos compartilhados por um grupo. Na história da moda, vê-se o surgimento desses elementos, de acordo com características de status, gênero, distinção, subjetivação, para citar alguns inseridos em determinada cultura.

A apreensão do significado depende da associação a um corpo presente num determinado tempo – espaço. Castilho (2004) afirma que a relação entre forma e corpo é estabelecida por estes elementos da linguagem visual em conjunto: a materialidade do produto têxtil, juntamente com a forma e o cromatismo das roupas, ressemantiza o corpo por meio dessas características.

Logo, há infinitas configurações entre a plástica do corpo e da moda e a linguagem visual proporciona o jogo entre o ser e o parecer, evidenciando e anulando algumas partes do corpo, alterando a estrutura física do corpo com volumes, cores, texturas, entre outros, atraindo o olhar para determinada parte do corpo.

Capitulo 03

3. Metodologia de pesquisa

A metodologia de pesquisa foi estruturada a partir do objeto de estudo, "o vestuário das capas de revistas", e que se pretende observar quais possíveis resultados podem ser alcançados ao associar a feminilidade proposta pela Revista *Manequim*. Para a elaboração de um modelo de ficha de análise para a fase interpretativa dos dados coletados em relação a semântica dos vestuários das capas, foi adaptado o painel diferencial semântico utilizado por Julio Van der Linden (2007).

A pesquisa exploratória objetiva a familiarização com o fenômeno ou obtenção de novos enfoques/percepção do mesmo. Segundo Miranda (2007) são investigações de pesquisa empírica que têm por finalidade formular um problema ou esclarecer questões para desenvolver hipóteses e também utilizados para esclarecer ou modificar conceitos. As descrições podem ser qualitativas quanto quantitativas.

Na pesquisa exploratória foram realizadas cinco análises para o pré-teste para averiguar a eficácia do modelo da ficha. Seguem:

mestrado em design UFPE
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| dDesign 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:
Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite — Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO
Revista: **Manequim** Ano: ano 01 Mês: julho
No
Detalhe (roupa)
- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
			[x] Mantô		[ ] Tailleur
					[ ] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[x] Lapela
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[x] Frias	[ ] Alças	[x] Mangas
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Militar
[ ] Assimétrica	[x] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Ombreiras
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Rendas
[x] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Suspensórios
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	[ ] Nesgas
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez		[x] Faixa|cinto	
[ ] Retângular	[ ] Volume reduz.			[x] Gola	
[ ] Simétrica	[ ]			[ ] Gravata	
[ ] Triângular	[ ]			[ ] Jabô	
[ ] Tulipa	[ ]			[ ] Laços	

3

4

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂					X			FORMAS ♀
VOLUMES ♂					X			VOLUMES ♀
TEXTURAS				X				TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂					X			DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta um baixo índice de feminilidade. Considerando que a feminilidade na roupa aponta para o quadril e o decote, a silhueta desta roupa está mais solta ao corpo, não acompanhando a forma natural do corpo feminino, em que o corpo não é visto, é escondido pelo traje.
O volume concentra-se na parte superior da roupa, com a gola e mangas grandes, e detalhes com o botão grande. O restante dos detalhes podem ser considerados como apropriação do vestuário masculino. A cor azul, embora na infância seja associada ao masculino, sugere intelectualidade, serenidade, confiança, amor e feminilidade.
A textura rígida do tecido e espessura sentida através da imagem sugere um tecido mais pesado, utilizado no frio, dando austeridade ao look.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado em design — Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| dDesign 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite — Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: Ano I Mês:

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

No

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[x] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[x] Blazer	[x] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Militar
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[ ] Ombreira
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Rendas
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[x] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Suspensórios
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[ ] P&B	[x] Bolso	[ ] Nesgas
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ]
[x] Em Y	[x] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	[ ]
[ ] Em T	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez	[ ]	[x] Gola	[ ]
[ ] Quadrada	[ ] Volume reduz	[ ]	[ ]	[ ] Gravata	[ ]
[ ] Retângular	[ ]	[ ]	[ ]	[x] Jabô	[ ]
[ ] Simétrica	[ ]	[ ]	[ ]	[ ] Laços	[ ]
[ ] Triângular	[ ]	[ ]	[ ]	[x] Mangas	[ ]
[ ] Tulipa					

3

4

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂	X							FORMAS ♀
VOLUMES ♂	X							VOLUMES ♀
TEXTURAS	X							TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂					X			DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta uma baixa incidência de masculinidade.
A forma da peça é originalmente masculina, no entanto a roupa está mais próxima ao corpo natural, que é uma característica voltada ao vestuário masculino. O blazer é também peça apropriada do guarda-roupa masculino,
O volume concentra-se na parte superior da roupa, com o jabô e mangas.
O jabô que é um babadinho decorativo preso ao peito, é originalmente uma peça do vestuário masculino, no entanto no século XX tornou-se um detalhe exclusivamente feminino.
A cor rosa é o auge da feminilidade, associado ao sentimento e ao amor.
A textura sugere austeridade.
O look total mesmo sendo origalmente masculino,sugere uma nova feminilidade, pela cor rosa e o jabô. Elegante e ao mesmo tempo não expõe o corpo feminino, sendo uma peça muito utilizada e popular entre as mulheres desde a década de 1970, como componente do estilo executivo.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado em design (UFPE)
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| dDesign 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:
Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite — Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO
Revista: **Manequim** Ano: Ano I Mês:
Detalhe (roupa)
- [x] Frente
- [ ] Costas
- [x] inteiro
- [ ] meio corpo

Nº

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Mangas
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[ ] Militar
[ ] Alongada	[ ] Justo	[x] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Ombreiras
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Rendas
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Suspensórios
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[x] Quentes	[x] Cortes|fendas	[ ] Nesgas
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	[ ]
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez	[ ]	[x] Franzido	[ ]
[ ] Retângular	[x] Volume reduz	[ ]	[ ]	[ ] Gola	[ ]
[ ] Simétrica	[ ]	[ ]	[ ]	[ ] Gravata	[ ]
[ ] Trapézio	[ ]	[ ]	[ ]	[ ] Jabô	[ ]
[ ] Triângular	[ ]	[ ]	[ ]	[ ] Laços	[ ]
[x] Tulipa					

3

4

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂						X		FORMAS ♀
VOLUMES ♂						X		VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta tende a um alto índice de feminilidade.
A forma da peça é feminina, remetendo ao estilo império, cuja atenção principal está no busto e na parte inferior com as pernas descobertas. A cintura é deslocada para a parte abaixo do busto dá um toque de feminilidade à peça.
No entanto, as mangas e o decote fechados dá a impressão do não velado, insinuando a forma do corpo e trazendo para as pernas o olhar. O pouco volume do vestido equilibra a forma, dando uma delicadeza ao look.
O detalhe do franzido que dá forma ao corpo.
As cores vibrantes chamam atenção ao look. O amarelo está relacionado à vitalidade, energia e o estampado com grafismo e colorido sugere euforia e originalidade.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado em design — Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| dDesign 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite — Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1968 Mês: Agosto

Editorial:

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [ ] meio corpo

No

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Militar
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[ ] Ombreiras
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Rendas
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Suspensórios
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[x] Nesgas
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[x] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[x] Viés
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez		[ ] Gola	
[x] Retângular	[x] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Simétrica				[ ] Jabô	
[ ] Triângular				[ ] Laços	
[ ] Tulipa				[ ] Mangas	

3

4

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂					X			FORMAS ♀
VOLUMES ♂					X			VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta um alto índice de feminilidade.
A forma da peça é feminina, próximo à silhueta do corpo feminino. A diminuição do comprimento da saia e o busto é achatado remete ao estilo predominante da época: o jovem, remetendo liberdade e emancipação. A forma/silhueta remete a um corpo sem curvas, ou seja, o corpo magro ideal para os padrões da época, mais "quadrado".
Os detalhes chamam atenção para a parte inferior da peça, com os frisos e detalhes. A cintura é marcada por um detalhe simulando cinto.
O vestido é uma peça exclusivamente feminina, e a textura, sendo a malha, por si só já dá uma feminilidade ao corpo, se ajustando mais a ele. A malha pode ser considerada originalmente feminina, apresentando-se como uma segunda pele.
A cor vermelha do look é associada a feminilidade e sedução e poder.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado em design Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| dDesign 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite — Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1965 Mês: Abril

No

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[x] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Militar
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[x] Frias	[ ] Alças	[ ] Ombreiras
[ ] Alongada	[ ] Justo	[x] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Rendas
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Suspensórios
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Nesgas
[x] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	
[ ] Em Y	[x] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez		[x] Gola	
[ ] Retângular	[ ] Volume reduz.			[x] Gravata	
[ ] Simétrica				[ ] Jabô	
[ ] Triângular				[ ] Laços	
[ ] Tulipa				[ ] Mangas	

3

Painel semântico

4

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂					X			FORMAS ♀
VOLUMES ♂					X			VOLUMES ♀
TEXTURAS				X				TEXTURAS ♀
COR ♂				X				COR ♀
DETALHES ♂			X					DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look tende a um baixo índice de feminilidade.
Embora a peça não seja vista com referência ao corpo inteiro, a atenção direciona-se a parte superior, e intuitivamente completa-se o look com um vestido, peça exclusivamente feminina.
A parte visualizada mostra um vestuário que se distancia a forma do corpo feminino. A textura do tecido remete rigidez .
O casaco aberto sugere a forma de gravata, que passou a ser um detalhe unissex nesta década.
O grafismo geométrico que lembra estampas do estilista Pucci com as vibrantes com azul e amarelo sugere originalidade e intelectualidade.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

A interpretação dos resultados da pesquisa exploratória foi estruturada pelo método dedutivo, buscando verificar a hipótese do estudo através das premissas identificadas na pesquisa.

Esta pesquisa teve como finalidade identificar e analisar as características de feminilidade examinadas nas capas da revista *Manequim* (figura 17), buscando levantar dados que avaliem a linguagem visual atribuída ao gênero feminino representada pela revista nos últimos 50 anos de sua publicação.

Fig.17 - Capa da revista Manequim, Setembro 1975

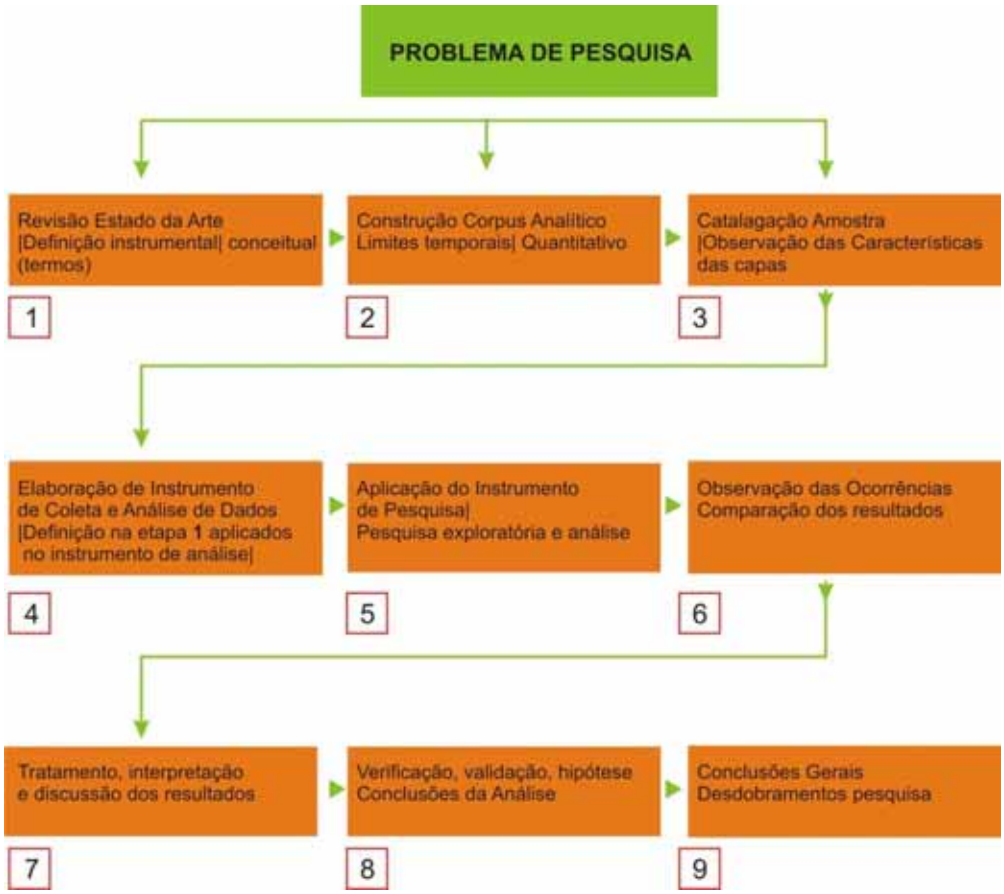
Foi observada a linguagem visual do vestuário contidos nas capas da revista, em se tratando de características de feminilidade ao longo das décadas de 1960 a 2010, de forma a fazer um comparativo, que proporcionam dados de como a revista *Manequim* está representando a mulher através do vestuário em seus *looks* com suas características e composições.

- A análise teve como instrumento uma ficha de catalogação e coleta. A avaliação dos dados será feita pelo especialista (o pesquisador) utilizando-se da ficha de análise.

- A amostra foi de 38 capas (*looks*) da revista Manequim das décadas de 60, 70, 80 e 90 do século XX e 10 do século XXI.

Diagrama metodológico

A metodologia de pesquisa foi composta por nove etapas. Cada etapa obedece ao fluxo que apresentamos a seguir:



Quadro III- Diagrama metodológico

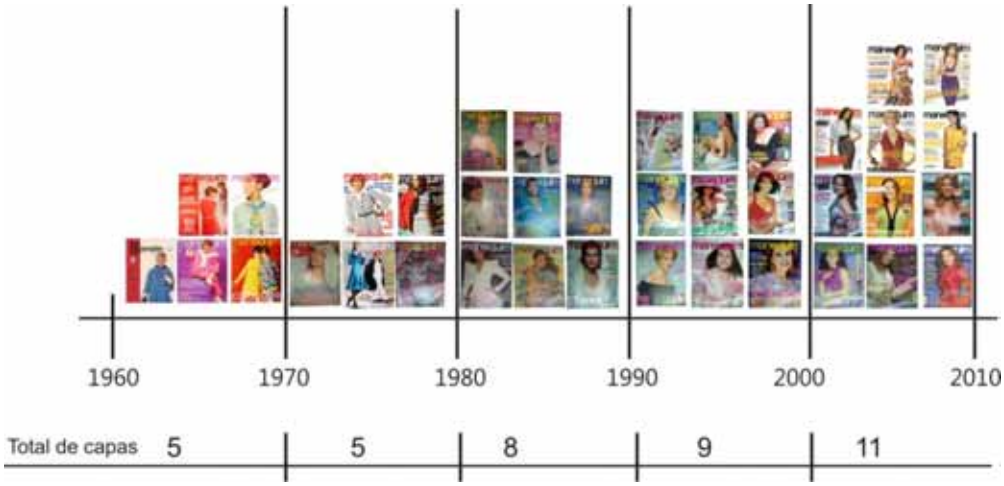
Etapa 1- Revisão estado da arte| definição instrumental conceitual

Foram pesquisados alguns termos utilizados no vestuário e na moda, relacionando as peças do vestuário e *looks* em pesquisas realizadas em dicionário e livros de termos de moda, com contribuição das informações contidas no site da revista *Manequim* e *books* de tendências.

A lista de tipologias de roupas consistem nos termos e verbetes utilizados em moda, identificando as peças do vestuário, detalhes, partes da roupa, silhuetas, entre outras informações para montar a ficha de análise que permitiu fornecer dados das características visuais dos *looks* realizados através do dicionário lançado por Aflalo (2007) , O'hara (1996) e Sabino (2007).

Etapa 2- Constituição do corpus analítico| limites temporais| quantitativo

O corpus analítico foi constituído a partir das capas da revista *Manequim* nos últimos cinquenta anos, tendo em vista que foi a primeira revista de Moda no Brasil e que completou, em 2009, 50 anos. Em princípio, a proposta era de 50 capas de revista (1 capa por ano), no entanto, devido à dificuldade de se conseguir as capas das revistas mais antigas, 38 capas foram analisadas, e nem todos os anos foram contemplados. A amostra é composta de 38 *looks*, da década de 1960 a 2010.



Etapa 3- Catalogação| amostra| observação das características das capas

Esta etapa consistiu em identificar as capas que serão utilizadas na pesquisa, segundo critérios estabelecidos, mês de agosto e setembro. Ao procurar

enfaticamente o acervo da revista *Manequim*, houve muita dificuldade em se conseguir revistas desde o início de seu lançamento. Foram escolhidos os meses de agosto e setembro como enfoque da pesquisa. Agosto por ser o mês de aniversário da revista e setembro porque geralmente é uma época de preparação e lançamento da coleção primavera-verão no calendário da moda no Brasil. Algumas revistas, a partir da década de 70 do século XX, foram conseguidas no acervo do curso de Economia Doméstica da Universidade Federal Rural de Pernambuco, e outra parte por doações, e para se ter alguma referência às capas da década de 60 do século XX foram tiradas do próprio site da revista *Manequim* algumas capas disponibilizadas.

A proposta de pesquisa foi observar a linguagem das roupas em relação às características de feminilidade de cada época retratada pela revista, e as apropriações do vestuário masculino na inserção da história da moda no Brasil, expressa em cada década, de acordo com o contexto sócio-cultural e econômico.

Etapa 4- Elaboração de instrumento de coleta e análise de dados

Esta etapa é elaborada a partir da definição na etapa 1, através dos dados obtidos com a listagem dos *looks*, peças do vestuário e termos utilizados no vestuário para propor uma ficha de análise que possa fornecer resultados satisfatórios para a proposta da pesquisa.

Os campos 1, 2 e 3 foram elaborados conforme informações essenciais para seguir com o campo 4, com dados sobre a peça do vestuário e linguagem visual daquele vestuário.

No quadro de análise proposto, o painel semântico (campo 4) foi elaborado a partir do modelo de Júlio Van der Linden (2007), onde o autor aplica o painel de diferencial semântico para a avaliação de personalidades de produtos, especificamente calçados, cujo método é proposto por Patrick Jordan e traduzido por Itiro Iida. Segundo aponta Iida *apud* Van der Linden "o diferencial semântico é uma técnica criada por Charles Osgood e utilizada com o objetivo de avaliar diferenças semânticas entre produtos". Essa técnica procura estabelecer o valor real de um objeto em relação a um valor ideal, com base na avaliação de

significados, por meio de pares de descritores opostos (VAN DER LINDEN, 2007, p. 120)).

Com as principais referências de campo, seguem: a primeira parte da ficha com os dados da catalogação. Em seguida, os *looks* e os estilos agrupados de acordo com definições estabelecidas e em ordem alfabética. E posteriormente apresentamos a identificação das peças do vestuário agrupadas (peças superiores, inferiores e inteiras).

Em seguida, informações sobre a linguagem visual das roupas (forma, cor, texturas/estampas e detalhes) foram verificadas nas capas e está nos apêndices.

O modelo proposto para a presente pesquisa foi uma adaptação ao desdobramento realizado por Van der Linden (ver figura 18) do modelo básico das emoções de Pieter Desmet. Van der Linder aplicou este modelo para avaliar a percepção do risco e do conforto em ergonomia de produtos, portanto onde proposto a idéia de referencia dominante para a referência que tiver maior intensidade naquele contexto.

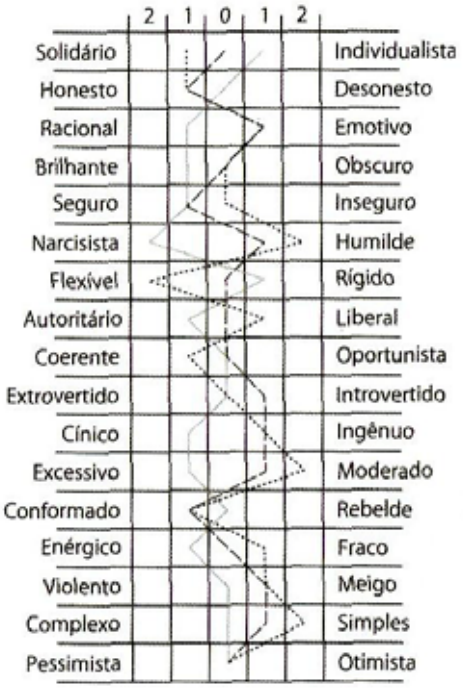


Figura 18- Aplicação dos perfis semânticos proposto
Por Van der Linden,2007

Este método permite verificar quantitativamente os indícios dominantes de índice de feminilidade com base na análise da linguagem visual.

Etapa 5- Aplicação do instrumento de pesquisa| Análise

O objetivo desta etapa foi compreender as características de feminilidade proposta pelas capas da revista Manequim, avaliando os seus significados a partir dos *looks*.

Esta etapa foi primordial na dissertação. Por meio da revisão, analisou as mensagens, tendo o pesquisador como interpretante, conforme dados estabelecidos na pesquisa como características de feminilidade culturalmente identificados.

Esta etapa teve como base os autores: LURIE (1997), CASTILHO (2004), WILSON (1985) e HOLLANDER (1996), cujas informações obtidas deram subsídios ao desenvolvimento da análise.

Etapa 6- Observação das ocorrências| comparação dos resultados

Esta etapa tem como objetivo apresentar as linguagens visuais correspondentes ao gênero feminino, e as características de feminilidade, de forma a comparar as mudanças no vestuário feminino e os vários estilos que compõem a identidade feminina propostos pela revista Manequim no decorrer das décadas.

Etapa 7- Tratamento |interpretação e discussão dos resultados

Esta etapa, após a análise realizada na etapa anterior, teve como objetivo descrever as características de feminilidade nestas décadas, cuja informação viabiliza projetos futuros como dados apreendidos para fonte de pesquisa. Uma das visíveis informações da pesquisa é verificar a linguagem visual predominante em cada década e o programa narrativo deste vestuário. Outro dado será

demonstrar a apropriação do vestuário masculino no "guarda roupa feminino", apresentando os códigos visuais diferenciadoras nesta construção masculino-feminino, observando o contexto da revista Manequim, cujos *looks* sugerem uma moda brasileira, cujos corpos e características refletem uma moda local.

Etapa 8 e 9- Verificação| Validação|Hipótese|Conclusões da análise e Conclusões gerais

Nesta etapa foi validada a hipótese central e apontados desdobramentos da pesquisa através das capas da revista *Manequim*, mostrando que as capas podem ser um meio de propagação de estilos de vida e identidade feminina, através dos *looks* propostos e a composição do vestuário em sua representação das características de feminilidade, que são diferenciadas de acordo com cada período da história da moda.

Ficha de análise

O **campo 1** conteve as informações sobre o editorial, paginação e o detalhe da pose/postura da imagem na capa. É um campo introdutório para observar o corpus analítico. Este campo foi utilizado no tratamento/resultados para a análise quantitativa da visualização da roupa.

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: Manequim Ano: 1991 Mês: Setembro

Nº 381

Detalhe (roupa)

☐ Frente ☐ inteiro

☐ Costas ☐ meio corpo

Miniatura

1

No **campo 2** foram levantadas as peças do vestuário de moda contidas nos *looks* na capa de *revista Manequim*, considerando uma pesquisa apurada de dicionários de moda: Sabino (2007), Aflalo (2007) e O'Hara (1996). Este campo forneceu subsídios para identificar as peças do vestuário utilizadas, para em seguida comparar os resultados e apreender as características de feminilidade em sua significação cultural.

Peças vestuário

☐ Avental	☐ Bolero	☐ Cardigan	☐ Jaqueta	☐ Pelerine	☐ Suéter
☐ Bata	☐ Bustiê	☐ Chemisier	☐ Kaftã	☐ Regata	☐ T-Shirt
☐ Bermuda	☐ Calça	☐ Casaco	☐ Jardineira	☐ Saia	☐ Top
☐ Blazer	☐ Camisa	☐ Colete	☐ Lingerie	☐ Short	☐ Smoking
☐ Blusa	☐ Camiseta	☐ Frente única	☐ Macacão	☐ Sobretudo	☐ Trench Coat
					☐ Tailleur
					■ Vestido

2

No **campo 3,** foi analisada a linguagem visual das roupas, seguindo: forma, volume, cor, textura e detalhes.

As formas, em design de moda, estão relacionadas à silhueta do corpo. A cor, texturas e detalhes são determinantes para se considerar em conjunto a mensagem visual da roupa. Este campo apresenta as informações das peças de cada década da revista que proporciona um levantamento das características das peças atribuídas ao vestuário feminino e as assimilações do vestuário masculino pelas mulheres, se a peça considerada é eminentemente de origem feminina ou masculina, conforme os limites temporais da pesquisa e da quantidade de capas analisadas.

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
■ Afunilada	☐ Ampliado	☐ Étnico	☐ Cinza	☐ Apliques	☐ Laços
☐ Ampulheta	☐ Baloneseado	☐ Floral	☐ Frias	☐ Alças	☐ Mangas
☐ Alongada	☐ Justo	☐ Geometrismo	☐ Nude	☐ Babados	☐ Militar
☐ Assimétrica	☐ Folgado	☐ Listras	☐ Pastéis	■ Bordado	☐ Nesgas
☐ Arredondada	☐ Leve	■ Liso	■ P&B	☐ Bolso	☐ Ombreiras
☐ Em A	☐ Ondulante	☐ Poá	☐ Quentes	☐ Cortes|fendas	☐ Rendas
☐ Em Y	☐ Rígido	☐ Tie Dye	☐ Transparente	☐ Decote	☐ Suspensórios
☐ Quadrada	☐ Volumoso	☐ Xadrez		☐ Faixas	
☐ Retângular	■ Volume redu-zido			■ Franzido	
☐ Simétrica				☐ Gola	
☐ Triângular				☐ Gravata	
☐ Tulipa				☐ Jabô	

3

No **campo 4** e **campo 5**, após analisar os dados do campos anteriores, foi feita a análise e interpretação das informações a partir do quadro adaptado do modelo proposto por Van der Linden (2007) que analisa o índice de feminilidade. Esta análise está de acordo com as características de feminilidades culturalmente verificadas e propostas no consenso brasileiro, e principalmente avaliando cada elemento da linguagem visual, ao considerar a feminilidade relacionada à sexualidade, e consequentemente à corporeidade.

Abaixo, neste mesmo campo 5, foi considerado o quadro de índice de feminilidade e masculinidade, de acordo com os parâmetros já descritos. E na observância da relação do vestuário com o corpo de acordo com a proposta analisada por Kátia Castilho (2007) cada elemento da linguagem visual possui uma associação com a corporeidade, de forma a verificar as diferenças e aproximações entre os gêneros em se tratando da linguagem das roupas, relatando a relação da aceitação do corpo pela plástica da roupa, ou não aceitação, entre o velar, não-velar, revelar e não revelar, ocultando e mostrando partes do corpo, dando ênfase a determinadas áreas relacionadas ao corpo e à sexualidade (Castilho, 2004).

A cada elemento da linguagem visual é dada uma variação numérica de 0 a 3. Quanto mais elevado o índice (3) mais feminina ou masculina é a roupa.

Conforme apresenta na ficha de análise, para avaliar o índice de feminilidade, a predominância numérica (0 a 3) de todos os elementos da linguagem visual indicará se o look proposto apresenta médio, baixo ou alto índice de feminilidade ou masculinidade.

Ficha de análise completa

mestrado em design (ufpe)
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| dDesign 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:
Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite — Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO
Revista: **Manequim** Ano: 1991 Mês: Setembro
No 381
Detalhe (roupa)
- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[x] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Laços
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[ ] Mangas
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Militar
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[x] Bordado	[ ] Nesgas
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[x] P&B	[ ] Bolso	[ ] Ombreiras
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Rendas
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	[ ] Suspensórios
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez		[ ] Faixas	
[ ] Retângular	[x] Volume reduzido			[x] Franzido	
[ ] Simétrica				[ ] Gola	
[ ] Triângular				[ ] Gravata	
[ ] Tulipa				[ ] Jabô	

3

4

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂						X		FORMAS ♀
VOLUMES ♂						X		VOLUMES ♀
TEXTURAS					X			TEXTURAS ♀
COR ♂				X				COR ♀
DETALHES ♂						X		DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta um médio índice de feminilidade, há uma aceitação da plástica da moda, ou seja, a forma da silhueta acompanha o corpo feminino. Embora não seja visto a roupa inteira na imagem, há uma atenção na parte posterior do corpo, com os ombros nus, dando uma sensualidade ao look. Há um jogo velar e não velar, ocultando os braços e seios e ao mesmo tempo revelando os ombros.
A peça apresenta pouco volume e poucos detalhes, num minimalismo apregoado nesta década de 1990. A textura aveludada remete uma sofisticação e luxo. A cor também remete tal característica.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

Capítulo 4

4. Análise

A análise é constituída da investigação das capas da revista Manequim, por ser a primeira revista de moda no Brasil, e ter como característica a tradução de estilos para uma moda brasileira, com aceitação por grande parte da população feminina no país, de acordo com o gráfico apresentado na página 77 sobre o perfil do consumidor que aponta um público amplo e "popular". A pesquisa analisa a representação de gênero através das roupas propostas em suas capas.

Este capítulo tratará da observação e descrição das ocorrências seguindo a ficha de análise encontarada nos anexos. Tais análises do *corpus* analítico são detalhadas por revistas.

4.1 Definição da amostras

Conforme o que foi estabelecido no diagrama metodológico, a amostra constitui-se das capas da revista *Manequim* a partir da década de 1960 até 2010. A revista Manequim foi escolhida por ser a primeira revista de moda no Brasil e por apresentar em seu editorial uma moda brasileira, conforme corpos e padrões mais próximos do real e materiais empregados em abundância no Brasil, com referências da cultura do país.

4.2 Composição do *corpus* analítico

Na composição do corpus analítico houve grandes dificuldades de acesso às revistas, uma vez que a própria editora não disponibilizava edições da década de 1960 a 1980. Logo, foram levantadas algumas revistas no site da Manequim, na seção história da moda, na qual a editora Abril elaborou uma matéria sobre os cinquenta anos da revista tanto na mídia impressa como na internet.

Em seguida, fez-se a procura dos possíveis acervos públicos ou pessoais.Algumas capas foram fotografadas e outras capturadas da internet, através de site de busca e compras.

4.3 Análise das linguagens visuais

A princípio foram identificadas as capas e preenchidas as fichas de análise com as linguagens visuais percebidas, a partir dos limites da imagem da capa e dos elementos que foram identificados no vestuário.

4.4 Observação dos resultados da análise

Os resultados da análise foram feitos utilizando-se o índice de feminilidade e masculinidade de cada capa, conforme as observações do campo 3, por meio das linguagens visuais identificadas nas . A partir desta análise, a interpretação da mensagem do vestuário foi indispensável, uma vez que cada elemento da linguagem visual (forma, cor, textura e volume) apresenta uma leitura e, juntos, um contexto geral da mensagem.

Nos resultados, alguns autores tiveram grande contribuição para a organização das ideias e interpretação: Lurie (1997), Castilho (2004), Wilson (1985) e Hollander (1996).

Káthia Castilho (2004) identifica através dos trajes as narrativas e os discursos do vestuário na relação da plástica da roupa e plástica do corpo. O corpo como suporte do sujeito para o discurso. Castilho afirma que:

> A plástica das roupas arquiteta-se por intermédio dos elementos mínimos combinados que presentificam, na composição visual, o arranjo de pontos, formas, linhas, direções, cores, volumes e texturas, que nos permitem estabelecer uma leitura do produto pronto (CASTILHO, 2004, p.144).

A autora conclui que os recursos de manipulação do corpo pela plástica da moda criam variáveis de efeitos de sentido, de sensualidade, erotismo, realçando as qualidades ou regiões de determinadas partes do corpo cuja atenção incide um interesse erótico do outro, como zonas de atração do olhar. "o próprio traje torna-se um elemento erótico, que aponta, parcializa, evidencia, oculta, enfim, seleciona e exibe diferentes partes do corpo"
(CASTILHO, 2004, p. 187).

4.5 Tratamento dos dados

O estudo realizado configura-se a partir da análise quantitativa e qualitativa dos *looks* inseridos nas capas da revista Manequim. Não há pretensão neste trabalho de realizar uma análise gráfica das capas, nem análise do discurso das mesmas. O enfoque da pesquisa está na observação das características de feminilidade contidas no vestuário das capas de revista, cujas mensagens, a partir da linguagem visual, estabelecem as relações sociais, em que as identidades são percebidas e propostas a partir do jogo das aparências.

Quantitativamente apresenta-se os dados do campo 1 correspondente a posição/ postura do corpo na capa da revista na tabela 1 abaixo:

Pose/detalhes *look* *(capas)*			
Frente	37	Corpo inteiro	11
Costas	1	Meio corpo	27
Total	38		38

Tabela 1- Campo 1: **Dados da catalogação-**38 capas

No campo 1, verifica-se que, na maioria das capas analisadas, os *looks* estão na posição frontal e meio corpo, portanto a roupa não é vista em sua totalidade. No campo 2 (ver tabela 2 e 3), tem-se quantidade de peças do vestuário em cada década, respeitando a observação do campo 1, em que existe a predominância de peças da parte superior do corpo feminino nas capas.

Década	Qtd	Peças	Total
1960-1969	01	Blazer	5 *looks*
	01	Calça	
	01	Camisa	
	01	Casaco	
	01	Mantô	
	04	Vestido	
1970-1979	01	Bolero	5 *looks*
	02	Camisa	
	01	Calça	
	01	Casaco	
	01	Chemisier	
	01	Regata	
	02	Vestido	
		Total	10 *looks*

Tabela 2- Campo 2: Peças do vestuário 1960-1979
Total **10** capas

Década	Qtd	Peças	Total
1980-1989	01	Calça	8 *looks*
	01	Cabâ	
	02	Camisa	
	01	Casaco	
	01	Saia	
	05	Vestido	
	01	Top	
1990-1999	01	Blazer	9 *looks*
	01	Blusa	
	07	Vestido	
2000-2010	01	Blusa	11 *looks*
	01	Camisa fem.	
	01	Cache coeur	
	01	Saia	
	05	Vestido	
		Total	28 *looks*

Tabela 3- Campo 2: Peças do vestuário 1980-2010
Total **28** capas

Na tabela 4, apresentam-se quantitativamente as linguagens visuais identificadas no vestuário das capas de revista por década; neste caso, foi 1 capa por ano.

	Forma|Silhueta	Qtd	Volume	Qtd	Cor	Qtd	Detalhes	Qtd	Textura	Qtd
1960-1969 (05 looks)	em "A"	02	Folgado	01	Frias	02	Bolso	01	Geométrico	04
	em "Y"	01	Rígido	02	Pastéis	01	Cortes	01	Liso	02
	Tulipa	01	Reduzido	02	P&B	01	Faixa/cinto	01		
	Retangular	01			Quentes	01	Franzido	01		
					Várias cores	01	Gravata	01		
							Gola	03		
							Jabô	01		
							Mangas	02		
							Nesga	01		
							Viés	01		
1970-1979 (05 looks)	Ampulheta	02	Justo	01	Frias	01	Babado	01	Floral	01
	Em Y	01	Leve	01	P&B	01	Faixa	01	Liso	02
	Em T	01	Reduzido	02	Quentes	03	Gravata	01	Listras	02
	Quadrada	01	Volumoso	01			Golas	04	Poá	01
							Mangas	04		
							Nesgas	01		
							Ombreiras	02		
1980-1989 (08 looks)	Afunilada	01	Baloneseado	02	Frias	02	Bordados	02	08	07
	Ampulheta	02	Drapeado	01	P&B	03	Decote em V	01		
	Assimétrica	01	Folgado	01	Quentes	01	Dec. Fechado	02		
	Em A	01	Reduzido	01			Dec. coração	02		
	Em X	01	Rígido	01			Dec. quadrado	01		
	Quadrada	01	Volumoso	02			Dec. tomara que caia	01		
	Retangular	01					Drapê	01		
							Faixa	02		
							Franzidos	02		
							Gola	02		
							Laços	01		
							Mangas	04		
							Ombreiras	03		
							Rendas	01		

Tabela 4- Campo 3: Análise quantitativa da linguagem visual por década |de 1960 a 1989
Total 38 capas

	Forma|Silhueta	Qtd	Volume	Qtd	Cor	Qtd	Detalhes	Qtd	Textura	Qtd
1990-1999 (09 looks)	Afunilada	01	Drapeado	01	Frias	01	Aba	01	Brocado	01
	Alongada	01	Justo	03	Pastéis	03	Alças	02	Floral	02
	Ampulheta	05	Leve	02	Quentes	02	Amarrações	01	Geometrismo	01
	Simétrica	01	Reduzido	02	P&B	03	Babados	02	Liso	05
	Tulipa	01	Rígido	01			Bordados	01		
							Cortes/fendas	01		
							Decote Coração	03		
							Decote em V	03		
							Dec. Frente única	01		
							Ombro a omb.	01		
							Decote U (costas)	01		
							Drapê	01		
							Franzido	01		
							Gola	02		
							Lapela	01		
							Mangas	02		

Tabela 5- Campo 3: Análise quantitativa da linguagem visual por década |de 1990 a 1999|
Total 38 capas

	Forma|Silhueta	Qtd	Volume	Qtd	Cor	Qtd	Detalhes	Qtd	Textura	Qtd
2000-2010 (11 looks)	Alongada	01	Drapeado	01	Frias	03	Alças	03	Étnico	02
	Ampulheta	05	Justo	04	Pastéis	01	Amarrações	02	Liso	08
	Em A	01	Leve	03	Quentes	04	camadas	01	Poá	01
	Em Y	01	Ondulante	02	P&B	03	Bolsos	01		
	Quadrada	01	Rígido	01			Babados	03		
	Simétrica	02					Bordados	03		
							Decote canoa	01		
							Decote em V	06		
							Dec. assimetrico que caia	01		
							Dec. tomara	01		
							Dec. U	01		
							Drapê	03		
							Faixa	02		
							Gola	02		
							Laços	02		
							Mangas	03		

Tabela 6- Campo 3: Análise quantitativa da linguagem visual por década de 2000 a 2010
em 38 capas

4.6 Discussão dos resultados

4.6.1 Peças do vestuário

As Tabelas relacionadas (1 a 6) acima contribuem quantativamente para nortear as análises. Estas informações juntamente com a análise do campo 4 e 5 (painel semântico) possibilitaram a interpretação dos dados, como subsídios para as conclusões do objeto de análise.

O **campo 1** possibilita observar que,e no total de 38 imagens nas capas da revista, 11 *looks* [7] são mostrados inteiros, ou seja, para análise, em 11 *looks*, podem ser observados os corpos e a roupas em toda a sua estatura. Mesmo as capas que apresentam "meio corpo" (27 capas) é possível serem analisadas, a partir do que propõem as teorias da percepção visual, segundo Arnheim, Gombrich, Gomes Filho, nas quais o observador complementa a imagem ou objeto que não se apresenta na sua totalidade. Este campo mostra a atenção do olhar do leitor (usuário) sobre as linguagens visuais apresentadas no vestuário.

O **campo 2** demonstra a quantidade de peças do vestuário em cada década. Na década de 1960, há predominância de vestidos; já na década de 1970 há um equilíbrio de vestidos e camisas femininas, não devendo esquecer que as informações analisadas registram as imagens do vestuário visto nas capas, ou seja, ao considerar que a capa só apresenta a parte superior do *look*, estes dados quantitativos só relacionam esta parte. A partir da década de 1980, também há o predomínio de vestidos nas capas da revista Manequim.

4.6.2 Análise da linguagem visual

No **campo 3**, ao identificar as linguagens visuais, tendo em vista o olhar do interpretante (o pesquisador) e com apoio de dicionários e enciclopédia de moda, destacam-se as seguintes informaçoes:

[7] *Look* é definido por) uma palavra de origem inglesa traduzida como visual. " o *look* de uma pessoa refere-se à sua aparência natural ou à aparência conquistada, através do uso de determinadas roupas (SABINO, 2007. P. 407).

I. **Em relação à forma/silhueta**: Nas capas da década de 1960, há o predomínio da forma em 'A'; as calças e outras formas de vestidos soltos ao corpo são também evidenciados, principalmente os vestidos curtos, forte influência do culto à juventude e revolução sexual. Na década de 1970, há uma variedade de silhuetas, enfatizando a cintura marcada com cintos, faixas ou uma pala que acentua esta região. A forma de ampulheta aqui apresentada não é tão acentuada quanto a sugerida por Cristian Dior no *New Look*[8], e sim observada a partir da modelagem justa na cintura, sem nenhum artificio estrutural.

Na década de 1980, predomina a forma/silhueta ampulheta, mas merece destaque a silhueta em 'T', ou linha 'T', dada as grandes ombreiras. Na década de 1990 e 2000, a forma/silhueta ampulheta continua em destaque.

Outra observação a respeito da forma/silhueta está na relação da roupa com as mudanças de ideias de beleza, o que envolve outros fatores de ordem cultural e social. Por exemplo, na década de 1960 a 1980, os seios femininos são anulados ou 'achatados'. Já na década de 1990 os seios são valorizados, mas o corpo mais natural é retratado, ou seja, sem as transformações corporais que seguiriam no século XXI com seios volumosos siliconados. Então as transformações do corpo modificam também as silhuetas e vice-versa. As roupas também causam transformações no corpo.

II. **Quanto aos volumes** :

- Na década de 1960 e 1970 há uma predominância de peças pouco volumosas e mais rígidas, dada a textura do tecido e o formato da peça do vestuário, embora, no inicio da década, tenha havido muita influência dos modelos vindos de Paris, com mantôs e vestidos volumosos que foram posteriormente reduzidos.

- Na década de 1980, ainda no início, destacou-se o baloneseado e o volume excessivo, principalmente nas mangas, característica da moda desta época, com 'exageros' e ostentação.

[8] Expressão cunhada pela editora Harper'Bazaar, ao ver a coleção de Cristian Dior em 1947. O look era composto por tailleurs, blusas estruturadas, saias amplas muitas vezes com mais de 20 metros de tecido e cinturas bem marcadas complementadas com scarpins, chapéus e luvas. (SABINO, 2007, P.462)

- Na década de 1990 e 2000 foi substituído pela forma ajustada da roupa, cujo volume passa a ser as formas do corpo. A maior parte das revistas analisadas apresentam fluidez com leve volume.

III. **Cores e texturas:**

- Nas capas analisadas na década de 1960, há o predomínio das cores frias em contraponto com a década seguinte, 1970 com as cores quentes.
- Na década de 1980 há o predomínio da cor P&B (preto e branco).
- Na década de 1990 e 2000 observa-se uma variedade de cores, existem cores P&B, quentes, pastéis e frias.
- Quanto às texturas e estampas, na década de 1960 há uma maior quantidade de geometrismo nas roupas, e na década de 1970 há listras e lisos como destaque. Nas décadas seguintes, há um predomínio do tecido liso, embora outras texturas apareceram.

IV. **Nos detalhes:**

- Em 1960 há o destaque para as mangas e golas. As mangas compridas são muito utilizadas, o decote é bastante fechado.
- Em 1970, as ombreiras começam a ser evidenciadas, decotes não se destacam, continuando o decote fechado.
- Em 1980, destacam-se as ombreiras. No final da década o decote coração começa a ser visto nas capas. Faixas na cintura e franzidos também merecem destaque.
- O destaque para a década de 1990 é o decote 'V' e o decote coração, utilizado em diversas profundidades, onde o colo feminino é posto à mostra. Babados, mangas e golas continuam, no entanto, de forma a mostrar mais o corpo; uma nova feminilidade é apresentada.
- Na década de 2000, o decote 'V' merece notoriedade. As alças, drapeados, mangas, babados, bordados, entre outros detalhes são utilizados.

Os dados obtidos, embora haja os limites de quantidades de capas averiguadas e recorte da imagem com meio corpo, auxiliam para identificar a linguagem visual (forma, cores, textura, etc.) predominante em cada época. Estas linguagens em

conjunto informam, comunicam e têm uma relação com a sociedade em cada década, especificamente a leitura que a revista *Manequim* retrata do espírito do tempo de sua época, tendo em vista, posteriormente o aparecimento de outras revistas de moda, que destacam determinadas 'tendências' e linguagens, de acordo com a mensagem que a revista quer mostrar em consonância com os anseios deste leitor/usuário específico.

Identificados alguns dados, é possivel investigar, apoiado na história da moda, os estilos e roupas predominantes de cada década e a linguagem visual atrelada a ela.

Nas formas, na década de 1960, embora tenha havido uma variedade de silhuetas,com destaque para a forma em A, elas estão em conformidade com o corpo do ideal da época. Por exemplo, no início da década de 60, os movimentos feministas estavam se tornando mais fortes e as mulheres apresentavam algumas conquistas, como a pílula anticoncepcional. A mulher ideal "era magra e atrevida, em fase de experimentação da sua sexualidade" (BAUDOUT, 2002) e no final dos anos 60, com o movimento *hippie,* com ideia do corpo natural.

Nas capas da figura 19, a seguir, observa-se a corporeidade e a roupa neste contexto, apresentando um corpo cuja atenção é voltada para essa anulação e achatamento das curvas femininas. Um novo conceito de feminilidade, apoiado na sexualidade, é mostrado nas capas.

Figura 19- Capas da revista *Manequim* da década de 1960
Fonte: www.manequim.com.br

A silhueta da década de 1970 e inicio da década de 1980 perpassam a forma ampulheta, mas destaca-se a forma em 'T', com grandes ombreiras afunilando (ver figura 20,21 e 22).

Fig. 20,21 e 22- Capas da revista Manequim set/ 1972, 1979 1986
Fonte: site da revista Manequim e acervo do curso Economia Doméstica/ UFRPE

Nas décadas seguintes de 1990 até 2010, a revista, além de propor modelos de vestidos, a forma mais acinturada com ampulheta é predominante.

Nos volumes, há uma variação considerável. Os volumes, que na década de 1960 se concentravam na saia, são anulados no início da década de 1970 e retornam maiores na década de 1980, principalmente nas mangas e nos ombros, com o uso das ombreiras. Na década de 1990 e 2000 há pouco volume, com a roupa justa em destaque, no entanto o volume é modificado pela forma do corpo. Veja as imagens abaixo (figura 23 a 27) na linha do tempo.

Figura 23, 24, 25: Capas da revista Manequim Agosto 1968, 1974, 1989
Fonte: Internet e acervo do curso de Economia Doméstico/ UFRPE

Figura 26, 27: Revista Manequim agosto/1998 e setembro/ 2003
Fonte: Internet e acervo do curso de Economia Doméstica/ UFRPE

Nos detalhes selecionam-se alguns mais destacados na peça de roupa, numa visão mais ampla, enfatizando o uso ou não de mangas; os efeitos drapê e franzidos da peça, bolsos, rendas e bordados etc. Cada detalhe, junto aos outros elementos da linguagem visual (cor e textura), enviam mensagens para o leitor, que caracteriza tendências e feminilidades expressas no vestuário.

Na década de 1960, as roupas apresentam, na maioria das capas, mangas compridas, porém com pouco volume. No entanto, na década de 1970 e 1980 há um aumento no volume das mangas e, já no final da década, as mangas ganham mais volume com as ombreiras. Na década de 1990 e 2000, as mangas são pouco utilizadas e, quando aparecem, são ajustadas ao corpo ou mais curtas.

Os decotes são detalhes significativos na linguagem das roupas. Ao longo da história da moda, são modificados e ganham novas formas. Na década de 1960 e 1970, na maioria das capas analisadas, os decotes eram fechados abaixo do pescoço. Na década de 1980, os decotes vão desde o decote fechado, ao 'coração' ou mesmo tomara – que-caia[9], com abertura total. Na década de 1990 e 1999 o decote 'V' se destaca.

Detalhes como rendas, bordados, bolsos dão estilo às peças e caracterizam os looks, tornando-as mais ou menos femininas, junto à forma e à silhueta.

[9] Tipo de decote ou peça do vestuário feminino que vai até a altura das axilas e que se sustenta por intermédio de barbatanas ou aderência da malha ou tecido, sem a necessidade de algo que a prenda aos ombros ou ao pescoço (SABINO, 2007, p. 582)

Uma peça cuja forma e volume sejam uma interpretação do guarda roupa feminino, devido aos detalhes, textura e cor a peça, apresenta características atribuídas ao feminino, conforme apresentam as figuras 20 e 23. A primeira apresenta uma faixa na cintura, o tecido acetinado e com estampa floral e a segunda a cor vermelha do casaco dá um toque de feminilidade ao *look*.

4.6.2 Análise comparativa

Os dados e interpretações no item anterior correspondem a uma parte da pesquisa. As informações obtidas servem como base para que se verifiquem as características de feminilidade abordadas nas capas da revista *Manequim*.

Na história da moda, a feminilidade vem apresentando características diferenciadas baseadas nas transformações sociais e culturais. Strey (2000, p.150) afirma que a feminilidade que a roupa pode expressar tem um significado concreto em cada periodo da história humana.

Logo, a partir da complexidade das teorias sexo / gênero nesta presente análise, algumas caracteristicas relacionadas à femininilidade foram identificadas. A análise de índice de feminilidade corresponde ao conceito associado à sexualidade e a corporeidade através da atração do olhar para determinada parte do corpo.

O tratamento dos dados para esta análise do painel semântico, conforme apresentam os campos 4 e 5, foi obtido a partir das investigações da autora Káthia Castilho (2004), cujas observações partem da relação do corpo, o sujeito e a moda, através da linguagem do vestuário, com seus significados presentificados a partir do sujeito.

O intuito é verificar a aproximação da plástica da moda ao corpo, neste caso, o corpo feminino, onde as linguagens visuais possibilitam averiguar as feminilidades propostas nas capas da revistas *Manequim*. A atenção do olhar de acordo com os elementos da linguagem visual caracteriza esta análise, na qual em conjunto, os

detalhes, as formas, os volumes, as texturas, comunicam características relacionadas a um corpo vestido.

A atração do olhar é um fazer-ver que segundo Castilho (2004) está associado ao efeito de sedução, provocação e identidade tendo em vista um individuo que mostra-se para ser olhado e o outro que quer olhar para ver.

A anulação, realce e acentuamento do corpo foram observados através desta pesquisa, levando-se em conta o corpo natural. O velar o corpo e o não velar através da roupa é mencionado nesta análise, ou seja, a atração do olhar entre ocultar partes do corpo, revelar outras partes geram discursos e narrativas na história da moda em contextos diferenciados.

A seguir, veja a tabela 7 relacionando ao resultado das análises observando quantitativamente os índices de feminilidade (baixo, médio, alto e unissex) nas capas de revistas analisadas.

Campo 4-Painel semântico/por década- 38 capas

Década	Alto índice de feminilidade	Médio índice de feminilidade	Baixo índice de feminilidade	Unissex
1960-1969	02	0	03	0
1970-1979	01	02	0	02
1980-1989	05	01	01	01
1990-1999	06	02	01	0
2000-2010	06	05	0	0
TOTAL	21	09	05	03

Tabela 7- Índice de feminilidade/por década em 38 capas

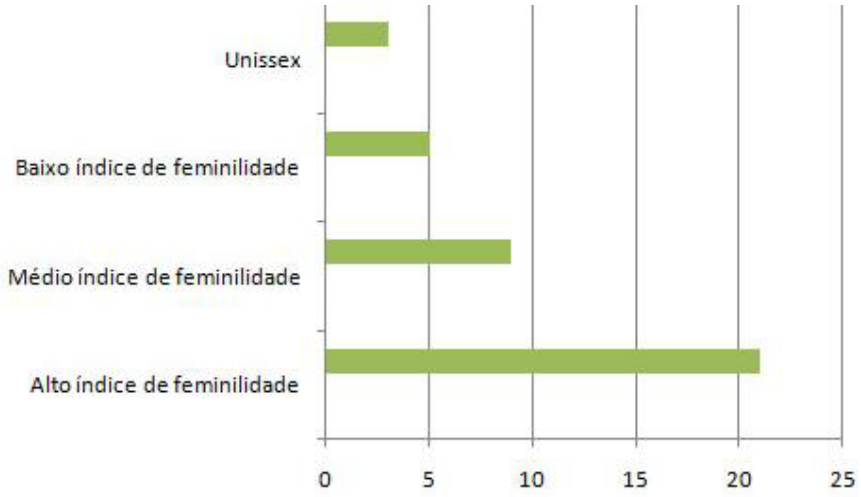


Gráfico 1- índice de feminilidade por década em 38 capas

Na tabela 7 e gráfico 1, é notório observar que nas capas analisadas há o predomínio do alto índice de feminilidade. Das 38 capas, 21 capas apresentam alto índice, enquanto 11 capas oscilam entre baixo e médio índice de feminilidade. O estilo e a moda unissex nas capas da revista Manequim são pouco utilizados, apenas 3, segundo o gráfico 1.

As linguagens visuais apresentadas pelas capas de revistas observadas direcionaram os resultados obtidos no gráfico acima, cuja análise e interpretação partem da investigação apoiada nas teorias que fundamentaram a pesquisa.

Seguem algumas considerações e síntese das características de feminilidade identificadas na análise das capas por década:

1. Década de 1960

- As peças que apresentaram um alto índice de feminilidade possuem as seguintes características:

a) Atenção da roupa voltada para a parte superior (ombros e braços) e inferior do corpo (pernas);
b) Textura, cor, detalhes marcantes com muito elementos;

c) Ocultação de partes do corpo, velar e não-velar;
d) Silhueta próxima ao corpo;
e) Uso de vestidos e saias.

- As peças com baixo índice de feminilidade:

a) Distanciamento do corpo feminino;
b) Volume na parte superior da roupa;
c) Golas e mangas compridas;
d) Textura rígida;
e) Golas volumosas e decotes fechados;
f) Peça de origem masculina.

Na década de 1960, o uso de saias e vestidos caracterizaram uma feminilidade mais distante do corpo anatômico, alterando as formas e sinuosidade feminina, especificamente no início da década, com os braços cobertos por mangas compridas.
O predominio é de baixo índice de feminilidade, mesmo com o uso de vestidos e saias, peças eminentemente femininas, com o uso de golas e mangas que escondem o corpo. No entanto,no final da década, o uso de calças apresenta uma nova proposta de feminilidade em que os detalhes, cores e texturas são imprescindíveis para a dissociação entre o masculino/feminino. O uso de gravatas ou outras peças originalmente utilizadas pelos homens diminuíram o índice de feminilidade das roupas do vestuário feminino.

2. Década de 1970

- As peças que apresentam um alto índice de feminilidade possuem as seguintes características:

a) Forma próxima ao corpo;
b) Uso de saias e vestidos;
c) Ocultação e evidência de partes do corpo;
d) Uso de babados;
e) Decote em V;
f) Tecidos com textura brilhosa.

- As peças que apresentam um médio índice de feminilidade seguem:

a) Apropriação do vestuário masculino (calças, gravatas ,etc), porém, modificadas ao corpo feminino com o uso de detalhes, por exemplo, com faixas que evidenciam a cintura;
b) Volume nos membros superiores;
c) Sobreposições de roupas, ocultando o que poderia ser revelado com os decotes profundos;
d) A textura, cores e detalhes deixam o *look* mais feminino, mesmo que a forma original da peça do vestuário seja masculina.

- Nas peças que apresentam de baixo indice de feminilidade à unissex, em geral houve uma negação do corpo feminino, por peças de origem masculina e volume nas mangas, com cores e tecidos neutros.

A predominância de médio índice de feminilidade a uma moda unissex segundo a tabela do campo 5 apresenta a atenção do olhar para os ombros e sobreposições de peças que ocultam ou mesmo anularam a sinuosidade do corpo feminino. Já no final da década o uso de vestidos ou detalhes como bordados, faixas, cinto, decotes mais profundos deram uma feminilidade ao *look*.

3. Década de 1980

- As peças que apresentam um alto índice de feminilidade têm as seguintes características:
  a) Ênfase na atração do olhar para a cintura e quadril, acentuando a cintura e aumentando o quadril no início da década;
  b) Detalhes como laços, bordados e franzidos;
  c) Uso de vestidos e saias;
  d) Decote profundo, atenção do olhar para o colo feminino;
  e) Sobreposição com roupas femininas, por exemplo corpete, transparências;
  f) O uso de drapeados e balonês;
  g) Textura com fluidez dos tecidos;
  h) As ombreiras sao utilizadas, mas de forma a evidenciar o olhar para o colo feminino à mostra;
  i) O velar e o revelar, com o uso de mangas em contraponto com os decotes mais profundos;
  j) Aproximação do corpo feminino natural, mesmo nas formas mais soltas ao corpo.

- Quanto ao baixo e médio índice de feminilidade são verificados:

  a) Camisa de origem masculina abotoada até o pescoço, no entanto, os detalhes com bordados;
  b) Formas distantes do corpo feminino, no entanto, o uso de cinto e detalhes deram uma maior feminilidade ao *look;*

Este contexto da década de 1980, embora a maioria das peças apresentassem ombreiras, característica da moda desta época, e que o look tenda a uma moda unissex pela forma volumosa e roupas características do vestuário masculino, houve a atração do olhar para a cintura.

Nesta década há o predomínio do alto índice de feminilidade, com grande influência do vestuário masculino no inicio da década. Portanto, no final da década os vestidos foram predominantes, e os colos e busto que no início da década,eram ocultados ou pela sobreposição das peças ou uso de camisas ou blusas com decote bastante fechado.
Percebe-se um novo olhar sobre o vestuário feminino. Até meados da década há uma ocultação do corpo, já no final da década foram enfatizadas, e feminilidade é caracterizada pela a atenção ao colo e os quadris.

4. Década de 1990

A década de 1990 apresentaram em geral de médio a alto índice de feminilidade, com predominância de vestidos. As seguintes características foram associadas ao alto índice de feminilidade:

a) A forma da roupa acompanha a forma do corpo, ou seja, houve uma maior aceitação do corpo pela plástica da roupa;
b) Atenção para os ombros nús;
c) Pouco volume e detalhes nas peças;
d) Roupas justas;
e) Decote profundo e atenção para o colo e seios femininos;
f) Texturas florais e étnicas;
g) Detalhes como bordados chamando atenção ao decote;
h) Drapeados e costas à mostra.

- Quanto ao médio índice e baixo índice de feminilidade tem-se as seguintes observações:

a) Mesmo peças de origem feminina como as camisas, são atribuidas com um médio índice devido ao uso de transparências dos tecidos e estampas florais. O mesmo acontece com os vestidos, peças originalmente femininas.

No entanto, quando os tecidos são mais rígidos e a forma mais simétrica, a sinuosidade é anulada pela pouca ênfase dada à modelagem.

Na década de 1990, as capas da revista Manequim revelaram uma tendência ao uso de vestidos. A feminilidade estava nos decotes profundos e nas formas mais justas ao corpo. Em geral, a atenção do olhar estavam voltadas para o colo e para os seios femininos. Embora os vestidos sejam mais justos, a cintura e o quadril estavam conforme a anatomia do corpo de quem a veste, sem que haja artifícios que avolumem os quadris ou diminuam as cinturas.

5. Década de 2000

O alto índice de feminilidade é dado devido às características ressaltadas na década anterior. No entanto, revela-se a atenção voltada para o colo feminino em diversas formas de decotes. A feminilidade nesta década tem características diferenciadas. Ver as figuras 28, 29 e 30.

Figura 28, 29 e 30: Revista Manequim agosto/2002, setembro/ 2004 e agosto/ 2007
Fonte: internet

Embora na maioria da capas analisadas apresentem vestidos, o destaque está na democratização dos estilos e a feminilidade de diferentes formas, seja na aceitação do corpo pela plástica da roupa ou mesmo com o uso de volumes e camadas que ocultam a forma do corpo feminino, no entanto, não anulam as formas.

No exemplo apresentado nas capas (fig. 28 a 30) não propõem vestidos, mas peças que valorizem as formas do corpo feminino, com detalhes e texturas femininas, e mesmo que as peças sejam de origem masculina, como apresenta a figura 30, em que a parte superior foi inspirada no guarda roupa masculino, é utilizada com uma saia lápis justa ao corpo e o uso do cinto. Detalhes, texturas e estampas evidenciam a feminilidade nas roupas.

Os vestidos (ver figura 31, 32 e 31), destaque desta década, também apresentam formas, volumes e texturas diferenciadas. No entanto, sempre evidenciando o corpo feminino, uma aceitação do corpo pela plástica da roupa, velando e revelando uma sensualidade não mais passiva ao olhar masculino. A sexualidade é revelada pela diversidade de estilos, formas e volumes.

Figura 31, 32e 33- Revista *Manequim* setembro 2008, 2009 e agosto/ 2010
Fonte: própria

4.7 Considerações finais da análise

Salienta-se que as capas da revista *Manequim* analisadas podem ser consideradas fontes históricas da transformação do vestuário no Brasil, dada a particularidade da revista, que se preocupa em traduzir uma moda nacional, cujo vestuário está condizente com os aspectos climáticos, geográficos e étnicos, visto que as mulheres nas capas apresentam corpos mais próximos do corpo real da brasileira.

A análise permitiu compreender o programa narrativo do vestuário em relação a um corpo que o contém. Um outro fator determinante para a associação do vestuário com a identidade foi observar que já no final da década de 1970 a revista apresentava em suas capas personalidades de novelas e celebridades, elaborando um discurso em torno das preferências destas mulheres no cotidiano e os *looks* utilizados por estes personagens em filme ou novela.

No Brasil, a influência das novelas no vestuário das mulheres é evidente, basta olhar nos blogs e sites de relacionamento, para verificar os pedidos feitos pelo *looks* utilizados por esta ou aquela personagem. Chataignier (2010) aponta que a partir da década de 1980 a televisão lança modismos e os modelos propostos, ao entrarem nos meios de comunicação de massa, tornam-se formadores de opinião.

A revista *Manequim* adota tendências trazidas dos desfiles e apresentam algumas propostas feitas por estilistas brasileiros. Outras peças são vistas pelos personagens das novelas e posteriormente são vistos nas revistas. Uma infinidade de estilos é proposta através do estilo de vida das personalidades.

Ao se voltar para as análises das capas selecionadas, tendo em vista o período compreendido na presente pesquisa, desde as primeiras revistas Manequim na década de 1960 até a primeira década do século XXI, foram refletidas não apenas a configuração do vestuário, a linguagem visual adotada, como também a representação dos papéis sociais das mulheres neste período no Brasil, informações sobre as mudanças sociais, econômicas, culturais e políticas advindas das transformações na sociedade.

Essas mudanças na identidade feminina, frente às mudanças tecnológicas e socioeconômicas, refletem no consumo de bens, especificamente o vestuário e transforma o vestir das mulheres.

A feminilidade atribuída à linguagem do vestuário pode ser diferente de acordo com a proposta da revista. Seguem-se modelos dominantes, hegemônicos e consequentemente aceitos na sociedade, ou se propõe uma subversão, irreverência diante da diversidade de estilos e múltiplas identidades, em contínua mudança. A revista *Vogue* e a *Elle*, por exemplo, na contemporaneidade, apresentam em suas capas um vestuário e uma imagem de moda distantes da realidade dos aspectos relacionados às características da mulher brasileira (Ver figura 34, 35 e 36).

Fig.34 - Revista *Manequim* set/2010 **Fig.35 - Revista *Vogue* set/2010** **Fig.36 - Revista *Elle* set/2010**

Embora o discurso não seja analisado, como foi proposto por Barthes (1967), que observou a imagem apoiada no texto escrito nas capas e editoriais, os resultados das análises refletem a constituição do vestuário feminino, sem observar os adereços e acessórios que complementam o estilo. A pesquisa visa averiguar a plástica da moda em conformidade com o corpo feminino e a feminilidade proposta através da linguagem visual.

Partindo do preceito da feminilidade relacionada à sexualidade, observou-se nas análises que o índice de feminilidade está nesta aproximação com o corpo real da mulher, exaltando a região do busto, cintura e quadril, sendo o fator que ainda hoje distingue os sexos. Esse resultado corrobora a visão de Castilho (2004) quando afirma que nos corpos femininos, mesmo com o uso de roupas masculinas, essas constituições são naturalizadas, as mulheres apresentam o quadril mais largo do que os homens e os homens apresentam o tórax mais largo.

Na análise e tratamento dos dados algumas características, foram visíveis no que tange às mudanças sociais e às mudanças do vestuário, a começar pela década de 1960, quando as roupas das primeira capas apresentadas ainda tinham muita influência do vestuário europeu. Embora algumas capas da análise desta década não contenham informações sobre o mês de lançamento, nos meses seguintes, verifica-se uma moda brasileira ainda incipiente. A partir da década de 1970, já são mostradas peças de estilistas brasileiros e uma adaptação ao estilo local.

As características de feminilidade sofreram mudanças significativas, em se tratando das peças do vestuário. Nas revistas examinadas, a maioria apresentava em suas capas vestidos, que é uma peça exclusivamente feminina. É percebida não apenas uma mudança na silhueta baseado na plástica da roupa, mas uma mudança no próprio corpo feminino ao longo das décadas. Na década de 1960, o ideal de corpo feminino eram formas mais achatadas; as próprias roupas e peças íntimas contribuíam ao achatamento das curvas femininas. Com as revoluções sociais, nesta década, as mulheres começaram a participar mais ativamente da sociedade, surgiu o movimento de contra cultura, acontecimentos libertários e criação da pílula anticoncepcional, que possibilitou às mulheres participarem ativamente nas decisões pessoais, cujos princípios ainda eram muito tradicionais e as aprisionavam.

Como afirma Gilda Chataignier (2010), a moda libertária e jovem desta época (década de 1960) teve grande aceitação das brasileiras. Ao mesmo tempo em que as brasileiras adotavam os estilos que vinham da Europa nesta época da história da moda e já tentavam criar uma identidade própria, uma vez que, em geral, as brasileiras não tinham recursos para consumir a moda vinda de fora ou da alta-

costura, entretanto mandavam uma costureira caseira copiar e adequar o vestuário à realidade local (CHATAIGNIER, 2010).

Na década de 1970, as capas das revistas apresentavam uma variedade de estilos, desde calças, saias e vestidos. A moda recebeu influência do movimento *hippie,* a silhueta/forma e volumes mostrados nas capas foram desde a cintura marcada à forma solta ao corpo. As imagens do vestuário mostravam uma moda mais democrática, para todos os gostos e estilo. Embora nesta época o estilo *unissex* estivesse em voga, nas capas da revista predominava uma feminilidade diferenciada das épocas anteriores; uma feminilidade que brincava com as características do vestuário masculino. Uma certa adequação do guarda-roupa masculino ao feminino, por exemplo, vestidos com grandes golas e mangas compridas, mas com a atenção voltada para a cintura.

Conforme observado na capa da revista da figura 24 (p.115 desta dissertação), o *look* proposto é *unissex*: uma camisa, gravata, suéter e calça, no entanto, o casaco vermelho destaca a sensualidade feminina numa roupa de origem eminentemente masculina.

No final da década de 1970 já foi verificado o uso das ombreiras. Na década de 1980, assinalou-se um período em que as mulheres estavam mais inseridas no mercado de trabalho e as lutas feministas no auge. Hollander (1996) afirmava que o uso das ombreiras parecia mostrar que as mulheres queriam imitar a impressão de força causada nos homens.

As formas amplas e estruturadas da década de 1980 podem ser consideradas uma adequação ao vestuário masculino, que continua em voga. As mulheres estavam buscando visibilidade em todos os setores, tanto na vida pública quanto na vida privada. Nas capas analisadas foram perceptíveis as diversas formas de vestuário utilizando-se das ombreiras, desde peças volumosas no início da década de 1980 aos vestidos com drapeados, como mostra as figura 20,21 e 22 (página 115) apresentadas.

Nas décadas analisadas, a partir da década de 1960 a meados da década de 1980, algumas roupas contidas nas capas (figura 37 e 38) eram bastante fechadas na parte superior, com camisas abotoadas até em cima. Segundo Lurie (1997, p.244)

"roupas agasalhadas e abotoadas (sem revelar as formas) são sentidas como envolvendo uma pessoa rígida, eroticamente contida". Esta observação pode ser baseada nas mudanças da mulher na sociedade, principalmente para se mostrar ao mercado de trabalho.

Fig.37- Revista Manequim agosto/1985
Fonte: Acervo : curso de Economia Doméstica/ UFRPE

Fig.38- Revista Manequim set/1987
Fonte: Acervo do curso Economia Doméstica/ UFRPE

Em meados da década de 1980, a atenção continuou na parte superior do corpo, mas de forma diferenciada. As ombreiras foram substituídas por grandes volumes nas mangas e golas. No final da década de 1980, a parte superior do corpo feminino é destacada (figura 38 e 39), o colo e os braços nus propõem uma feminilidade calcada na sexualidade; um corpo que seduz revelando partes do corpo feminino, concentrando-se no colo e braços.

Fig.39- Revista Manequim ago/1984
Fonte: Acervo curso de Economia Doméstica/ UFRPE

Fig. 40- Revista Manequim ago/1988
Fonte: Acervo curso de Economia Doméstica/ UFRPE

Nas décadas seguintes verifica-se uma maior feminilidade, ou mesmo o retorno da feminilidade antes da década de 1960. No entanto, com novos rumos, pois a feminilidade não está mais associada à passividade, ao casamento e à maternidade dos séculos anteriores, e sim a uma feminilidade ligada aos prazeres do corpo, voltada para a satisfação própria.

Desde a década de 1980 as academias passaram a ser um lugar bastante frequentado pelas mulheres, mudando a estrutura do corpo feminino. Segundo Chataignier (2010), o corpo bem delineado era regra absoluta e muitas roupas de ambos os gêneros foram adpatadas ao *look* baseado nos esportes e nas academias.

Em 1990 o corpo feminino ganha notoriedade com um vestuário ajustado, a sinuosidade do corpo é revelada através das roupas, numa simplicidade e tendência minimalista.

Chataignier (2010) afirma que um dos modismos dos anos 1990 eram as formas amplas, como bermudas e shorts, com silhueta longa, ainda com grande influência dos anos de 1980, mas sem exageros. Nas capas analisadas da revista Manequim, embora o *corpus* analítico esteja compreendido entre os meses de agosto e setembro, as revistas evidenciam o uso de vestidos em seus *looks* em contraste com estes modismos.

No início do século XXI, as capas da revista Manequim apresentavam em sua maioria vestidos. A atração do olhar estava nos decotes de diversas formas, enquanto na década de 1990 os vestidos eram justíssimos. Na década de 2000 estavam mais fluídos e, em ambos, a plástica da roupa era adequada ao corpo feminino anatômico

Já na década de 1990 o busto feminino estava mais natural. Na década de 2000 os silicones ganharam destaque e esta mudança refletiu no vestuário. Na década de 1990, a atenção foi para a parte superior e os vestidos justos, onde a silhueta era enaltecida na sua forma “natural” conforme o padrão de beleza vigente. Já na década de 2000 os vestidos apresentavam-se justos, fluídos, acinturados. Não existe um padrão de silhueta, mas uma infinidade de propostas. O conceito de feminilidade se estendeu em diversas características conquistadas das décadas anteriores. No entanto, destaca-se uma feminilidade onde os decotes ganham

novas proporções; os vestidos que na década de 1980 estavam esquecidos, e eram usados à noite em festas (Chataignier, 2010), no século XXI, passam a ser usados em qualquer ocasião, seja no trabalho, no lazer durante o dia ou mesmo à noite; seja em dias de sol ou dias de chuva.

A linguagem visual dos vestuários analisados corrobora com a feminilidade proposta pela revista *Manequim*, pois as mudanças advindas dessa transformação no vestuário são observadas através das capas. No entanto, pode-se concluir que existe uma visão de feminilidade não passiva ao olhar masculino, mas sim uma feminilidade 'mais segura'. Isso ocorre devido à demonstração dos *looks* que são retirados de propostas já traduzidas pelo sistema da moda, os quais, em sua maioria, foram mostrados nas novelas. Os personagens das novelas apresentam uma personalidade, anseios, vivências, que são representados na sua aparência. Então, se formos analisar esses perfis, pode-se chegar a compreensões mais apuradas se estes personagens advêm da mulher comum ou se são visões estereotipadas dos papéis sociais e das relações de pertencimento na sociedade. Sendo assim, embora a feminilidade verificada apresente uma visão da mulher segura e ativa, verificar se a revista apresenta visões hegemônicas requer mais pesquisas, principalmente de recepção e de análise do discurso.

Se no início da década de 1960 e 1980, a moda ainda tinha uma influência mais direta das tendências mundiais, na década de 1970 os *looks* mostravam um vestuário adequado a uma brasilidade, como e por que afirmar essas constatações?

Embora a análise esteja baseada na leitura do vestuário e observação das características de feminilidade de cada década, mesmo que tenha sido analisado a linguagem visual, as capas apresentam uma linguagem verbal atrelada a ela, que contribui para esta constatação, exaltando uma feminilidade confiante de uma mulher que pode executar sua própria roupa e customizar de acordo com suas preferências e com padrões e gostos advindo da cultura brasileira.

Nas capas da revista *Manequim* não existem ambiguidades de sexo ou gênero comparadas a outras revistas de moda no mundo. Esta é mais uma característica que ratifica a pergunta acima, pois a revista valoriza as características do corpo brasileiro, segundo fatores étnicos, biológicos e culturais.

Segundo Crane (2006), as feministas veem a feminilidade hegemônica como algo que incorpora padrões masculinos de aparência feminina, os quais enfatizam os atributos físicos e a sexualidade. Ainda segundo a autora (2006), outras observadoras que ela entrevistou afirmaram que as culturas, cujas fotografias de moda definem as mulheres como objetos sexuais e impõem padrões de perfeição corporal, impõem e influenciam as mulheres a sujeitar seus corpos às cirurgias estéticas que o modifiquem.

O olhar sobre a feminilidade é diferenciado por diferentes contextos e autore. Num estudo feito por Crane (2006) sobre a feminilidade exposta nos anúncios publicitários da revista *Vogue*, a autora mostra que algumas das mulheres entrevistadas não veem a feminilidade hegemônica como sinal de fraqueza e passividade, e sim de "controle de sua sexualidade".

É nas capas das revistas que se encontra o primeiro olhar sobre a proposta do vestuário. Todavia, averiguar se a proposta das capas de revistas são visões hegemônicas e estereotipadas das visões sobre os papeis femininos exposto através de sua roupagem requer pesquisas subsequentes. Crane (2006, p.406) teoriza que:

> Se é verdade que o vestuário exprime a ambivalência que cercam as identidades sociais, as fotografias de moda tendem a sujeitar-se a diversas interpretações, pois apresentam identidades diversas que se entrecruzam e refletem a complexidade de se definirem identidades na cultura contemporânea.

Neste caso, nas capas verificadas não é observada a feminilidade de acordo com a fotografia de moda, em relação à imagem como um todo. Na presente pesquisa é apresentada a feminilidade contida nas roupas, em relação a um corpo que o contém. As roupas enviam mensagens sobre a feminilidade proposta pela revista. Embora a revista *Manequim* apresente personalidades de novelas, e estas são revestidas de significados de acordo com o estilo de vida e aspectos relacionados ao cotidiano de diferentes mulheres, o vestuário traduz essas identidades simuladas.

Algumas revistas de moda mostram, através das poses e expressões faciais, a personalidade da roupa, a sexualidade e outros aspectos de gênero/sexo. No caso da revista Manequim, são observados outros contextos de pesquisa averiguando a linguagem visual das roupas. Entretanto, esta linguagem está associada à característica desta revista no contexto da cultura brasileira, já que as capas mostram modelos traduzidos pela tendência geral e têm aceitação pela cultura popular, tendo em vista a grande quantidade de revistas vendidas, principalmente os moldes oferecidos, que também registram esta particularidade de aceitação da revista no Brasil.

Outro aspecto a serem notados é que a revista *Manequim* em seus looks propostos não apresentam androgenia, enquanto algumas revistas de moda reforçam este aspecto em suas capas e publicidade.

Capítulo 5

5. Conclusão

As questões sobre gênero são relevantes para o estudo de qualquer área do conhecimento, possibilitando uma investigação sobre o meio social e cultural, além de verificar as transformações neste contexto. Há poucos estudos relativos às relações de gênero no design, e ainda é uma área pouco explorada que requer novas reformulações para o fazer design.

O designer em qualquer área de sua especialidade projeta produtos/objetos visando a determinado público. Para tanto, a melhor compreensão desses artefatos proporciona projetos mais viáveis.

Nesta pesquisa, na fundamentação teórica, ao perpassar por modelos estereotipados e sexistas dos artefatos inseridos na sociedade, foi possível reforçar a relevância deste conhecimento, para compreender o quanto os designers entre outros profissionais contribuem para disseminar comportamentos e estilos não adequados com os anseios da contemporaneidade, onde os papeis de gênero sofreram transformações importantes no contexto mundial.

Acerca das identidades e como este discurso é visto neste contexto, há várias teorias sobre gênero, cada qual com sua complexidade, no entanto, para este estudo, foi pertinente observar a feminilidade apresentada nas capas de revistas de moda utilizando estes conceitos para reforçar o sujeito como ser biológico e cultural, cujas narrativas em relação à sociedade são modificadas e estão em transformação. Fato observado na mudança dos trajes femininos ao longo das décadas.

Observando o sistema da moda, a proliferação das imagens nas culturas da mídia e o conteúdo expresso nas análises, torna-se possível localizar as revistas de moda como fonte de pesquisa e observação do cotidiano dos indivíduos. A amplitude de pesquisas relacionadas aos anúncios publicitários e discursos das revistas mostra-se presente neste sentido.

As revistas de moda traduzem ou trazem o simbolismo no qual a cultura está inserida, é um artefato predominantemente feminino. Se verificado que as

questões de gênero partem das lutas das mulheres pela conquista do espaço público, as revistas podem se constituir um reflexo de como as mesmas estão estabelecendo os seus papéis sociais.

Mesmo que algumas revistas de moda apresentem uma visão de gênero hegemônica ou contra a emancipação da mulher, de acordo com as visões feministas ou de estudiosos sobre a luta da mulher na sociedade, nota-se que a revista influencia e é influenciada pelo meio social, vista a aceitação de sua leitora por determinado grupo de atores sociais.

Ao adquirir e comprar as revistas de moda há uma relação de pertencimento estabelecida. As capas exercem à primeira vista esta relação direta com o usuário, como teoriza Featherstone (1995) quando afirma que o indivíduo moderno tem consciência de que seus bens irão comunicar aspectos de sua personalidade.

As revistas de moda constituem um artefato do design gráfico, onde vários profissionais participam de sua configuração e cada qual é responsável pela unidade da revista e discurso que serão identificados pelos consumidores.

Cada revista de moda possui uma linguagem e uma mensagem atrelada ao seu conceito editorial. Estudar as diferentes formas de feminilidade propostas na sociedade em questão pode ser considerado uma forma de se compreender o significado que a roupa pode expressar em cada período da história humana.

As feminilidades identificadas na revista *Manequim* relacionadas ao espaço privado e público evocam mensagens que são compartilhadas por determinado grupo social, de acordo com idade, sexo, classe, entre outros, conforme mostra os gráficos com o perfil do consumidor apresentados pela Editora Abril (localizados na p. 72 desta dissertação). Logo, o contexto da mensagem pode variar de acordo com este perfil do consumidor.

As análises e teorias que embasaram a pesquisa permitiram observar o fenômeno da moda pelo viés da comunicação através da cultura das mídias. Os vestuários verificados nas capas da revista *Manequim* participam de um dos vários discursos narrados pelas revistas de moda. Cada narrativa proposta pelas revistas de moda dissemina valores e pode influenciar as identidades sociais e de gênero.

Cada peça do vestuário, sejam as ombreiras, as roupas de masculina, os grandes volumes das mangas, as saias curtas, os vestidos em diversas formas etc., apresentam conformidade com a identidade da mulher e como elas próprias se identificam perante o outro e a sociedade.

No contexto geral sobre a feminilidade e o vestuário, embora a sociedade contemporânea tenha se modificado acompanhada pela mudança do vestir, a revista *Manequim* apresenta uma feminilidade conforme padrões sociais aceitos culturalmente, visto que as capas analisadas não apresentam ambiguidade de gênero nem padrões corporais 'ilusórios'.

A feminilidade verificada nas capas em geral é esboçada para a atração do olhar sobre o corpo e a roupa. Verifica-se a atenção para os seios, pernas e cintura, cujas diferenças corporais diferenciam os sexos, conforme teoriza Castilho (2004).

Em relação à identidade feminina, as feminilidades nas capas e no conteúdo da revista nas primeiras edições já mostravam uma mulher mais 'liberta' dos papéis tradicionais associados ao feminino, como maternidade, casamento e passividade. Apesar de contradições e conflitos existentes na averiguação das mensagens das capas, em que grande parte do conteúdo da revista seja associado com atividades tradicionalmente atribuídas às mulheres, como costura, cozinha e beleza, a revista traz também sugestões de roupas para o trabalho e informações de moda no mundo, indicando leituras de livros e viagens, além de informar as leitoras sobre os trabalhos relacionados ao mercado da moda.

As características de feminilidade vistas nestes últimos cinquenta anos não estão apenas no corpo e na linguagem visual, e sim neste acúmulo de transformações sociais destes conceitos verificados até hoje.

Outro dado importante verificado durante a pesquisa está no sistema da moda, na qual a revista *Manequim*, que no início de sua publicação tinha grande influencia da moda vinda de Paris, ou seja, 'da elite para o povo'. Hoje estes ditames não são obedecidos rigidamente e a moda da rua sobressai, passando do efeito *trickle-dow* para o *boubble- up*.

O efeito *trickle - dow* começa do topo da elite da moda, com o lançamento da alta-costura ou estilo de alguma estrela pop, e assim as revistas mostram nas suas

edições e são massificadas. O efeito *Boubble – up* faz o percurso ao contrário, pois surge nas ruas, o mercado da moda se apropria e posteriormente é visto nas revistas de moda. (TREPTOW, 2003)

Percebemos a relevância da atenção dada ao gênero e ao design, principalmente quando o produto está diretamente relacionado à cultura das mídias, já que existe uma disseminação destas mensagens. Para tanto, o designer, ao estabelecer os parâmetros durante o processo de design e configurar estes produtos, necessita avaliar o usuário indo além do sexo e estilo de vida, compreendendo o seu papel (o do designer) perante a sociedade em disseminar valores tradicionais de gênero. E neste caso das revistas de moda, há também o designer de moda que cria as roupas para serem consumidas e apresentadas no mercado nacional e global, o fotógrafo, o produtor de moda entre outros que criam a narrativa a ser colocada nas capas. Logo, é necessário estabelecer, em conjunto, uma visão sobre o universo da mulher e suas conquistas.

A presente pesquisa possibilitou uma compreensão das linguagens visuais, ao identificar que cada elemento da mesma comunica e, junto com os demais, apresenta uma mensagem. Logo, a pesquisa pode possibilitar futuras percepções sobre as linguagens em design de moda na metodologia de design.

Os objetivos gerais e específicos foram averiguados na análise, sem deixar de enfatizar a elaboração do modelo de observação construído. A hipótese levantada, após as análises nos mostra que as linguagens visuais no vestuário contidos nas capas informam as características de feminilidade propostos pela revista.

O estudo da recepção é um dentre diversos caminhos que direcionam novas buscas para se compreender a moda e seu papel social (CRANE, 2009) propondo uma análise centrada no usuário. Contudo, esta pesquisa direcionou-se nesta investigação do vestuário através da percepção visual.

5.1. Contribuições da pesquisa

Seguem algumas contribuições e desdobramentos:

- Aplicação de pesquisas de gênero no âmbito do design, na observação do contexto do usuário neste universo. Ou seja, rever os conceitos tradicionais atribuídos aos papéis de gênero para produzir produtos que atendam as mudanças ocorridas neste cenário.

- A observação do papel do designer como decodificador de valores sociais, especificamente da identidade de gênero em diversos artefatos.

- Registro das capas das revistas de moda e sua relevância no design da informação, como fonte de pesquisas para a observância das questões de gênero.

- Verificação da informação através das roupas no que se refere às características de feminilidade decodificadas através das imagens contidas nas capas das revistas de moda.

Entre os futuros desdobramentos da pequisa estão:

- Realizar estudos de recepção para confirmar a influência da revista de moda no meio social.

- Possibilitar novas investigações diante da variedade de revistas femininas de moda, apresentando contextos diferenciados de feminilidade propostas.

- Enfatizar a percepção das linguagens visuais nos estudos de design de moda, cujas pesquisas possam ser aplicadas na configuração dos produtos de design.

As contribuições e desdobramentos nos mostram uma variedade de questões que podem ser estudadas pelo designer,em qualquer área de abragência, não apenas para ter conhecimento sobre as relações de gênero na cultura na qual estamos inseridos, mas também para priorizar as modificações do próprio indivíduo na nossa sociedade.

A análise das linguagens visuais é um entre vários meios de pesquisa para se compreender gênero e design. No entanto, a presente dissertação contextualiza alguns passos para seguir com outras pesquisas no âmbito do design. E no design de moda em que trata diretamente com os gêneros, é relevante refletir tais questões e aplicações em projetos.

Referências Bibliográficas

Referências Bibliográficas

AFLALO, Diana. **Dicionário de termos da moda: mais de 2000 verbetes para entender o mudo fashion inglês-portugues/português-inglês**. São Paulo: Publifolha, 2007.

ADELMAN. Miriam. Sexo,gênero, sujeito: uma entrevista com Alain Touraine. **Revista de Sociologia e Política**. Novembro nº 023. Universidade Federal do Paraná.Curitiba, Brasil. PP. 169 -174AD

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Trad. Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BAUTOT, François. **A moda do século.** São Paulo: Cosac & Naify edições, 2002.

BARTHES, Roland**. O sistema da moda**. Edições 70: Lisboa- Portugal, 1967.

BERLO, David K. **O processo da comunicacao : Introducao a teoria e a pratica**. Sao Paulo Martins Fontes,1982.

BOMFIM, Gustavo Amarante. Fundamentos de uma teoria transdisciplinar do design: morfologia dos objetos de uso e sistemas de comunicação. **Estudos em Design**, V. n.2, dezembro.1997. p. 27-41.

BUCKLEY, Cheryl. Made in patriarchy: toward a feminist analysis of women and design. **Design Issues**, V. 3, n.2. MIT Press Publication. Autumm, 1986. p. 3-14. Disponível em: www..jstor.org/stable/1511480. Acessado em: 16 de setembro de 2009.

BÜRDEK, Bernhard E. **História, teoria e prática do design de produtos**. Tradução Freddy Van Camp. São Paulo: Edgar Blücher, 2006.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de janeiro: Rocco, 2001.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo:Paz e Terra, 2001.

CARVALHO, Vânia Carneiro de. **Gênero e artefato. O sistema doméstico na perspectiva da cultura material**.São Paulo: Editora da universidade de São Paulo, Fapesp, 2008.

CASTILHO, Kathia; MARTINS, Marcelo M. **Discursos de moda: semiótica, design e corpo.** São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

_____. **Moda e linguagem**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

CARDOSO, Rafael. **O Design brasileiro antes do design**: **aspectos da história gráfica**, **1870-1960**. São Paulo: Cosac Naify, 2000.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura**. São Paulo: Annablume, 2005.

CHATAIGNIER, Gilda. **História da moda no Brasil.** São Paulo: Estação das letras, 2010.

CRANE. Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Ed.Senac, 2009.

DEL PRIORE, Mary. **Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil** . São Paulo: Ed. Senac, 2000.

_____. **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

DIAS FILHO, Clovis dos Santos. Design numa perspectiva cultural. In: **Encontro de Estudos Multidisciplinares em cultura,** 3., 2007, Salvador- Bahia. Anais eletronicos. 2007. Disponível em: www. cult.ufba.br. *enecult2007*/ClovisdosSantosDiasFilho.pdf. Acessado em: 9 de novembro de 2009.

DONDIS, A. D. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

EDITORA ABRIL. **A revista no Brasil**. São Paulo: Editora Abril, 2000.

FEATHERSTONE, Mike. **O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade**. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 1995.

FLÜGEL, J. C. **A psicologia das roupas**. São Paulo. Mestre Jou. 1966.

GARCIA, Carol. MIRANDA, A. P. **Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos.** São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia, CHASSOT, Sophia Seibel. O projeto gráfico de revistas: uma análise dos dez anos da revista capricho. In: **Conexão. Revista de Comunicação da Universidade de Caxias do Sul**, v.5, n. 10, jul.-dez./2006.

HALL, Stuart. **Identidade Cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.

HALL, S. Woodward, K. **Identidade e diferença, a perspectiva de estudos culturais.** Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas a evolucão do traje moderno.** Rio de Janeiro :Rocco, 1996.

KRIPPENDORFF. Klaus. Design centrado no ser humano: uma necessidade cultural. **Estudos em Design** ,v.8, setembro,2000. p 87-98.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Trad. Mariana Appenzeller. São Paulo: Papirus, 1996.

JONES,Sue J. **Fashion Design: manual do estilista.** São Paulo: Cosac & Naif, 2004.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar,2002.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das letras, 1989.

_____. **A terceira mulher: permanência e revolução do feminino.** Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo. Companhia das letras. 2000. 339 p.

LIRA, L. C. E. **Como se constrói uma mulher**: uma análise do discurso nas revistas brasileiras para adolescentes. 2009. Dissertação. (Mestrado em Lingüística) – Instituto de Letras, Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

LÖBACH, B. Design **Industrial – bases para configuração dos produtos industriais**. São Paulo: Editora Blucher, 2001.

LURIE, Alison. **A linguagem das roupas.** Rio de Janeiro : Rocco, 1997.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura & consumo: novas abordagens dos bens simbólicos e das atividades de consumo.** Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

MENDONÇA, João. G. R. RIBEIRO, Paulo. R. N. O Universo feminino como centro de interesse e de estudo em dissertações de mestrado: anotações de uma pesquisa bibliográfica**. In: Revista Ibero- Americana de estudos em educação**, 2009.

MESQUITA, Cristiane. **Moda contemporânea: quatro ou cinco conexões possíveis**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

MILLER, Daniel. **Consumption and everyday life: culture and identities**. London: SAGE Publications, 1997.

MOURA, Catarina. O desígnio do design. 4º SOPCOM, 2005. Anais eletrônicos, 2005. Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/moura-catarina-designio-design.pdf. Acessado em: 16 de novembro de 2009.

NACIF, Volpi. M.A. O vestuário como leitura do mundo. In: **XXIV Simpósio Nacional de História, 2007.** Disponível em :http://snh2007.anpuh.org/resources/content/anais/Maria%20Cristina%20V%20Nacif.pdf, 12/03/2009.

ONO, Maristela. Design **e cultura: uma sintonia essencial.** Curitiba: Edição Aurora, 2006.

O'HARA, Georgina. **Enciclopédia da moda: de 1840 à década de 80.** São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

OUDSHOORN, Nelly. ROMMES, Els. STIENSTRA, Marcelle. Configuring the User as Everybody: gender and design cultures in information and communication. **Science, Technology & Human Values.** V. 29, n.1, Sage publications, 2004. p.30-

63. Disponivel em: http://sth.sagepub.com at Capes. Acessado em: 16 de setembro de 2009.

ORDONES, Gabriela. **Vamos Garotas! Alceu Penna: moda, corpo e emancipação feminina. (1938-1957)**. Dissertação de mestrado. (Mestrado em moda, cultura e arte. Centro Universitário. São Paulo, 2007.

PORTELA. Cristiane. Revistas semanais de informação geral no Brasil hoje: conceituações e definições. In: **REGIOCOM**, 2009.

PUBLIABRIL. Disponível em: http://veja.abril.com.br/idade/publiabril/midiakit/veja/.Acesso em: 10 de janeiro de 2011.

SABINO, Marco. **Dicionário da moda.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

_____. **Comunicação e semiótica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

_____. **Cultura das mídias**. São Paulo: Experimento, 2003a.

_____. **Corpo e artes do pós humano: da cultura das mídias à cibercultura**.São Paulo: Paulus, 2003b.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Teoria da moda: sociedade, imagem e consumo**. São Paulo: Estação das letras e cores, 2009.

SCOTT, Joan. **Gênero: Uma categoria útil para análise histórica**. Educação e Realidade, v.20, n.2, 1995.

SCHMITZ, Daniela. BONIN, Jiani. A identidade feminina na recepção de moda em revista. In: **Revista Fronteiras- estudos midiáticos** 11(1)- p.44-53. Abril 2009.

SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SORGER, Richard. UDALE, Jenny. **Fundamentos do design de moda**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

SOUZA, Gilda M**. O espírito das roupas: a moda no século dezenove**. São Paulo: Companhia das letras, 1987.

STRE Y, Marlene Neves. **Mulheres e moda: a feminilidade comunicada através das roupas**. *Revista Famecos: Mídia, Cultura e Tecnologia*, Porto Alegre: Edipucrs, n. 13, p. 148-154, 2000

STOLLER, Robert J. **Feminilidade e masculinidade: apresentações de gênero.** Porto Alegre: Artes Médicas, 1993.

VAN DER LINDEN, Júlio. **Ergonomia e design: prazer,conforto e risco no uso de produtos.** Porto Alegre: UnRitter Ed, 2007.

VIEIRA, Josênia, A. A identidade da mulher na modernidade. In: **D.E.L.T.A. 21**: Especial, p. 207 – 238, 2005.

VILLAS-BOAS, André. O Design Gráfico como Objeto dos Estudos Culturais. In: **Estudos em Design**. v.7, n.1. Abril, 1999.

WILSON, Elisabeth**. Enfeitada de sonhos: moda e modernidade**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1985.

WONG, Wucius. **Princípios da forma e desenho**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

ZDENEK, Sean. Rising up from the MUD: inscribing gender in software design. ***Discourse ▫ Society***. V.10, Sage publications, 1999. p.379-490. Disponível em: http//das.sagepub.com *at* Capes. Acessado em: 16 de setembro de 2009.

Apêndices

mestrado ufpe em design

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: ano 01 Mês: julho

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Nº

Miniatura

1

Peças vestuário

2

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
			[x] Mantô		[ ] Tailleur
					[ ] Vestido

Linguagem visual

3

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[x] Lapela
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[x] Frias	[ ] Alças	[x] Mangas
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Militar
[ ] Assimétrica	[x] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Ombreiras
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Rendas
[x] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Suspensórios
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	[ ] Nesgas
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez		[x] Faixa|cinto	
[ ] Retângular	[ ] Volume reduz.			[x] Gola	
[ ] Simétrica				[ ] Gravata	
[ ] Triângular				[ ] Jabô	
[ ] Tulipa				[ ] Laços	

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂					X			FORMAS ♀
VOLUMES ♂					X			VOLUMES ♀
TEXTURAS				X				TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂					X			DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta um baixo índice de feminilidade. Considerando que a feminilidade na roupa aponta para o quadril e o decote, a silhueta desta roupa está mais solta ao corpo, não acompanhando a forma natural do corpo feminino, em que o corpo não é visto, é escondido pelo traje. O volume concentra-se na parte superior da roupa, com a gola e mangas grandes, e detalhes com o botão grande. O restante dos detalhes podem ser considerados como apropriação do vestuário masculino. A cor azul, embora na infância seja associada ao masculino, sugere intelectualidade, serenidade, confiança, amor e feminilidade.
A textura rígida do tecido e espessura sentida através da imagem sugere um tecido mais pesado, utilizado no frio, dando austeridade ao look.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe em design

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: Ano I Mês: _____

No

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

2

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[x] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[x] Blazer	[x] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[ ] Vestido

Linguagem visual

3

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Militar
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[ ] Ombreira
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Rendas
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[x] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Suspensórios
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[ ] P&B	[x] Bolso	[ ] Nesgas
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	
[x] Em Y	[x] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	
[ ] Em T	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez		[x] Gola	
[ ] Quadrada	[ ] Volume reduz			[ ] Gravata	
[ ] Retângular				[x] Jabô	
[ ] Simétrica				[ ] Laços	
[ ] Triângular				[x] Mangas	
[ ] Tulipa					

Painel semântico

4

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂	X							FORMAS ♀
VOLUMES ♂	X							VOLUMES ♀
TEXTURAS	X							TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂					X			DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta uma baixa incidência de masculinidade. A forma da peça é originalmente masculina, no entanto a roupa está mais próxima ao corpo natural, que é uma característica voltada ao vestuário masculino. O blazer é também peça apropriada do guarda-roupa masculino,
O volume concentra-se na parte superior da roupa, com o jabô e mangas.
O jabô que é um babadinho decorativo preso ao peito, é originalmente uma peça do vestuário masculino, no entanto no século XX tornou-se um detalhe exclusivamente feminino.
A cor rosa é o auge da feminilidade, associado ao sentimento e ao amor.
A textura sugere austeridade.
O look total mesmo sendo origalmente masculino,sugere uma nova feminilidade, pela cor rosa e o jabô. Elegante e ao mesmo tempo não revela as curvas do corpo feminino, sendo uma peça muito utilizada e popular entre as mulheres desde a década de 1970, como componente do estilo executivo.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado ufpe em design
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: Ano I Mês: _____

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [x] inteiro
- [ ] meio corpo

No

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Mangas
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[ ] Militar
[ ] Alongada	[ ] Justo	[x] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Ombreiras
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Rendas
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Suspensórios
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[x] Quentes	[x] Cortes|fendas	[ ] Nesgas
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez		[x] Franzido	
[ ] Retângular	[x] Volume reduz			[ ] Gola	
[ ] Simétrica				[ ] Gravata	
[ ] Trapézio				[ ] Jabô	
[ ] Triângular				[ ] Laços	
[x] Tulipa					

3

Painel semântico

4

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂						X		FORMAS ♀
VOLUMES ♂						X		VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta tende a um alto índice de feminilidade. A forma da peça é feminina, remetendo ao estilo império, cuja atenção principal está no busto e na parte inferior com as pernas descobertas. A cintura é deslocada para a parte abaixo do busto dá um toque de feminilidade à peça.
No entanto, as mangas e o decote fechados dá a impressão do não velado, insinuando a forma do corpo e trazendo para as pernas o olhar. O pouco volume do vestido equilibra a forma, dando uma delicadeza ao look.
O detalhe do franzido que dá forma ao corpo.
As cores vibrantes chamam atenção ao look. O amarelo está relacionado à vitalidade, energia e o estampado com grafismo e colorido sugere euforia e originalidade.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado ufpe em design

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1965 Mês: Abril

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Nº

Miniatura

1

2

- [ ] Avental
- [ ] Bata
- [ ] Bermuda
- [ ] Blazer
- [ ] Blusa
- [ ] Bolero
- [ ] Bustiê
- [ ] Calça
- [ ] Camisa
- [ ] Camiseta
- [ ] Cardigan
- [ ] Chemisier
- [x] Casaco
- [ ] Colete
- [ ] Frente única
- [ ] Jaqueta
- [ ] Kaftã
- [ ] Jardineira
- [ ] Lingerie
- [ ] Macacão
- [ ] Pelerine
- [ ] Regata
- [ ] Saia
- [ ] Short
- [ ] Sobretudo
- [ ] Suéter
- [ ] T-Shirt
- [ ] Top
- [ ] Smoking
- [ ] Trench Coat
- [ ] Tailleur
- [x] Vestido

Linguagem visual

3

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Militar
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[x] Frias	[ ] Alças	[ ] Ombreiras
[ ] Alongada	[ ] Justo	[x] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Rendas
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Suspensórios
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Nesgas
[x] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	
[ ] Em Y	[x] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez		[x] Gola	
[ ] Retângular	[ ] Volume reduz.			[x] Gravata	
[ ] Simétrica				[ ] Jabô	
[ ] Triângular				[ ] Laços	
[ ] Tulipa				[ ] Mangas	

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂					X			FORMAS ♀
VOLUMES ♂					X			VOLUMES ♀
TEXTURAS				X				TEXTURAS ♀
COR ♂				X				COR ♀
DETALHES ♂			X					DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look tende a um baixo índice de feminilidade.
Embora a peça não seja vista com referência ao corpo inteiro, a atenção direciona-se a parte superior, e intuitivamente completa-se o look com um vestido, peça exclusivamente feminina.
A parte visualizada mostra um vestuário que se distancia a forma do corpo feminino.
A textura do tecido remete rigidez . O casaco aberto sugere a forma de gravata, que passou a ser um detalhe unissex nesta década.
O grafismo geométrico que lembra estampas do estilista Pucci com as vibrantes com azul e amarelo sugere originalidade e intelectualidade.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe **em design**

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1968 Mês: Agosto

Editorial: _____

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [ ] meio corpo

Nº

Miniatura

1

Peças vestuário

2

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

Linguagem visual

3

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Militar
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[ ] Ombreiras
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Rendas
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Suspensórios
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[x] Nesgas
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[x] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[x] Viés
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez		[ ] Gola	
[x] Retângular	[x] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Simétrica				[ ] Jabô	
[ ] Triângular				[ ] Laços	
[ ] Tulipa				[ ] Mangas	

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂					X			FORMAS ♀
VOLUMES ♂					X			VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta um alto índice de feminilidade.
A forma da peça é feminina, próximo à silhueta do corpo feminino. A diminuição do comprimento da saia e o busto é achatado remete ao estilo predominante da época: o jovem, remetendo liberdade e emancipação. A forma/silhueta remete a um corpo sem curvas, ou seja, o corpo magro ideal para os padrões da época, mais "quadrado".

Os detalhes chamam atenção para a parte inferior da peça, com os frisos e detalhes. A cintura é marcada por um detalhe simulando cinto.

O vestido é uma peça exclusivamente feminina, e a textura, sendo a malha, por si só já dá uma feminilidade ao corpo, se ajustando mais a ele. A malha pode ser considerada originalmente feminina, apresentando-se como uma segunda pele.
A cor vermelha do look é associada a feminilidade e sedução e poder.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe em design
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1972 Mês: Agosto

No

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [x] inteiro
- [ ] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[x] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Militar
[x] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[x] Frias	[ ] Alças	[ ] Ombreiras
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[x] Babados	[ ] Rendas
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Suspensórios
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[x] Nesgas
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez		[x] Gola	
[ ] Retângular	[x] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Simétrica				[ ] Jabô	
[ ] Triângular				[ ] Laços	
[ ] Tulipa				[ ] Mangas	

3

Painel semântico

4

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂							X	FORMAS ♀
VOLUMES ♂							X	VOLUMES ♀
TEXTURAS			X					TEXTURAS ♀
COR ♂				X				COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta um alto índice de feminilidade. A forma do vestido mais próxima ao corpo. A atenção é direcionada para a parte inferior, com as nesgas na saia ,cujo visual aponta para as pernas, acentuando a cintura.
Há um não-velar através do vestido justo ao corpo um velar visto o bolero com mangas e com volume que oculta a parte superior do corpo feminino.
A forma lembra o estilo toureiro na parte superior, cuja peça do vestuário: bolero é uma referência ao estilo masculino. A saia sendo uma peça exclusivamente feminina associada ao bolero pode remeter a sexualidade e virilidade.
Os babados ao redor da manga e do decote sugere romantismo.
A cor azul indica feminilidade e intelectualidade.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado ufpe em design

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1974 Mês: Agosto

No

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[x] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[x] Calça	[x] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[x] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[ ] Vestido

2

Forma	***Volumes***	***Texturas|estampas***	***Cores***	***Detalhes***	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Militar
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[ ] Ombreira
[ ] Alongada	[x] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Rendas
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[x] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Suspensórios
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Nesgas
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[x] Poá	[x] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Faixa|Obi
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	
[x] Em T	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez		[x] Gola	
[ ] Quadrada	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Retângular				[ ] Jabô	
[ ] Simétrica				[ ] Laços	
[ ] Triângular				[x] Mangas	
[ ] Tulipa					

3

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂				X				FORMAS ♀
VOLUMES ♂		X						VOLUMES ♀
TEXTURAS					X			TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂				X				DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look sugere uma neutralidade, tendendo a moda unissex.
O look é composto por diversas peças. O casaco, a camisa e a calça são peças originalmente do vestuário masculino. No entanto, há uma aproximação a silhueta feminina, o não velar, acentuando a forma feminina. As linhas horizontais acentua o busto e as curvas femininas.
O visual é direcionado para a parte superior do corpo, com a cor vermelha do casaco e a camisa de poá.
as linhas estreitas parecem estar relacionadas com a atividade mental e a ordem intelectual. Já o poá sugere liberdade e descontração. (LURIE, 1997)
A cor predominante vermelha aponta uma sensualidade ao look. O preto dar uma sobriedade ao look.
O look proposto sugere uma feminilidade ligada a uma sexualidade confiante e segura.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe em design
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1975 Mês: Setembro

Editorial: _____

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

No 189

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[x] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Cores*	*Detalhes*		*Texturas|estampas*
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Militar	[ ] Étnico
[x] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Frias	[ ] Alças	[x] Ombreiras	[ ] Floral
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Rendas	[ ] Geometrismo
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Suspensórios	[x] Listras
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] P&B	[ ] Bolso	[ ] Nesgas	[ ] Liso
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Obi	[ ] Poá
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Transparente	[ ] Decote		[ ] Tie Dye
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso		[x] Gola		[ ] Xadrez
[ ] Retângular	[x] Volume reduz.		[x] Gravata		
[ ] Simétrica			[ ] Jabô		
[ ] Triângular			[ ] Laços		
[ ] Tulipa			[x] Mangas		

3

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂						X		FORMAS ♀
VOLUMES ♂						X		VOLUMES ♀
TEXTURAS				X				TEXTURAS ♀
COR ♂				X				COR ♀
DETALHES ♂			X					DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

Devido a forma ser de um vestido, sugere um médio índice de feminilidade, , com modelagem acentuando a cintura.
O look embora seja um vestido, é uma variação das camisas do guarda-roupa masculino, no entanto mais acinturada, e na cintura solta, apresentando uma camisa branca internamente.
O vestido com a forma ampulheta sugere uma alta feminilidade, no entanto, é anulada devido ao achatamento do busto, as mangas compridas e a camisa interna que esconde o corpo feminio
A estampa com listras horizontais e verticais deu uma dinamicidade e também é utilizado em ambos os gênero.
O uso dos detalhes como a ombreira e o lenço no pescoço forjando uma gravata, também estão relacionadas originalmente ao vestuário masculino, sendo associada ao unissex, por serem vestidas por ambos os gêneros a partir da década de 1960 com a revolução sexual.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe em design
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1978 Mês: Agosto

No

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

2

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[x] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[ ] Vestido

Linguagem visual

3

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Militar
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[ ] Ombreira
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[x] Babados	[ ] Rendas
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Suspensórios
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[x] P&B	[ ] Bolso	[ ] Nesgas
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ]
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	[ ]
[x] Quadrada	[x] Volumoso	[ ] Xadrez		[ ] Gola	
[ ] Retângular	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Simétrica				[ ] Jabô	
[ ] Triângular				[ ] Laços	
[ ] Tulipa				[x] Mangas	

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂					X			FORMAS ♀
VOLUMES ♂			X					VOLUMES ♀
TEXTURAS				X				TEXTURAS ♀
COR ♂				X				COR ♀
DETALHES ♂					X			DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look tende a uma neutralidade, indo do o estilo unissex a um baixo índice de feminilidade, predominante da década de 1970.
Há uma negação das formas femininas, cobrindo o braços e os ombros. O grande volume das mangas confirma o distanciamento da anatomia feminina.
A bata é uma peça do vestuário feminino bastante usada na década de 1970, lembrando o estilo masculino eduardiano, com as mangas volumosas e babados.
Embora a peça não seja vista com referência ao corpo inteiro, a atenção volta-se para as mangas volumosas.
O vestuário equilibra-se no sentido que pode ser utilizado em ambos os gêneros,uma tendência à moda unissex, no entanto, o corte da manga morcego e o franzido no punho sugere características do vestuário feminino.
A textura também neutraliza, para a moda unissex, com tecidos em algodão e a cor branca também neutraliza.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe em design

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1979 Mês: Setembro

No 237

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [x] inteiro
- [ ] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[x] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única		[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[x] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Militar
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[x] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[x] Ombreira
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Rendas
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Suspensórios
[ ] Arredondada	[x] Leve	[ ] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Nesgas
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[x] Faixa|Obi
[x] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez		[x] Gola	
[ ] Retângular	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Simétrica				[ ] Jabô	
[ ] Triângular				[ ] Laços	
[ ] Tulipa				[x] Mangas	

3

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂					X			FORMAS ♀
VOLUMES ♂				X				VOLUMES ♀
TEXTURAS						X		TEXTURAS ♀
COR ♂						X		COR ♀
DETALHES ♂						X		DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look tende uma neutralidade, ao considerar a forma e volume, a peça tende a um médio índice de feminilidade. A peça é uma apropriação do vestuário masculino: camisa, no entanto, o chemisier é exclusivo do guarda roupa feminino. As ombreiras ,os detalhes na parte superior da camisa e as mangas volumosas chamam o campo visual para os membros. Embora a forma e a cor sejam relacionados ao guarda roupa masculino, o uso da faixa cria uma silhueta e o decote profundo dá uma certar feminilidade ao look, junto ao tecido acetinado e a estampa de flores grande dá audacidade à composição. ombreiras muito utilizada nesta época dá poder e virilidade.
Uma nova feminilidade é proposta nesta década.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe **em design**

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1980 Mês: Agosto

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Nº

Miniatura

1

Peças vestuário

2

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[x] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

Linguagem visual

3

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Laços
[x] Ampulheta	[x] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[x] Mangas
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Militar
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[x] Bordado	[ ] Nesgas
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[x] P&B	[ ] Bolso	[ ] Ombreiras
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Rendas
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[x] Decote	[ ] Suspensórios
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez		[ ] Faixas	
[ ] Retângular	[ ] Volume redu-zido			[x] Franzido	
[ ] Simétrica				[ ] Gola	
[ ] Triângular				[ ] Gravata	
[ ] Tulipa				[ ] Jabô	

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂							X	FORMAS ♀
VOLUMES ♂							X	VOLUMES ♀
TEXTURAS						X		TEXTURAS ♀
COR ♂				X				COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta um alto índice de feminilidade, devido principalmente à ênfase à cintura e quadril, com aumento do quadril pelo volume dada à região. As linhas horizontais do corpo estão enaltecidas. O decote aponta para baixo, sugerindo o olhar para o centro do corpo.
Em contra partida no aumento dos ombros e quadril há uma negação da plástica do corpo pela moda, e há uma tentação pelo corpo não revelado, justamente pelo contraponto do top utilizado por baixo do vestido e as mangas volumosas e com ombreiras.A manga presunto também está relacionada ao vestuário feminino, muito utilizada no estilo eduardiano, e década de 1960 e 1970.
Em relação aos detalhes, o laço traduz uma feminilidade quase maternal, e os franzidos das mangas também indicam feminilidade.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe em design
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1982 Mês: Agosto

No 272

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

2

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[x] Calça	[x] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[x] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[ ] Vestido

Linguagem visual

3

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Colorido	[ ] Apliques	[ ] Militar
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Cinza	[ ] Alças	[x] Ombreira
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Frias	[ ] Babados	[ ] Rendas
[x] Assimétrica	[x] Folgado	[ ] Listras	[ ] Nude	[ ] Bordado	[ ] Suspensórios
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[ ] Pastéis	[ ] Bolso	[ ] Nesgas
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] P&B	[ ] Cortes|fendas	[x] Faixas
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[x] Quentes	[ ] Decote	
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez	[ ] Transparente	[x] Gola	
[ ] Retângular	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Simétrica				[ ] Jabô	
[ ] Triângular				[ ] Laços	
[ ] Tulipa				[x] Mangas	

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂		X						FORMAS ♀
VOLUMES ♂		X						VOLUMES ♀
TEXTURAS				X				TEXTURAS ♀
COR ♂				X				COR ♀
DETALHES ♂					X			DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

A forma sugere uma moda unissex, tendendo uma masculinidade, quebrada apenas pelo acentuamento da cintura e o uso da saia. As formas soltas e amplas foge da aceitação do corpo feminino negando a sinuosidade do corpo. O look dá a impressão de ser "roubado" do vestuário masculino em sua composição: como o casaco sem manga, as grandes mangas da camisa que são dobradas. O estilo folgado ao corpo foi bastante utilizado nos anos 80.
O predomínio da cor azul e a cor púrpura pode indicar serenidade, alto controle, ao mesmo tempo que feminilidade e o laranja dinamismo.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe **em design**

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1984 Mês: Agosto

No 296

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

2

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
	[x] Cabã		[ ] Mantô		[ ] Tailleur
					[x] Vestido

Linguagem visual

3

Forma	*Volumes*	*Texturas | estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Militar
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[x] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[ ] Ombreiras
[ ] Alongada	[x] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[x] Rendas
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Suspensórios
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[x] P&B	[ ] Bolso	[ ] Nesgas
[x] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes | fendas	[ ] Obi
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	
[ ] Quadrada	[x] Volumoso	[ ] Xadrez		[x] Gola	
[ ] Retângular	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Simétrica				[ ] Jabô	
[ ] Triângular				[ ] Laços	
[ ] Tulipa				[x] Mangas	

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂							X	FORMAS ♀
VOLUMES ♂							X	VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂				X				COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

Dividindo-se o look conforme as peças em separado, temos uma visão geral, contrapondo o volume do cabã (uma espécie de casaco de três quartos com gola xale) o vestido por baixo de forma a atenuar as curvas femininas.
O destaque está na parte superior do corpo, com o decote e as golas altas. Sugerindo o colo feminino e as formas. Um contraponto num corpo não-velado(vestido corpete) e um corpo não revelado (Cabã) que mostra tentação e provocação.
Considerando estas características mais visíveis o look apresenta um alto índice de feminilidade, complementando pelos detalhes, como o uso do bordado e a forma em “A” do cabã.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado em design ufpe
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1985 Mês: Agosto

No 308

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

2

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[x] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[x] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[ ] Vestido

Linguagem visual

3

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Militar
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[x] Ombreiras
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Rendas
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[x] Bordado	[ ] Suspensórios
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[x] P&B	[ ] Bolso	[ ] Nesgas
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Obi
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	
[x] Em X	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez		[ ] Gola	
[ ] Quadrada	[x] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Retângular				[ ] Jabô	
[ ] Simétrica				[ ] Laços	
[ ] Triângular				[x] Mangas	
[ ] Tulipa					

Painel semântico

4

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂						X		FORMAS ♀
VOLUMES ♂						X		VOLUMES ♀
TEXTURAS						X		TEXTURAS ♀
COR ♂				X				COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look tende a um médio índice de feminilidade. A ênfase está na parte superior, visto o volume das mangas e os detalhes do bordado, camisa abotoada no pescoço e o colar de pérolas por cima. O branco está associado a pureza, que remete uma feminilidade maternal.
O bordado de cashmere ou caxemira, que é conhecido desde o século XVI, sugere luxo e sofisticação. A representação de “motivos” ou desenhos relacionadas à botânica remete feminilidade.
Observando o contexto geral desta peça do vestuário indica feminilidade, no entanto mais distante da sexualidade, sugerindo uma feminilidade relacionada a suavidade ou passividade ou mesmo um certo puritanismo religioso: a mulher mãe, frágil e recatada.
Segundo LURIE(1989) Roupas agasalhadas e abotoadas (sem revelar as formas) são sentidas como envolvendo uma pessoa rígida, eroticamente contida.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado ufpe em design
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1986 Mês: Setembro

No 321

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

2

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[x] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

Linguagem visual

3

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[x] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[x] Manga
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[x] Frias	[ ] Alças	[ ] Militar
[ ] Alongada	[x] Drapeado	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[x] Ombreiras
[ ] Assimétrica	[ ] Justo	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Rendas
[ ] Arredondada	[ ] Folgado	[x] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Suspensórios
[ ] Em A	[ ] Leve	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Nesgas
[ ] Em Y	[ ] Ondulante	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[x] Decote	[ ] Faixa
[ ] Quadrada	[ ] Rígido	[ ] Xadrez		[x] Drapê	
[ ] Retângular	[ ] Volumoso			[ ] Gola	
[ ] Simétrica	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Triângular				[ ] Jabô	
[ ] Tulipa				[ ] Laços	

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂						X		FORMAS ♀
VOLUMES ♂						X		VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂				X				COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look tende a um alto índice de feminilidade, havendo destaque para o busto com naturalidade .
O look se constitui em duas formas : blusa drapeada com mangas e a saia mais ajustada ao corpo.
O drapeado dar uma notoriedade e sensualidade ao look, incitando a um endeusamento a mulher.
No entanto as ombreiras mais uma vez uma apropriação do vestuário masculino é utilizado ao look, mas de forma diferenciada enfatizando o colo feminino e o drapeado.
Observa-se que o drapeado mostra um pouco o nú dos ombros e busto, havendo uma manipulação do olhar, velando esta parte do corpo, mesmo havendo um certo distanciamento do corpo feminino, mas as curvas do drapeado propõe a sinuosidade e feminilidade
A textura sugere um tecido fluido que dá liberdade à mulher, sendo este tipo de tecido associado à mulher.
A cor azul o indica feminilidade e intelectualidade.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe em design

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1987 Mês: Setembro

No 333

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

2

[ ] Avental	[x] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

Linguagem visual

3

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[x] Mangas
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[x] Frias	[ ] Alças	[ ] Militar
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Nesgas
[x] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Obi
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Ombreiras
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Rendas
[ ] Em Y	[x] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	[ ] Suspensórios
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez		[x] Franzidos	
[ ] Retângular	[ ] Volume reduz.			[ ] Gola	
[ ] Simétrica				[ ] Gravata	
[ ] Triângular				[ ] Jabô	
[ ] Tulipa				[ ] Laços	

Painel semântico

4

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂					X			FORMAS ♀
VOLUMES ♂						X		VOLUMES ♀
TEXTURAS					X			TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂					X			DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta um baixo índice de feminilidade .
Embora nesta capa não se perceba bem a forma da roupa e do corpo, observa-se que a roupa é um vestido, e há um destaque para a cintura, que aparenta ser mais abaixo e há um pequeno volume na saia e nas mangas, com um leve franzido. O pequeno volume nas mangas amplia os ombros. Há uma certa releitura das roupas femininas do século XIX.
Há um velar o corpo com o uso do bolero utilizado sobre o vestido e as mangas compridas e abotoadas sugerindo rigidez. Há uma contradição, ao mesmo tempo que o vestido é uma peça feminina e há um destaque para a cintura e as mangas são avolumadas, o bolero "esconde" o busto e o colo feminino. Há uma aceitação da plástica da moda " parcial", já que o busto está "achatado".

O tecido apresenta uma rigidez e a cor azul feminilidade, intelecto. Observa-se uma junção de uma feminilidade, porém associado ao trabalho.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado ufpe em design
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1988 Mês: Agosto

No 189

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Militar
[x] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[x] Frias	[ ] Alças	[ ] Ombreiras
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Rendas
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Suspensórios
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Nesgas
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Faixa|obi
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	[ ] Camadas
[ ] Quadrada	[x] Volumoso	[ ] Xadrez		[ ] Gola	
[ ] Retângular	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Simétrica				[ ] Jabô	
[ ] Triângular				[x] Laços	
[ ] Tulipa				[ ] Mangas	

3

Painel semântico

4

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂							X	FORMAS ♀
VOLUMES ♂							X	VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta um alto índice de feminilidade .
Há uma acentuação dos ombros, pescoço e colo feminino. Bem como há um destaque para a cintura com os grandes laços e pala. O volume ainda é acentuado com as camadas de tecidos em relação ao busto.
Há uma aceitação da plástica da moda, ou seja, uma aproximação ao corpo feminino, exibindo a cintura ,colo e seios.
A sinuosidade do corpo feminino é analtecida, os seios são ressaltados pelo tomara-que-caia, que é uma peça exclusivamente feminina.
O tecido de cetim sugere luxo ao look e as cores verde azulado é jovial e o violeta auto-controle.
Logo, o sujeito seduz revelando o nu dos ombros e decote, havendo conformação entre o corpo feminino e a moda.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado ufpe em design

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1989 Mês: Agosto

No 189

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Militar
[x] Ampulheta	[x] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[ ] Ombreiras
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Rendas
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Suspensórios
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[x] P&B	[ ] Bolso	[ ] Nesgas
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Faixa
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[x] Decote	[x] Franzido
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez		[ ] Gola	
[ ] Retângular	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Simétrica				[ ] Jabô	
[ ] Triângular				[ ] Laços	
[ ] Tulipa				[x] Mangas	

3

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂							X	FORMAS ♀
VOLUMES ♂							X	VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂				X				COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta um alto índice de feminilidade devido a silhueta de ampulheta e o volume das mangas .
Há uma aceitação da plástica da moda, ou seja, uma aproximação ao corpo feminino, exibindo a cintura ,colo e seios, remetendo ao estilo princesa.
A sinuosidade do corpo feminino é analtecida, os seios são ressaltados pelo decote profundo, a medida em que o traje revela o busto feminino, as mangas volumosas e três quartos esconde os braços nus.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe em design
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1991 Mês: Setembro

No 381

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

2

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

Linguagem visual

3

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[x] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Laços
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[ ] Mangas
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Militar
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Nesgas
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[x] P&B	[ ] Bolso	[ ] Ombreiras
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Rendas
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[x] Decote	[ ] Suspensórios
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez		[ ] Faixas	
[ ] Retângular	[x] Volume reduzido			[x] Franzido	
[ ] Simétrica				[ ] Gola	
[ ] Triângular				[ ] Gravata	
[ ] Tulipa				[ ] Jabô	

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂						X		FORMAS ♀
VOLUMES ♂						X		VOLUMES ♀
TEXTURAS					X			TEXTURAS ♀
COR ♂				X				COR ♀
DETALHES ♂						X		DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta um médio índice de feminilidade, há uma aceitação da plástica da roupa, ou seja, a forma da silhueta acompanha o corpo feminino. Embora não seja visto a roupa inteira na imagem, há uma atenção na parte posterior do corpo, com os ombros nus, dando uma sensualidade ao look. Há um jogo velar e não velar, ocultando os braços e seios e ao mesmo tempo revelando os ombros.
A peça apresenta pouco volume e poucos detalhes, num minimalismo apregoado nesta década de 1990. A textura aveludada remete uma sofisticação e luxo. A cor também remete tal característica.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe em design

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1992 Mês: Setembro

No 393

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

2

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[x] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[ ] Vestido

Linguagem visual

3

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Colorido	[ ] Apliques	[x] Lapela
[x] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Cinza	[ ] Alças	[x] Mangas
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Frias	[ ] Babados	[ ] Militar
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Nude	[ ] Bordado	[ ] Ombreiras
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[x] Pastéis	[ ] Bolso	[ ] Rendas
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] P&B	[ ] Cortes|fendas	[ ] Suspensórios
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Quentes	[x] Decote	[ ] Nesgas
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez	[x] Transparente	[ ] Faixas	
[ ] Retângular	[x] Volume reduz.			[x] Gola	
[ ] Simétrica				[ ] Gravata	
[ ] Triângular				[ ] Jabô	
[ ] Tulipa				[ ] Laços	

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂					X			FORMAS ♀
VOLUMES ♂					X			VOLUMES ♀
DETALHES ♂					X			DETALHES ♀
TEXTURAS ♂							X	TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

Este look vai de baixo a alto índice de feminilidade. A forma apesar de sugerir o estilo masculino, com o blazer, que é referência do vestuário masculino, está adequada segundo a modelagem do corpo feminino, sugerindo a sinuosidade do corpo. Há uma feminilidade através da transparência da textura do tecido e a cor rosa, que propõe delicadeza e é a cor tradicional do romance e do sentimento. O detalhe da lapela preso a manga dá um franzido ao blazer, tornando-o ainda mais feminino, além do decote em V que acentua a atenção do olhar para o busto.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe em design

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1993 Mês: Setembro

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Nº 405

Miniatura

1

Peças vestuário

2

- [ ] Avental
- [ ] Bata
- [ ] Bermuda
- [ ] Blazer
- [x] Blusa
- [ ] Bolero
- [ ] Bustiê
- [ ] Calça
- [ ] Camisa
- [ ] Camiseta
- [ ] Cabã
- [ ] Cardigan
- [ ] Chemisier
- [ ] Casaco
- [ ] Colete
- [ ] Frente única
- [ ] Jaqueta
- [ ] Kaftã
- [ ] Jardineira
- [ ] Lingerie
- [ ] Macacão
- [ ] Mantõ
- [ ] Pelerine
- [ ] Regata
- [ ] Saia
- [ ] Short
- [ ] Sobretudo
- [ ] Suéter
- [ ] T-Shirt
- [ ] Top
- [ ] Smoking
- [ ] Trench Coat
- [ ] Tailleur
- [ ] Vestido

Linguagem visual

3

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Colorido	[ ] Apliques	[ ] Lapela
[x] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[x] Floral	[ ] Cinza	[ ] Alças	[x] Mangas
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Frias	[ ] Babados	[ ] Militar
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Nude	[ ] Bordado	[ ] Ombreiras
[ ] Arredondada	[x] Leve	[ ] Liso	[x] Pastéis	[ ] Bolso	[ ] Rendas
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] P&B	[ ] Cortes|fendas	[ ] Suspensórios
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Quentes	[ ] Decote	[ ] Nesgas
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez	[x] Transparente	[ ] Faixas	
[ ] Retângular	[ ] Volume reduz.			[x] Gola	
[ ] Simétrica				[ ] Gravata	
[ ] Triângular				[ ] Jabô	
[ ] Tulipa				[ ] Laços	

Painel semântico

4

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂						X		FORMAS ♀
VOLUMES ♂						X		VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂						X		DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

A peça do vestuário visível é uma camisa de tecido de musselina. Indica um médio índice de feminilidade. Na forma a modelagem fluida sugere o corpo feminino. O decote V pequeno e a transparência do tecido indica um velar e revelar o corpo. Os florais grandes remete a uma feminilidade audaciosa (LURIE, 1997)
O tecido de musselina era muito usado no século XIX para roupas íntimas, blusas e vestidos de verão.
Os tons pastéis também remete a simplicidade e feminilidade.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado ufpe em design
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1994 Mês: Agosto

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Nº 416

Miniatura

1

Peças vestuário

2

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

Linguagem visual

3

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Mangas
[x] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[x] Frias	[x] Alças	[ ] Militar
[ ] Alongada	[ ] Drapeado	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Ombreiras
[ ] Assimétrica	[x] Justo	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[x] Bordado	[ ] Rendas
[ ] Arredondada	[ ] Folgado	[ ] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Suspensórios
[ ] Em A	[ ] Leve	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Nesgas
[ ] Em Y	[ ] Ondulante	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[x] Decote	[ ] Faixa
[ ] Quadrada	[ ] Rígido	[ ] Xadrez		[ ] Drapê	
[ ] Retângular	[ ] Volumoso	[x] brocado		[ ] Gola	
[ ] Simétrica	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Triângular				[ ] Jabô	
[ ] Tulipa				[ ] Laços	

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂							X	FORMAS ♀
VOLUMES ♂							X	VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂						X		COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look possui um alto índice de feminilidade, com ênfase na parte superior que envolve os ombros e colo.
A forma ajustada ao corpo mostra que há uma aceitação da plástica do corpo pela moda, ou seja, a roupa parece se tranforma numa Segunda pele. O decote profundo aponta para baixo promovendo a motivação erótica no jogo velar e revelar o corpo nu.
O brocado na roupa dá uma suntuosidade ao look, remetendo o luxo das roupas noturnas.
A cor azul é bem feminina e o uso das alças é exclusivamente um detalhe do vestuário feminino.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe em design

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1995 Mês: Agosto

No 428

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [x] inteiro
- [ ] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Mangas
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[x] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[ ] Militar
[x] Alongada	[ ] Drapeado	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Ombreiras
[ ] Assimétrica	[ ] Justo	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Rendas
[ ] Arredondada	[ ] Folgado	[ ] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Suspensórios
[ ] Em A	[x] Leve	[ ] Poá	[x] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Nesgas
[ ] Em Y	[ ] Ondulante	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[x] Decote	[ ] Faixa
[ ] Quadrada	[ ] Rígido	[ ] Xadrez		[ ] Drapê	
[ ] Retângular	[ ] Volumoso	[ ] brocado		[ ] Gola	
[ ] Simétrica	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Triângular				[ ] Jabô	
[ ] Tulipa				[ ] Laços	

3

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂							X	FORMAS ♀
VOLUMES ♂							X	VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂						X		COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta um alto índice de feminilidade.
O vestido longo através da forma apresenta uma conformidade ao corpo feminino e pelo tecido leve supõe uma leveza ao corpo. Há uma aceitação da plástica do corpo pela moda, principalmente no que concerne ao movimento do corpo na roupa. O decote profundo aponta para baixo promovendo a motivação erótica no jogo velar e revelar o corpo nu, mostrando a silhueta natural do corpo.
O Floral indica uma feminilidade audaciosa.
A cor amarelo predominante está associado ao verão e a originalidade.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe em design

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1996 Mês: Setembro

No 09 ano 37

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [x] inteiro
- [ ] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[x] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Mangas
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[ ] Militar
[ ] Alongada	[ ] Drapeado	[x] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Ombreiras
[ ] Assimétrica	[ ] Justo	[ ] Listras	[x] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Rendas
[ ] Arredondada	[ ] Folgado	[ ] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Suspensórios
[ ] Em A	[ ] Leve	[ ] Poá	[ ] Quentes	[x] Cortes|fendas	[ ] Nesgas
[ ] Em Y	[ ] Ondulante	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	[ ] Faixa
[ ] Quadrada	[x] Rígido	[ ] Xadrez		[ ] Drapê	
[x] Simétrica	[ ] Volumoso	[ ] brocado		[ ] Gola	
[ ] Triângular	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Tulipa				[ ] Jabô	
[ ] Reto				[ ] Laços	

3

Painel semântico

4

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂						X		FORMAS ♀
VOLUMES ♂						X		VOLUMES ♀
TEXTURAS				X				TEXTURAS ♀
COR ♂						X		COR ♀
DETALHES ♂						X		DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta uma média incidência de feminilidade. Dada a forma tubular com leve acentuamento da forma do corpo feminino.
Decote frente única e o corte no vestido na direção dos ombros e descendo para a cintura acentua um pouco o quadril, de forma que não fique totalmente quadrado, insinuando uma sinuosidade, e sugerindo uma feminilidade, em que há um não velar e não revelar o corpo feminino.
O pouco volume do vestido e o tecido mais rígido possibilitou um aspecto mais rígido, com leve sinuosidade característica do corpo feminino vestido. É uma releitura dos vestidos dos anos 60.
A combinação de cor neutra do branco e verde sugere descrição e refinamento.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado ufpe em design

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1997 Mês: Setembro

No 189

Detalhe (roupa)

- ☐ Frente
- ☐ Costas
- ☐ inteiro
- ☐ meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

☐ Avental	☐ Bolero	☐ Cardigan	☐ Jaqueta	☐ Pelerine	☐ Suéter
☐ Bata	☐ Bustiê	☐ Chemisier	☐ Kaftã	☐ Regata	☐ T-Shirt
☐ Bermuda	☐ Calça	☐ Casaco	☐ Jardineira	☐ Saia	☐ Top
☐ Blazer	☐ Camisa	☐ Colete	☐ Lingerie	☐ Short	☐ Smoking
☐ Blusa	☐ Camiseta	☐ Frente única	☐ Macacão	☐ Sobretudo	☐ Trench Coat
					☐ Tailleur
					☐ Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
☐ Afunilada	☐ Ampliado	☐ Étnico	☐ Cinza	☐ Apliques	☐ Mangas
☐ Ampulheta	☐ Baloneseado	☐ Floral	☐ Frias	☐ Alças	☐ Militar
☐ Alongada	☐ Drapeado	☐ Geometrismo	☐ Nude	☐ Babados	☐ Ombreiras
☐ Assimétrica	☐ Justo	☐ Listras	☐ Pastéis	☐ Bordado	☐ Rendas
☐ Arredondada	☐ Folgado	☐ Liso	☐ P&B	☐ Bolso	☐ Suspensórios
☐ Em A	☐ Leve	☐ Poá	☐ Quentes	☐ Cortes|fendas	☐ Nesgas
☐ Em Y	☐ Ondulante	☐ Tie Dye	☐ Transparente	☐ Decote	☐ Faixa
☐ Quadrada	☐ Rígido	☐ Xadrez		☐ Drapê	☐ Amarrações
☐ Simétrica	☐ Volumoso	☐ brocado		☐ Gola	
☐ Triângular	☐ Volume reduz.			☐ Gravata	
☐ Tulipa				☐ Jabô	
☐ Reto				☐ Laços	

3

Painel semântico

4

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂						X		FORMAS ♀
VOLUMES ♂							X	VOLUMES ♀
TEXTURAS					X			TEXTURAS ♀
COR ♂				X				COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look segue um alto índice de feminilidade .
A atenção dada ao corpo refere-se às costas femininas, com os detalhes da amarração e drapeado apontando para a cintura feminina.
A forma do vestido não é bem identificada, no entanto pode ser observado ao volume da saia parecendo a forma de tulipa.
Há uma aceitação da plástica da moda, ou seja, uma aproximação ao corpo feminino, exibindo as costas e possivelmente o decote.
O drapê sugere endeusamento e nobreza.
O tecido sugere uma pureza e sensualidade ao revelar as formas femininas através do vestido.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado ufpe em design

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1998 Mês: Agosto

No 08 do ano 39

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

- [ ] Avental
- [ ] Bata
- [ ] Bermuda
- [ ] Blazer
- [ ] Blusa
- [ ] Bolero
- [ ] Bustiê
- [ ] Calça
- [ ] Camisa
- [ ] Camiseta
- [ ] Cardigan
- [ ] Chemisier
- [ ] Casaco
- [ ] Colete
- [ ] Frente única
- [ ] Jaqueta
- [ ] Kaftã
- [ ] Jardineira
- [ ] Lingerie
- [ ] Macacão
- [ ] Pelerine
- [ ] Regata
- [ ] Saia
- [ ] Short
- [ ] Sobretudo
- [ ] Suéter
- [ ] T-Shirt
- [ ] Top
- [ ] Smoking
- [ ] Trench Coat
- [ ] Tailleur
- [x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[x] Aba	[ ] Mangas
[x] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[ ] Apliques	[ ] Militar
[ ] Alongada	[ ] Drapeado	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Alças	[ ] Ombreiras
[ ] Assimétrica	[x] Justo	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Babados	[ ] Rendas
[ ] Arredondada	[ ] Folgado	[x] Liso	[x] P&B	[ ] Bordado	[ ] Suspensórios
[ ] Em A	[ ] Leve	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Bolso	[ ] Nesgas
[ ] Em Y	[ ] Ondulante	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Cortes|fendas	[ ] Faixa
[ ] Quadrada	[ ] Rígido	[ ] Xadrez		[x] Decote	[ ] Amarrações
[ ] Simétrica	[ ] Volumoso	[ ] brocado		[ ] Drapê	
[ ] Triângular	[ ] Volume reduz.			[ ] Gola	
[ ] Tulipa				[ ] Gravata	
[ ] Reto				[ ] Jabô	
[ ] Sequinha				[ ] Laços	

3

Painel semântico

4

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂							X	FORMAS ♀
VOLUMES ♂							X	VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta um alto índice de feminilidade .
Há uma acentuação dos ombros, pescoço e colo feminino.
A forma do corpo feminino é enaltecida pela malha aveludada e silhueta esguia. Há uma aceitação da plástica do corpo pela moda, ou seja, uma aproximação ao corpo feminino com ênfase nas angulações dada ao decote através das abas no topo das mangas. O jogo velar devido ao uso das mangas que esconde os braços e o não velar, com a indicação do decote profundo dada a manga ombro a ombro. O decote está de acordo com o formato arredondado dos seios convergindo para o centro.
O corpo seduz revelando os ombros e decotes e provoca com o não velar através das mangas.
O tecido de cetim sugere luxo ao look e as cores verde azulado é jovial e o violeta auto-controle.
Logo, o sujeito seduz revelando o nu dos ombros e decote, havendo conformação entre o corpo feminino e a moda.
O aveludado do tecido e a cor preta propõe luxo.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado ufpe em design

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 1999 Mês: Agosto

No 476

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Mangas
[x] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[x] Alças	[ ] Militar
[ ] Alongada	[ ] Drapeado	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[x] Babados	[ ] Ombreira
[ ] Assimétrica	[x] Justo	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Rendas
[ ] Arredondada	[ ] Folgado	[x] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Suspensórios
[ ] Em A	[ ] Leve	[ ] Poá	[x] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Nesgas
[ ] Em Y	[ ] Ondulante	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[x] Decote	[ ] Faixa
[ ] Quadrada	[ ] Rígido	[ ] Xadrez		[ ] Drapê	[ ] Amarrações
[ ] Simétrica	[ ] Volumoso	[ ] brocado		[ ] Gola	
[ ] Triângular	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Tulipa				[ ] Jabô	
[ ] Reto				[ ] Laços	
[ ] Sequinha					

3

Painel semântico

4

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂							X	FORMAS ♀
VOLUMES ♂							X	VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta um alto índice de feminilidade .
Há uma acentuação dos ombros, pescoço e colo feminino. Há uma aceitação da plástica do corpo pela moda através da forma , com silhueta ajustada a sinuosidade do corpo feminino.
O decote aponta para o colo feminino, enfatizando os seios.
Principalmente pelo decote profundo entrando na metade do seio.
O bordado, embora seja um detalhe que já foi utilizado por ambos os gêneros, atualmente é considerado como apropriado ao gênero feminino.
Logo, o sujeito seduz revelando o nu dos ombros e decote.
O vermelho complementa a idéia de sensualidade e sexualidade do vestido sugerindo conquista, poder, excitação.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado ufpe em design
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 2000 Mês: Setembro

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Nº 489

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Mangas
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[x] Frias	[ ] Alças	[ ] Militar
[ ] Alongada	[ ] Drapeado	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Ombreiras
[ ] Assimétrica	[ ] Justo	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Rendas
[ ] Arredondada	[ ] Folgado	[ ] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Suspensórios
[ ] Em A	[x] Leve	[x] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Nesgas
[ ] Em Y	[ ] Ondulante	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[x] Decote	[ ] Faixa
[ ] Quadrada	[ ] Rígido	[ ] Xadrez		[ ] Drapê	[x] Amarrações
[x] Simétrica	[ ] Volumoso	[ ] brocado		[ ] Gola	
[ ] Triângular	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Tulipa				[ ] Jabô	
[ ] Reto				[ ] Laços	

3

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂						X		FORMAS ♀
VOLUMES ♂						X		VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look tem uma alta incidência de feminilidade, há uma aceitação da plástica da moda, ou seja, a forma da silhueta acompanha o corpo feminino. Há um jogo velar e não velar, cuja atenção vai para um lado do ombro e o laço no pescoço, bem como a transparência dada a textura relacionada ao tecido leve e transparente .
A forma de um ombro só é um detalhe exclusivamente utilizado pelas mulheres.
o poá grande no tecido remete sugerem descontração e brincadeira.
A cor roxa propõe mistério ao look.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe **em design**

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 2001 Mês: Agosto

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Nº

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[x] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[ ] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Colorido	[ ] Apliques	[ ] Militar
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Cinza	[ ] Alças	[ ] Ombreiras
[ ] Alongada	[ ] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Frias	[ ] Babados	[ ] Rendas
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Nude	[ ] Bordado	[ ] Suspensórios
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[ ] Pastéis	[x] Bolso	[ ] Nesgas
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[x] P&B	[ ] Cortes|fendas	[ ] Faixas
[x] Em Y	[x] Rígido	[ ] Tie Dye	[ ] Quentes	[x] Decote	[ ] Lapela
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez	[ ] Transparente	[x] Gola	
[ ] Retângular	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Simétrica				[ ] Jabô	
[ ] Triângular				[ ] Laços	
[ ] Tulipa				[x] Mangas	

3

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂		X						FORMAS ♀
VOLUMES ♂		X						VOLUMES ♀
TEXTURAS				X				TEXTURAS ♀
COR ♂				X				COR ♀
DETALHES ♂		X						DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look tende a um médio índice de masculinidade, ao considerar o smoking uma peça do guarda roupa masculino a princípio.
A forma do smoking em " Y" com as ombreiras se neutraliza pela forma do corpo feminino. Há neste caso uma não conformação do corpo pela plasticidade da moda.
O centro da atenção do look vai para o decote, embora esteja mais acima do decote do smoking masculino, que mostra a camisa interna. Neste caso o decote mostra um pouco uma blusa feminina branca por baixo. Há um velar com as mangas compridas e a calça do smoking e um não velar através do decote. Neste look o acessório (broche) colocado na gola, sendo a mesma mais estreita que a gola no *smoking* masculino, dar um toque de feminilidade ao look.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe em design

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 2002 Mês: Agosto

No 512

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[x] Cache coeur	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
	[ ] Cabã	[ ] Frente única	[ ] Mantõ		[ ] Tailleur
					[ ] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Colorido	[ ] Apliques	[ ] Militar
[x] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Cinza	[ ] Alças	[ ] Ombreiras
[ ] Alongada	[x] Justo	[ ] Geometrismo	[ ] Frias	[x] Babados	[ ] Rendas
[ ] Assimétrica	[ ] Folgado	[ ] Listras	[ ] Nude	[ ] Bordado	[ ] Suspensórios
[ ] Arredondada	[ ] Leve	[x] Liso	[ ] Pastéis	[ ] Bolso	[ ] Nesgas
[ ] Em A	[ ] Ondulante	[ ] Poá	[ ] P&B	[ ] Cortes|fendas	[ ] Faixas
[ ] Em Y	[ ] Rígido	[ ] Tie Dye	[x] Quentes	[x] Decote	[ ] Lapela
[ ] Quadrada	[ ] Volumoso	[ ] Xadrez	[ ] Transparente	[ ] Gola	
[ ] Retângular	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Simétrica				[ ] Jabô	
[ ] Triângular				[ ] Laços	
[ ] Tulipa				[x] Mangas	

3

Painel semântico

4

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂							X	FORMAS ♀
VOLUMES ♂							X	VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

A peça do vestuário visível é uma cache coeur. O cache coeur é uma peça inspirada na roupa das bailarinas, sendo extremamente feminina.
O look apresenta um alto índice de feminilidade.
A forma ampulheta que o cache coeur realça as curvas do corpo feminino, havendo uma conformidade à plástica do corpo femininoo.
O volume no decote com o detalhe dos babados chamam o olhar para os seios, apontando para baixo devido o decote. Observa-se o jogo de velar com as mangas compridas e justas.
A textura brilhosa lembra um tecido acetinado, que é utilizado mais à noite.
A cor vermelha remente a sensualidade , intensidade, paixão.
O babado dá feminilidade e romantismo ao look.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado ufpe em design
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 2003 Mês: Setembro

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [x] inteiro
- [ ] meio corpo

Nº 428

Miniatura

1

Peças vestuário

2

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[x] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[ ] Vestido

Linguagem visual

3

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Mangas
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[ ] Militar
[ ] Alongada	[x] Drapeado	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Ombreiras
[ ] Assimétrica	[ ] Justo	[ ] Listras	[x] Pastéis	[x] Bordado	[ ] Rendas
[ ] Arredondada	[ ] Folgado	[x] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Suspensórios
[ ] Em A	[x] Leve	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Nesgas
[ ] Em Y	[ ] Ondulante	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[x] Decote	[ ] Faixa
[x] Quadrada	[ ] Rígido	[ ] Xadrez		[x] Drapê	
[ ] Retângular	[ ] Volumoso	[ ] brocado		[ ] Gola	
[ ] Simétrica	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Triângular				[ ] Jabô	
[ ] Tulipa				[x] Laços	

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂						X		FORMAS ♀
VOLUMES ♂						X		VOLUMES ♀
TEXTURAS						X		TEXTURAS ♀
COR ♂						X		COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

A peça apresenta uma média incidência de características de feminilidade.
Ao considerar a forma quadrada da blusa, cujo drapeado na cintura liberta o ajustamento da blusa.
O volume drapeado descendo abaixo do busto até a cintura desvia o olhar do busto pelo decote V.
De certa forma mesmo com menos intensidade, o corpo feminino é modificado na região da cintura, tirando a sinuosidade das curvas femininas.
O uso dos pequenos laços é bastante feminino. A cor verde se contrapõe com o preto. O preto enfatiza a verticalidade do corpo, enquanto o drapeado a horizontalidade.Há um velar através do drapeado ao mesmo tempo que o decote profundo revela a região do busto feminino.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe em design
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 2004 Mês: Setembro

No 537

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[x] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[ ] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Mangas
[ ] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[x] Alças	[ ] Militar
[ ] Alongada	[ ] Drapeado	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[x] Babados	[ ] Ombreiras
[ ] Assimétrica	[x] Justo	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Rendas
[ ] Arredondada	[ ] Folgado	[x] Liso	[x] P&B	[ ] Bolso	[ ] Suspensórios
[ ] Em A	[ ] Leve	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Nesgas
[ ] Em Y	[ ] Ondulante	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[x] Decote	[ ] Faixa
[ ] Quadrada	[ ] Rígido	[ ] Xadrez		[ ] Drapê	
[ ] Retângular	[ ] Volumoso	[ ] brocado		[ ] Gola	
[x] Simétrica	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Triângular				[ ] Jabô	
[ ] Tulipa				[x] Laços	

3

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂							X	FORMAS ♀
VOLUMES ♂							X	VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂				X				COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

A peça do vestuário visualizado nesta capa é uma blusa 2 em 1, regata e frente única numa única peça.
A forma é uma silhueta em conformidade a sinuosidade do corpo feminino, revelando através da transparência as partes cobertas.
O volume justo ao corpo enfatiza a atenção para o colo e ombros femininos.
Observa-se que a peça sobreposta (frente única) faz analogia à forma triangular indicando o olhar voltado para os ombros e dividindo a região proxima aos seios, sendo cortado logo abaixo do mesmo pelas duas angulações do triângulo.
O babado e o laço neste caso, pode ser associado as peças de roupa íntima, demonstrando uma sensualidade maior ao look.
O branco remete uma pureza romântica e ao mesmo tempo erótica.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe **em design**

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 2006 Mês: Agosto

No 561

Detalhe (roupa)

- ☐ Frente
- ☐ Costas
- ☒ Lado
- ☒ inteiro
- ☐ meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

☐ Avental	☐ Bolero	☐ Cardigan	☐ Jaqueta	☐ Pelerine	☐ Suéter
☐ Bata	☐ Bustiê	☐ Chemisier	☐ Kaftã	☐ Regata	☐ T-Shirt
☐ Bermuda	☐ Calça	☐ Casaco	☐ Jardineira	☐ Saia	☐ Top
☐ Blazer	☐ Camisa	☐ Colete	☐ Lingerie	☐ Short	☐ Smoking
☐ Blusa	☐ Camiseta	☒ Frente única	☐ Macacão	☐ Sobretudo	☐ Trench Coat
					☐ Tailleur
					☒ Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
☐ Afunilada	☐ Ampliado	☒ Étnico	☐ Cinza	☐ Apliques	☐ Mangas
☐ Ampulheta	☐ Baloneseado	☐ Floral	☒ Frias	☒ Alças	☐ Militar
☒ Alongada	☐ Drapeado	☐ Geometrismo	☐ Nude	☐ Babados	☐ Ombreiras
☐ Assimétrica	☐ Justo	☐ Listras	☐ Pastéis	☐ Bordado	☐ Rendas
☐ Arredondada	☐ Folgado	☐ Liso	☐ P&B	☐ Bolso	☐ Suspensórios
☐ Em A	☒ Leve	☐ Poá	☐ Quentes	☐ Cortes|fendas	☐ Nesgas
☐ Em Y	☐ Ondulante	☐ Tie Dye	☐ Transparente	☒ Decote	☒ Faixa
☐ Quadrada	☐ Rígido	☐ Xadrez	☐	☐ Drapê	
☐ Simétrica	☐ Volumoso	☐ brocado		☐ Gola	
☐ Triângular	☐ Volume reduz.			☐ Gravata	
☐ Tulipa				☐ Jabô	
☐ Reto				☐ Laços	

3

Painel semântico

4

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂							X	FORMAS ♀
VOLUMES ♂						X		VOLUMES ♀
TEXTURAS						X		TEXTURAS ♀
COR ♂						X		COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta uma média incidência de feminilidade.
A silhueta ajusta-se a forma do corpo feminino, alongando o corpo.
A atenção está na parte superior com frente única e a cintura com faixa num tom vermelho. O vestido se adequa a plástica do corpo.
A estampa com cashemira remete a influencia indiana, misturado a flor rosa acentua a feminilidade do look. A cor azul predominante pode sugerir feminilidade, infinito, meditação, confiança, etc.
A faixa vermelha sugere sexualidade, excitabilidade.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado ufpe em design
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 2006 Mês: Setembro

No 562

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Mangas
[x] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[x] Alças	[ ] Militar
[ ] Alongada	[ ] Drapeado	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[x] Babados	[ ] Ombreiras
[ ] Assimétrica	[ ] Justo	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[x] Bordado	[ ] Rendas
[ ] Arredondada	[ ] Folgado	[x] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Suspensórios
[ ] Em A	[ ] Leve	[ ] Poá	[x] Quentes	[x] Cortes|fendas	[ ] Nesgas
[ ] Em Y	[x] Ondulante	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[x] Decote	[ ] Faixa
[ ] Quadrada	[ ] Rígido	[ ] Xadrez		[ ] Drapê	[ ] Amarrações
[ ] Simétrica	[ ] Volumoso	[ ] brocado		[ ] Gola	
[ ] Triângular	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Tulipa				[ ] Jabô	
[ ] Reto				[ ] Laços	
[ ] Sequinha					

3

Painel semântico

4

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂							X	FORMAS ♀
VOLUMES ♂							X	VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta um alto índice de feminilidade .
Há uma acentuação dos ombros, pescoço e colo feminino.
A forma do corpo feminino é em forma de ampulheta que acentua a cintura com a pala justa na cintura. Há uma aceitação da plástica do corpo pela moda, ou seja, uma aproximação ao corpo feminino. O jogo velar com a saia ampla que não revela o quadril e com o decote profundo .
Os detalhes como decote frente única remete a sensualidade dos anos 50, estilo pin up.
O bordado de flores parece simbolizar muitas variedades de feminilidade.(LURIE, 1997)
O vermelho do vestido também sugere vigor, conquista, com associação material à mulher.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado ufpe em design

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 2007 Mês: Agosto

No 574

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [x] inteiro
- [ ] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[x] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[x] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[ ] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[x] Mangas
[x] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[ ] Alças	[ ] Militar
[ ] Alongada	[ ] Drapeado	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Ombreiras
[ ] Assimétrica	[x] Justo	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Rendas
[ ] Arredondada	[ ] Folgado	[x] Liso	[x] P&B	[ ] Bolso	[ ] Suspensórios
[ ] Em A	[ ] Leve	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Nesgas
[ ] Em Y	[ ] Ondulante	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	[ ] Faixa
[ ] Quadrada	[ ] Rígido	[ ] Xadrez		[ ] Drapê	[x] Amarrações
[ ] Simétrica	[ ] Volumoso	[ ] brocado		[x] Gola	
[ ] Triângular	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Tulipa				[ ] Jabô	
[ ] Reto				[ ] Laços	
[ ] Sequinha					

3

Painel semântico

4

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂							X	FORMAS ♀
VOLUMES ♂							X	VOLUMES ♀
TEXTURAS				X				TEXTURAS ♀
COR ♂				X				COR ♀
DETALHES ♂					X			DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look embora seja uma adequação do vestuário masculino. A camisa branca é um clássico no vestuário feminino a partir da década de 80. A camisa pode ser considerada uma peça do vestuário unissex.O franzido na manga dá feminilidade ao look.
O look tende a uma neutralidade, associado à moda unissex, no entanto a saia sendo uma peça exclusivamente do vestuário feminino dá feminilidade à composição, principalmente por estar ajustada à cintura.
A silhueta ajustada ao corpo dá a forma de ampulheta em que a cintura é acentuada com a saia lápis justa e o cinto preto. Há o jogo do velar com o uso da camisa comprida, revelando as curvas feminas com a saia justa.
A amarração no pescoço pode ser considerado uma forma de "gravata". A gravata definida como um tecido colocada em volta do pescoço e amarrada na frente com um nó, e é utilizada pelas mulheres a partir do final do século XIX, e presente na moda unissex.
A textura do look sugere um algodão para a camisa e um tecido de alfaitaria para a saia. Também mais utilizada pelos homens.
As cores preto e branco são clássicas em ambos o guarda roupa feminino e masculino. O branco em contraponto com o preto, sugerindo neutralidade.
O look é bastante utilizado pelo estilo executido, relacionado ao trabalho.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado ufpe em design

Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 2008 Mês: Setembro

No 588

Detalhe (roupa)

- ☐ Frente
- ☒ Costas
- ☒ inteiro
- ☐ meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

☐ Avental	☐ Bolero	☐ Cardigan	☐ Jaqueta	☐ Pelerine	☐ Suéter
☐ Bata	☐ Bustiê	☐ Chemisier	☐ Kaftã	☐ Regata	☐ T-Shirt
☐ Bermuda	☐ Calça	☐ Casaco	☐ Jardineira	☐ Saia	☐ Top
☐ Blazer	☐ Camisa	☐ Colete	☐ Lingerie	☐ Short	☐ Smoking
☐ Blusa	☐ Camiseta	☐ Frente única	☐ Macacão	☐ Sobretudo	☐ Trench Coat
					☐ Tailleur
					☒ Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
☐ Afunilada	☐ Ampliado	☐ Étnico	☐ Cinza	☐ Apliques	☐ Mangas
☐ Ampulheta	☐ Baloneseado	☐ Floral	☐ Frias	☒ Alças	☐ Militar
☐ Alongada	☐ Drapeado	☐ Geometrismo	☐ Nude	☐ Babados	☐ Ombreiras
☐ Assimétrica	☐ Justo	☐ Listras	☐ Pastéis	☐ Bordado	☐ Rendas
☐ Arredondada	☐ Folgado	☒ Liso	☐ P&B	☐ Bolso	☐ Suspensórios
☒ Em A	☐ Leve	☐ Poá	☒ Quentes	☐ Cortes|fendas	☐ Nesgas
☐ Em Y	☒ Ondulante	☐ Tie Dye	☐ Transparente	☒ Decote	☐ Faixa
☐ Quadrada	☐ Rígido	☐ Xadrez		☐ Drapê	☐ Amarrações
☐ Simétrica	☐ Volumoso	☐ brocado		☐ Gola	☒ Camadas
☐ Triângular	☐ Volume reduz.			☐ Gravata	
☐ Tulipa				☐ Jabô	
☐ Reto				☐ Laços	
☐ Sequinha					

3

Painel semântico

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂					X			FORMAS ♀
VOLUMES ♂							X	VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂					X			COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

No look há um alto índice de feminilidade .
O vestido é uma peça excusivamente feminina. A forma com camadas múltiplas de tecido distancia da forma do corpo feminino, criando uma silhueta “quadrada”, portanto com a leveza e fluidez do tecido sugere o corpo que está por baixo da roupa. Há uma negação do corpo pela plástica da moda. O corpo não velado sugere uma sensualidade através da transparência da textura, os braços à mostra e as pernas.
A cor amarela sugere originalidade, conforto, euforia, etc, e a associação material indica a cor do verão.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

mestrado ufpe em design
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 2009 Mês: Agosto

No 600

Miniatura

1

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [x] inteiro
- [ ] meio corpo

Peças vestuário

- [ ] Avental
- [ ] Bata
- [ ] Bermuda
- [ ] Blazer
- [ ] Blusa
- [ ] Bolero
- [ ] Bustiê
- [ ] Calça
- [ ] Camisa
- [ ] Camiseta
- [ ] Cardigan
- [ ] Chemisier
- [ ] Casaco
- [ ] Colete
- [ ] Frente única
- [ ] Jaqueta
- [ ] Kaftã
- [ ] Jardineira
- [ ] Lingerie
- [ ] Macacão
- [ ] Pelerine
- [ ] Regata
- [ ] Saia
- [ ] Short
- [ ] Sobretudo
- [ ] Suéter
- [ ] T-Shirt
- [ ] Top
- [ ] Smoking
- [ ] Trench Coat
- [ ] Tailleur
- [x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[ ] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Mangas
[x] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[x] Frias	[x] Alças	[ ] Militar
[ ] Alongada	[ ] Drapeado	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[ ] Babados	[ ] Ombreiras
[ ] Assimétrica	[x] Justo	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Rendas
[ ] Arredondada	[ ] Folgado	[x] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Suspensórios
[ ] Em A	[ ] Leve	[ ] Poá	[ ] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Nesgas
[ ] Em Y	[ ] Ondulante	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[x] Decote	[ ] Faixa
[ ] Quadrada	[ ] Rígido	[ ] Xadrez		[x] Drapê	[ ] Amarrações
[ ] Simétrica	[ ] Volumoso	[ ] brocado		[ ] Gola	[ ] Franzidos
[ ] Triângular	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Tulipa				[ ] Jabô	
[ ] Reto				[ ] Laços	
[ ] Sequinha					

3

Painel semântico

4

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂							X	FORMAS ♀
VOLUMES ♂							X	VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta um alto índice de feminilidade .
Há uma acentuação dos ombros, pescoço e colo feminino. Há uma aceitação da plástica do corpo pela moda através da forma , com silhueta ajustada a sinuosidade do corpo feminino.
O decote profundo aponta para o colo feminino, enfatizando os seios com o decote profundo.
O corte na cintura e as pences no busto acentua os seios.
O corte triangularizando inversamente o decote da peça.
Os detalhes com as pregas que criam um drapeado acentua a curva do corpo feminino. O revelar neste look está no decote profundo e os braços, colo e parte dos seios à mostra.
A textura acetinada também é associada ao vestuário feminino e o azul intenso ou azul royal aumenta a feminilidade do look.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5

mestrado ufpe em design
Mestrado Acadêmico

UFPE| CAC| **dDesign** 2010
PPG Design| Mestrado em Design|
Design da Informação

Título:

Mestranda: Iracema Tatiana R. Leite

Orientador: Hans Waetcher

DADOS DE CATALOGAÇÃO

Revista: **Manequim** Ano: 2010 Mês: Agosto

No 623

Detalhe (roupa)

- [x] Frente
- [ ] Costas
- [ ] inteiro
- [x] meio corpo

Miniatura

1

Peças vestuário

[ ] Avental	[ ] Bolero	[ ] Cardigan	[ ] Jaqueta	[ ] Pelerine	[ ] Suéter
[ ] Bata	[ ] Bustiê	[ ] Chemisier	[ ] Kaftã	[ ] Regata	[ ] T-Shirt
[ ] Bermuda	[ ] Calça	[ ] Casaco	[ ] Jardineira	[ ] Saia	[ ] Top
[ ] Blazer	[ ] Camisa	[ ] Colete	[ ] Lingerie	[ ] Short	[ ] Smoking
[ ] Blusa	[ ] Camiseta	[ ] Frente única	[ ] Macacão	[ ] Sobretudo	[ ] Trench Coat
					[ ] Tailleur
					[x] Vestido

2

Linguagem visual

Forma	*Volumes*	*Texturas|estampas*	*Cores*	*Detalhes*	
[ ] Afunilada	[ ] Ampliado	[x] Étnico	[ ] Cinza	[ ] Apliques	[ ] Mangas
[x] Ampulheta	[ ] Baloneseado	[ ] Floral	[ ] Frias	[x] Alças	[ ] Militar
[ ] Alongada	[ ] Drapeado	[ ] Geometrismo	[ ] Nude	[x] Babados	[ ] Ombreiras
[ ] Assimétrica	[ ] Justo	[ ] Listras	[ ] Pastéis	[ ] Bordado	[ ] Rendas
[ ] Arredondada	[ ] Folgado	[ ] Liso	[ ] P&B	[ ] Bolso	[ ] Suspensórios
[ ] Em A	[ ] Leve	[ ] Poá	[x] Quentes	[ ] Cortes|fendas	[ ] Nesgas
[ ] Em Y	[x] Ondulante	[ ] Tie Dye	[ ] Transparente	[ ] Decote	[x] Faixa
[ ] Quadrada	[ ] Rígido	[ ] Xadrez		[x] Drapê	[ ] Amarrações
[ ] Simétrica	[x] Volumoso	[ ] brocado		[ ] Gola	
[ ] Triângular	[ ] Volume reduz.			[ ] Gravata	
[ ] Tulipa				[ ] Jabô	
[ ] Reto				[ ] Laços	
[ ] Sequinha					

3

Painel semântico

4

MASCULINO ♂	3	2	1	0	1	2	3	FEMININO ♀
FORMAS ♂							X	FORMAS ♀
VOLUMES ♂							X	VOLUMES ♀
TEXTURAS							X	TEXTURAS ♀
COR ♂							X	COR ♀
DETALHES ♂							X	DETALHES ♀
	A	M	B	UNISSEX	B	M	A	

Mensagem X vestuário

O look apresenta um alto índice de feminilidade .
Há uma aceitação da plástica do corpo pela moda com atenção para a cintura e colo feminino, dando uma forma de ampulheta, mas com a fluidez da saia do vestido.
Há um velar o corpo com a saia ampla do vestido e o não velar com o tomara-que- caia. O tomara que caia é uma peça exclusivamente feminina, bastante utilizado nos anos 50.
Os drapeados na parte superior chama atenção para a parte superior do corpo . A faixa ou pala na cintura, com drapeado reforça a atenção para a cintura.
A estampa está ligada a natureza, sugerindo um estilo étnico, que segundo Lurie (1992) é muitas vezes associado ao bem estar social.
As linhas curvas e cores da estampa dá um ritmo à peça.

LEGENDA

A	Alto indicência de características de feminilidade
M	Média incidência de características de feminilidade
B	Baixo incidência de características de feminilidade
U	Unissex

5