

A MULHER DOS ANOS 80 REPRESENTADA NOS EDITORIAIS DE MODA

WOMEN OF THE 80S REPRESENTED IN FASHION EDITORIAL

Camila Marquetti Stefanelo *

* Mestre em Processos e Manifestações
Culturais – Feevale – Novo Hamburgo/
RS. Docente nas áreas de Gestão e
Comunicação - Senac Santa Maria/RS.
✉ cmstefanelo@senacrs.edu.br

R e s u m o

Este trabalho tem como objetivo geral, por meio do uso de elementos da tríplice análise da Hermenêutica da Profundidade de Thompson (1995), refletir acerca da representação da mulher dos anos 1980, evidenciada nos editoriais de moda da revista *Elle*. Pretende-se observar se as imagens publicadas no periódico podem ser consideradas reflexo da sociedade daquela década. Para a elaboração deste texto, partiu-se da discussão teórica a respeito de gênero feminino, da história da mulher, do seu comportamento, da identidade feminina e a sua relação com a moda e o gênero dos processos de identificação. Tal discussão visa, após seleção de imagens da revista, discutir a relação entre a realidade social e a mostrada pela revista, evidenciando como a mulher era representada nas publicações periódicas femininas da época, principalmente no que tange ao estimular a mulher a adentrar no espaço público, ganhar destaque no mercado de trabalho e ser reconhecida como profissional e busca da sua realização.

P a l a v r a s - c h a v e : Gênero feminino. História da mulher. Identidade feminina.

A b s t r a c t

The main aim of this study is, through the use of elements of the triple analysis of Hermeneutics of Thompson Depth (1995), to reflect on women's representation in the 80s, shown in the fashion editorials of *Elle* magazine. It is intended to verify if the images published in the magazine can be considered a

reflection of the society of that decade. In drawing up this text, we started from the theoretical discussion about female gender, women's history, their behavior, female identity and its relationship with fashion and the gender of identification processes. After selecting pictures from the magazine, we discuss the relationship between social reality and the one presented by the magazine, showing how women were represented in women's magazines of that time, especially with regard to encouraging women to enter the public space, gain prominence in the labor market and be recognized as a professional in order to seek their fulfillment.

Key words: Female Gender. Women's History. Women's identity.

1 Introdução

As representações da mulher atravessaram os tempos e estabeleceram o pensamento simbólico da diferença entre os sexos e a construção de determinados indivíduos, como a mãe, a esposa e a dona de casa. Aos homens, destinou-se o espaço público, político, no qual centralizava o poder; à mulher, o privado, o santuário do lar e suas tarefas específicas. Desse modo, apresentam-se algumas das características que conclamam as mulheres a não se misturarem aos homens publicamente, permanecendo em sua função caseira e materna. Estes limites da feminilidade, determinados pelos homens, foram uma maneira clara de demarcar a identidade feminina.

Nessa perspectiva, pode-se dizer que os significados de gênero e dos processos de identificação desenvolveram-se nesse fazer cultural e histórico complexo. Mesmo as mudanças sociais que ocorreram em direção a levar e, inclusive, a estimular a mulher a adentrar no espaço público com mais frequência não conseguiram alterar, significativamente, o conceito de identidade feminina, que foi construído ao longo da história. Ocorreu, no entanto, uma ampliação dos significados que compõem este conceito complexo, para que as novas funções sociais pudessem fazer parte dessa construção.

Esse discurso social sobre a mulher, entretanto, começou a se modificar no século XX. Durante as duas grandes guerras mundiais, as mulheres foram incentivadas a saírem de suas casas e atuarem no mundo produtivo, uma vez que os homens haviam partido para os campos de batalha. Para viabilizar essa saída, os meios de comunicação mostravam vantagens e encantos do mundo público;

além disso, a mulher passou a assumir novo papel social, o de profissional com carreira, o que não modificou sua identidade de mulher, apenas a ampliou. Nesse momento, mais que mãe e esposa, ela também era dona de casa e profissional, e a dupla jornada passou a fazer parte de sua vida e da de outras mulheres nos anos seguintes.

Devido ao aumento da participação e ao destaque das mulheres no mercado de trabalho, houve um grande crescimento no comércio de revistas femininas, as quais não tratavam as mulheres somente como donas de casa e mães, mas como profissionais em busca de realização. Hoje, muitas revistas femininas seguem modelos muito parecidos, e apesar de cada uma olhar para um tipo específico de mulher – o seu público –, repetem fórmulas e cobrem o mesmo universo.

Diante da relação entre a imprensa feminina e a mulher, pretende-se refletir acerca da mulher dos anos 80, evidenciada nos editoriais de moda da revista *Elle*, considerando-se para tanto as imagens publicadas nos editoriais de moda do periódico.

2 História, difusão e trajetória das mulheres

Pode-se dizer que, embora definidas pelo sexo, as mulheres são algo mais do que uma categoria biológica; elas existem socialmente e compreendem pessoas do sexo feminino de diferentes idades, situações familiares, pertencentes a diferentes classes sociais, nações e comunidades. Bessa (1998) relata que a função de reprodutora da espécie, que cabe à mulher, favoreceu a sua subordinação ao homem. A mulher foi sendo considerada frágil e incapaz para assumir a direção e chefia do grupo familiar. O homem, associado à ideia de autoridade, devido a sua força física e à capacidade de mando, assumiu grande poder dentro da sociedade. Assim, surgiram sociedades patriarcais, fundadas no poder do homem, do chefe da família.

Segundo Teles (1999), o verdadeiro estímulo para a definição de papéis foram as exigências de um cotidiano em que era vital a repartição de tarefas ou a transferência de papéis para a sobrevivência do grupo doméstico. No discurso de diversos setores sociais, a autora destaca a ameaça à honra feminina representada pelo mundo do trabalho. Muitos acreditavam que o trabalho da mulher fora de casa destruiria a família, tornaria os laços familiares mais frouxos e debilitaria a raça, pois as crianças cresceriam mais soltas, sem a constante vigilância das mães.

As mulheres deixariam de ser mães dedicadas e esposas carinhosas, caso trabalhassem fora do lar; além disso, poderia ser que um bom número delas deixasse de se interessar pelo casamento e pela maternidade.

Segundo o pensamento de Svendsen (2010), a identidade da mulher é, por natureza, heterogênea e não se constitui plenamente, mesmo que a reunião de todos os domínios vividos por ela fosse possível. Entretanto, a identidade é um processo contínuo, e as características identitárias de ontem não constituirão exatamente a identidade de hoje. Ao mesmo tempo, entende-se que a identidade feminina é produto social e reflexo do olhar do outro. Importa, antes de tudo, como e de que modo o outro a vê, e não apenas a imagem que ela tem de si mesma. Em qualquer sociedade, a identidade é construída, socialmente, pelas práticas discursivas, cujo discurso é o produto cultural que a construiu. Del Priore (2009) afirma que compreender a identidade feminina como uma multiplicidade dinâmica de papéis sociais exige recuperar a história e os diversos contextos que possibilitaram essa construção da mulher através do tempo. Com isto, quer-se enfatizar que, possivelmente, a mulher nem sempre foi dividida e, ao mesmo tempo, múltipla como hoje. Deste modo, a transformação dos papéis sociais de homens e mulheres começou a acontecer a partir do século XVIII, em virtude de importantes mudanças políticas, sociais e econômicas, tais como: a ascensão da burguesia, a criação dos estados nacionais, o início da industrialização e a formação da sociedade capitalista.

A Proclamação da República no Brasil, segundo Del Priore (2009), pode ser vista como o momento a partir do qual os novos modelos femininos passaram a ser mais reforçados. Esse período promoveu intensas transformações e remanejamentos nas elites que vinham se configurando no decorrer do século XIX. Muitas das imagens idealizadas das mulheres sofreram mudanças e intensificações por conta das transformações que se operaram com esse evento. As lutas entre homens e mulheres trabalhadoras estão presentes em todo o processo da Revolução Industrial; a batalha contra o sistema capitalista de produção surgia permeada pela questão de gênero, a qual se colocava como um ponto de impasse na consciência de classe do trabalhador.

O século XIX foi uma das épocas em que as mulheres mais foram controladas, conforme afirma Souza (2010); os tratados e códigos de comportamento avolumaram-se, prescrevendo a forma “correta” de a mulher portar-se em público.

Contra essa situação, configurou-se o movimento feminista do final do século XIX e início do século XX; os direitos à educação, ao trabalho e ao voto constituíram-se nas principais bandeiras de lutas.

Aqui, o Brasil dos anos 1950 viveu um período de ascensão da classe média, em especial com a participação feminina no mercado de trabalho, no qual a mulher foi conquistando seu espaço, principalmente no setor de serviços de consumo coletivo, em escritórios, no comércio ou em serviços públicos. Surgiram, então, mais oportunidades de emprego em profissões como as de enfermeira, professora, médica, assistente social, vendedora etc., que exigiam da mulher uma qualificação e, em contrapartida, tornavam-na profissional remunerada.

Os anos 1960 inauguraram um novo ciclo e, por toda a parte, o reconhecimento social do papel profissional da mulher avançou. De acordo com Lipovetsky (2000), muitos estudos mostram que o compromisso feminino com o trabalho respondeu, nesse período, ao desejo de escapar ao encerramento da vida doméstica e, correlativamente, a uma vontade de abertura para a vida social, ao que se acrescenta a recusa da dependência em relação ao marido, a reivindicação de autonomia dentro de casa e a construção de uma “segurança” para o futuro. São motivações que exprimem a ascensão do individualismo feminino, junto às atitudes relativas ao aborto, à contracepção, à liberdade sexual, ao recuo do casamento e das famílias numerosas, aos pedidos de desquite por iniciativa das mulheres: por toda a parte, manifestava-se a vontade feminina de afirmar-se como protagonista de sua própria história.

A partir dos anos de 1970, no Brasil, a mulher passou a ingressar, de forma mais acentuada, no mercado de trabalho, ocupando atividades relacionadas aos serviços de cuidar (nos hospitais, a maioria das mulheres eram enfermeiras e atendentes), professoras, educadoras em creches, serviços domésticos, comerciárias e uma pequena parcela na indústria e na agricultura. Teles (1999) afirma que as mulheres foram incorporadas às organizações de esquerda, tanto no campo como nas cidades, mas essas organizações relutaram em absorver a mulher militante de maneira mais adequada ao papel que ela já vinha desempenhando nas diversas áreas da vida social e econômica. Essa falta de compreensão da importância da participação da mulher na transformação da sociedade talvez tenha sido o fator determinante para que o relacionamento dessas organizações com os vários segmentos sociais, devido ao constante esquema repressivo e mesmo ao

comportamento dogmático da mulher, impedia que enxergassem a ampliação das atividades femininas.

A presença da mulher começou a incomodar dentro dos sindicatos, na Igreja e nos movimentos sociais e políticos, “[...] em quase todas as reuniões, uma mulher pedia a palavra e falava sobre a especificidade feminina” (TELES, 1999, p. 100). Conforme ainda relata a autora (1999), no II Congresso de Mulheres Socialistas, realizado em Copenhague (Dinamarca), a comunista alemã Clara Zetkin propõe que se consagre o dia 8 de março como o Dia Internacional da Mulher, numa homenagem às operárias têxteis, da Fábrica *Cotton*, de Nova York (EUA). Em 1857, essas operárias realizaram uma greve, reivindicando a redução da jornada de trabalho e o direito à licença maternidade. Na ocasião, as forças policiais ataram fogo à fábrica para reprimir aquelas que insistiam na greve, quando, então, morreram 129 operárias queimadas.

A ação pela democratização das relações de gênero, conforme continua abordando Bessa (1998), persistiu e, em 1988, a mulher conquistou a igualdade jurídica. O homem deixou de ser o único chefe da família, e a mulher passou a ser considerada tão apropriada quanto o sexo oposto para chefiar o grupo familiar. De acordo com Lipovetsky (2000), não apenas o assalariamento feminino aumentou: cada vez mais as mulheres não paravam de trabalhar depois do casamento e do nascimento do primeiro ou do segundo filho, estabelecendo-se um novo ciclo histórico nas sociedades democráticas, o da mulher no trabalho. Esse fenômeno não transformou, apenas, o mundo dos afazeres, mas também a relação das meninas com o estudo, as relações entre os sexos. Desse modo, a atividade feminina exprime a transformação histórica da mulher como mais uma posição identitária do feminino.

Por outro lado, é possível afirmar que a moda, para as mulheres, é uma palavra que pode ser associada à identidade; no aspecto que diz respeito à apresentação do eu para o outro; essa palavra, também, é ligada, automaticamente, ao seu objeto de uso mais popular, isto é, roupas, acessórios e ao *glamour*. Moda, para elas, pode ser sinônimo de glamourização, ou seja, charme, encanto pessoal e magnetismo. De certa forma, a moda cumpre o papel de compreensão do próprio eu e é instrumento de prazer, culto da fantasia e da novidade. Diante disso, associa-se a representação dos editoriais de moda à identidade feminina, através da maneira como os produtos que as pessoas compram são vistos por elas

e pelos outros, pelos significados pessoais e sociais. A heterogeneidade de estilos contemporâneos permite às mulheres assumir uma variedade de identidades. Em resumo, a hegemonia da imprensa de moda é um fenômeno multidimensional, podendo ser interpretada de diversas maneiras.

Refletindo-se sobre o fato de que o vestuário exprime ambivalências, as quais cercam as identidades sociais, as fotografias de moda tendem a sujeitar-se a diversas interpretações, pois apresentam identidades diversas. Nessa perspectiva, a moda, o vestuário e as imagens de moda oferecem pistas para desvendar as ligações entre estrutura social e cultural e para traçar os itinerários da cultura material na sociedade, expressando, assim relações no interior de grupos e segmentos sociais.

3 Metodologia

No presente trabalho, foi pesquisado o editorial de moda da Revista *Elle*, do mês de maio, do ano de 1988, o qual é referente à data de lançamento da revista no Brasil. A referida análise dos editoriais foi realizada com a utilização da Hermenêutica da Profundidade e, para isso, optou-se por observar alguns conceitos, tais como gênero feminino, história das mulheres, identidade feminina e moda. A Hermenêutica da Profundidade, de John B. Thompson (1995), utilizada como procedimento técnico para a análise da pesquisa, é uma parte da fenomenologia que estuda o simbólico. Enquanto o círculo de recorrência semiótica limita-se ao universo dos interlocutores através do discurso, o círculo hermenêutico comporta, ainda, a presença de outros agentes e objetos em um universo mais vasto e aberto a influências inesperadas. O objeto da investigação forma um campo pré-interpretado, importando-se com as maneiras pelas quais as formas simbólicas são interpretadas pelos sujeitos que participam deste campo, para que, em seguida, seja possível investigar como essas formas são interpretadas e compreendidas pelas pessoas que as produzem e as recebem na sua vida cotidiana. Neste texto as três etapas (sócio-histórica; formal-discursiva e interpretação-reinterpretação) serão mostradas de maneira concomitante, a fim de se construir prováveis significações dos textos analisados.

4 Maio de 1988 – Número um – Use e Ouse o estilo *Elle*

Lançada no Brasil no final da década de 80, diante de inúmeras mudanças que marcaram tanto o início da década quanto o lançamento do periódico no país, os anos de 1980 foram um tempo de grandes conquistas para as representantes do chamado “sexo frágil”. A valiosa participação feminina no mercado de trabalho, inclusive em cargos de chefia; a liberdade sexual, passando pelo culto ao corpo perfeito, tudo, na década de 80, segundo a autora Onodera (2011), ajudou a esculpir a imagem de uma nova mulher: segura de si e de suas aspirações, disposta a encarar desafios e a superar limites. Com as atenções voltadas para a estética pessoal, esta nova mulher – dona-de-casa por força do hábito, mas também executiva disposta a adotar um visual masculinizado – não hesitava em trajar terninhos folgados, calças largas, ombreiras e gel no cabelo, mas nem por isso abria mão de sua feminilidade e poder de sedução. Essa descrição é ilustrada em algumas imagens dos editoriais de moda da Revista *Elle*, da edição de número 1 do periódico, aqui no Brasil.

Figura 1: Editorial de Moda da edição nº1 de maio de 1988



Fonte: Revista Elle (1988)

Na figura 1, há três mulheres que exemplificam as características femininas mencionadas anteriormente, ou seja, à medida que as mulheres ficaram mais independentes e se identificaram mais com o modo masculino, esse novo estilo “dele para ela” tornou-se cada vez mais popular. Atraída por ternos e calças, não só pelo conforto, mas, talvez, por seu simbolismo fálico velado, a mulher que usava calça comprida e ombreira sentia-se e parecia mais forte fisicamente. E não é mistério

o motivo pelo qual se desejava investir nas qualidades masculinas, uma vez que, historicamente, os homens têm alcançado uma série de oportunidades e privilégios negados às mulheres. Usar roupa de homem é uma maneira simbólica de herdar essa posição privilegiada. Segundo Fischer-Mirkin (2001), há muitos tipos de visuais masculinos, cada um com seu conjunto próprio de significados, cada um expressando aspectos diferentes da personalidade da mulher, conforme se pode observar na figura em análise. Algumas vestimentas, conforme salienta o autor (2001), inspiradas no homem traduzem refinamento clássico, enquanto outros estilos transmitem mensagens de poder pessoal ou até mesmo “machismo”.

A mistura de novos materiais, representada no ensaio *Mixture – Os Novos Materiais* (figura 2) traz à tona as roupas esportivas, apostando fortemente nos sintéticos, como a *lycra*, o *stretch* e emborrachados em geral.

Figura 2: Editorial de moda da edição nº1 de maio de 1988.



Fonte: Revista Elle (1988).

Nesta imagem (figura 2), o destaque está no ar sedutor da modelo, por vestir um conjunto emborrachado de blazer com ombros em destaque e calça justa, e luvas de couro, a mulher, ali representada, está vestida para exercer o poder, ser símbolo de *status*, consumista e, principalmente, por estar vestida para o sucesso. E, mesmo que os materiais das roupas denotem conforto, as ombreiras e o aspecto estruturado das vestes lembram a necessidade de a mulher parecer maior do que realmente é. E, segundo Crane (2006), as mulheres da classe média alta, assim como a mulher simbolizada nessa imagem (figura 2), representavam suas famílias em várias funções sociais, procurando vestir-se de acordo com a moda.

Desse modo, à medida que as mulheres se tornavam mais escolarizadas, ingressavam no mercado de trabalho e se tornavam mais consumistas, elas exerciam poder sobre si, sua vida, escolhas e opiniões, proporcionando mais *status* perante a sociedade e, com isto, obtendo mais oportunidades de sucesso em sua vida pessoal e profissional, além de conquistar mais seu espaço. Nesse contexto, o vestuário pode ter adquirido conotação de rebeldia vinculada à jaqueta de couro preta, pois conforme afirma Crane (2006), o poder simbólico da jaqueta está relacionado à sua cor preta. É que essa peça, quando usada por homens no século XX, converteu-se em símbolo de militância social e rebeldia contra normas sociais. O preto era usado por rebeldes de todo o tipo, no campo político, social ou artístico.

O texto do anúncio fala das novas tendências da estação, dos novos tecidos e de como a leitora poderia usar e compor seu *look*. Nesse ensaio, a jaqueta de couro preta, traz à leitora a jovialidade da época, pois a peça pode ser relacionada aos *yuppies*, jovens que ditavam uma nova maneira de se relacionar com o trabalho e o dinheiro, e que formaram uma tribo bastante conhecida, pela relação da moda com o poder. Mesmo com a característica da tendência em não evidenciar tanto a feminilidade, concorda-se que há misturas de estilos e referências nos ensaios do editorial, os quais evidenciam que a mulher vai desencadeando o processo de emancipação, no qual a sociedade ganha uma dimensão mais humana, abrindo espaços para um complemento inovador.

Ainda sobre esse ensaio (figura 2), a modelo faz uso de um vestido de tecido leve, esvoaçante, luvas, relógio e um chapéu de lã na cabeça, como acessórios. As cores também são escuras, em tons de azul e verde. Os destaques são para a cintura feminina bem marcada, a transparência e o decote da jaqueta, aberto até o início dos seios. Pode-se observar, portanto, que está sendo retratada uma mulher do final dos anos 80 e início dos anos 90, com um ar de individualismo, pois o movimento feminista contava com a participação da mulher na força de trabalho e na sociedade de classes, com a divisão social e sexual do trabalho, com a família operária e/ou patriarcal etc.. Diante disso, surgem novos contextos sociais marcados, fortemente, pelo marxismo e pelo individualismo entre as classes médias urbanas, resultantes das transformações ocorridas nos costumes brasileiros, com o advento da pílula anticoncepcional, da revolução sexual e da cultura *hippie*.

O ensaio da figura 3, apresenta com ênfase o *trend coat*, as calças de alfaia-taria, os sapatos modelos *oxford*, os acessórios como óculos, luvas, pulseiras, relógios e o lenço, e definem uma mulher com a indumentária característica do homem possuidor de poder nas relações de trabalho.

Figura 3: Editorial de moda da edição nº1 de maio de 1988.



Fonte: Revista Elle (1988).

Com a feminilidade atrelada a uma silhueta linear e angulada, a indumentária evidencia o ingresso das mulheres no mercado de trabalho – competindo por cargos executivos e de chefia – e lhe confere uma aparência masculinizada, na silhueta, mas feminina na escolha dos tecidos, do corte, das cores. É interessante observar os cabelos da modelo, que são ou aparentam ser curtos, revelando uma aproximação com os cortes de cabelos masculinos. No entanto, essa aproximação é, de certa maneira, interrompida com o uso de brincos de argola, com sapato de salto alto e com uma pequena bolsa de mão. Na figura 3, vê-se a modelo “vestida para o sucesso”, ou seja, atestando roupas, maquiagens e acessórios que, ao usarem para trabalhar, ajudam a apresentar uma forte imagem profissional e influenciam, positivamente, suas interações nos negócios, pois remetem ao figurino do homem, que vivencia há mais tempo tal espaço de trabalho.

Conforme se observa na imagem 3, as ombreiras ganham destaque em todas as peças de roupas. De acordo com Fischer-Mirkin (2001), as ombreiras para mulheres foram lançadas nos anos 40, época de crescente presença feminina no mercado de trabalho, quando elas foram chamadas a preencherem cargos, antes ocupados pelos homens, que tinham ido para a guerra. Entretanto, a ombreira

caiu em desuso nos anos 50, quando as mulheres foram deslocadas do mercado de trabalho e retomaram um papel mais doméstico, mas reapareceu no início dos anos 80, quando deram passos largos na vida profissional. O editorial de texto da revista revela como a mulher pode estar *chic*, elegante no dia a dia, e ao mesmo tempo, confortável. No entanto, pode-se observar que essa imagem da mulher bem vestida está atrelada às suas conquistas pessoais e profissionais.

Conforme afirma Crane (2006), as roupas desempenham papéis importantes na manutenção da visibilidade de discursos alternativos de gênero. Desse modo, explicar a construção da identidade e a resistência à hegemonia através do vestuário exige uma interpretação de como as roupas expressam significado. Como forma de comunicação não verbal e visual, o vestuário é um meio poderoso de fazer declarações sociais subversivas, pois essas declarações não são necessariamente construídas e recebidas em um nível consciente ou racional. Com isso, ressalta-se a presença do vestuário masculino, como referência no trajar das modelos, compondo um ensaio em que a feminilidade entrecruza-se através de novas opções do modo de vestir. As roupas, segundo Crane (2006), são uma ferramenta de suma importância na construção da identidade, oferecendo uma vasta gama de opções para a expressão de estilos de vida ou identidades subculturais.

5 Considerações finais

Historicamente, a moda tem se constituído um forte mecanismo que instrumentaliza as distinções de gênero. Desde seus primórdios, ela tem contribuído para a construção de uma feminilidade atada ao doméstico e de uma masculinidade ligada ao universo público. Crane (2006) afirma que, apesar dos discursos dominantes, que procuram impor um ideal de feminilidade, em razão do seu potencial comunicativo, o traje é um veículo de comunicação de ideais que age como um mecanismo político de contestação, expressão de insatisfações e revoltas, com o objetivo de propor reformas e transformar a sociedade. Como ainda menciona Crane (2006, p. 21), o vestuário é “[...] uma das mais evidentes marcas do *status* social e de gênero – útil para manter ou subverter fronteiras simbólicas”.

No decorrer dos anos 1980, os valores, os conceitos e a vida cotidiana estavam em transformação, e a beleza da mulher, por exemplo, direcionava-se para a estética

do corpo. Nos anos 80, havia a busca da libertação das amarras autoritárias que prendiam as mulheres. Foram criados, nessa época, o Conselho Estadual da Condição Feminina e a Primeira Delegacia da Mulher, além da nova promulgação da Constituição Brasileira, a qual estabelece que homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações; os direitos e os deveres referentes à sociedade conjugal passam a ser exercidos, igualmente, pelo homem e pela mulher.

Desse modo, as transformações da mulher, simbolicamente representadas nas páginas dos editoriais de moda da revista *Elle*, demonstram a independência, a autonomia e a emancipação feminina, características que foram conquistadas através de lutas e reivindicações. Além disso, conforme já citado na análise, a valiosa participação feminina no mercado de trabalho, bem como os cuidados com a beleza, ajudaram a esculpir uma nova mulher, a qual se mostra segura de si, encara desafios e supera limites. Entretanto, ainda dona de casa, essa mulher atuante no mercado de trabalho, não duvidou da sua feminilidade ao compor *looks* com terninhos folgados, calças largas, ombreiras e gel no cabelo. É importante observar que, nesse período histórico, a mulher “imita” o vestir masculino, talvez com a intenção de evidenciar que poderia ocupar o mesmo cargo do homem, saindo-se tão bem como ele. Ou seja, a vestimenta tornou-se um “passaporte” para circular num universo que até então era privilégio dos homens. E, depois de conquistar o voto e o mercado de trabalho, o direito sobre si e sobre o próprio corpo, a mulher passou a buscar por um aumento da sua escolaridade, bem como uma maior participação no mercado de trabalho.

Nos editoriais de *Elle*, pôde-se, também, perceber que a diversidade foi um traço marcante da moda, visto que, durante os anos 1980, houve uma tendência de vestuário que foi reflexo de um posicionamento feminino no mercado de trabalho: paletós, jaquetas e calças apresentaram cortes masculinos ao longo de toda a década. A década de 1980 propiciou uma proliferação de múltiplas formas, uma profusão de linguagens e contrastes, em que os opostos começaram a conviver em harmonia. Os itens ligados à indumentária masculina ganharam novos significados, por intermédio de um processo de inversão simbólica, mais especificamente, o processo da independência feminina, que desafiou as fronteiras de gênero.

Referências

BESSA, Karla Adriana M. Posições de sujeito, atuações de Gênero. *Revista de Estudos Feministas*, Florianópolis, v.6. n. 1, 1998.

CRANE, Diana. *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade de roupas*. São Paulo: Editora Senac, 2006.

DEL PRIORE, Mary (org). *História das mulheres no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2009.

FISCHER-MIRKIN, Toby. *O código de vestir: os significados ocultos da roupa feminina*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. *A Terceira mulher: permanência e revolução do feminino*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

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

SOUZA, Ezequiel de. Bandeiras feministas na luta pela igualdade de gênero. *Revista Espaço Acadêmico*, Maringá, PR, n. 108, 2010.

SVENDSEN, Lars. *Moda: uma filosofia*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

TELES, Amelinha. *Breve história do feminismo no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1999.

THOMPSON, John B. *Ideologia da cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.