



A LINHA LAYERS E O MODELO FEMININO DA MULHER CONTEMPORÂNEA

Layers line and the Female Model of the contemporary woman

Greggianin, Mônica; Mestre; Faculdades Integradas de Taquara,
monicagreggianin@gmail.com¹

Resumo: O artigo objetiva relacionar o Modelo Feminino discorrido por Baudrillard (2007) com a evolução da moda íntima feminina e utilizar a linha Layers, da marca Hope, para constatar se o Modelo proposto continua a ser senso comum na sociedade contemporânea. A linha é o objeto de estudo que demonstra que o Modelo Feminino continua vigente e que a liberação feminina apenas demonstra um passo na evolução do papel social da mulher.

Palavras chave: Modelo Feminino; lingerie; mulher contemporânea.

Abstract: The article aims to relate Baudrillard's (2007) Female Model with the evolution of women's underwear and use Hope's Layers line to see if the proposed Model remains common sense in contemporary society. The line is the object of study that demonstrates that the Female Model remains in force and that female liberation only demonstrates a step in the evolution of women's social role.

Keywords: Female Model; underwear; contemporary woman.

Introdução

Para se compreender o corpo, a vestimenta e os hábitos femininos ao longo dos tempos não faltariam fontes de inúmeras naturezas. De documentos médicos a jurídicos, constroem-se informações sobre como as mulheres foram (ou não) consideradas pela sociedade. Deve-se perceber, porém, que a partir desses documentos teríamos uma visão masculina sobre as vivências femininas. Naomi Wolf (2005) chama de “cultura de massa feminina” essa perspectiva masculina sobre o conjunto de práticas vividas pelas mulheres relacionadas com o “ser mulher” e entendidas como supérfluas e secundárias.

¹ Professora integrante do Núcleo Docente Estruturante do curso de Design da FACCAT. Mestre em Design Estratégico pela Unisinos, especialista em Marketing e Design de Moda pela ESPM-RS, especialista em História da Arte Moderna e Contemporânea pela EMBAP, designer do produto pela Universidade Federal do Paraná.



Além da visão supérflua das práticas ditas femininas, Baudrillard (2007) discorre sobre como essas atividades, muitas vezes, servem de gratificação própria somente para melhorar-se como objeto de competição na concorrência masculina. Agradando-se para melhor agradar o homem, “sob a cor de autogratição, a mulher (o Modelo Feminino) é relegada por procuração no cumprimento “de serviço”. A sua determinação não é autônoma.” (BAUDRILLARD, 2007, p.98) Esse Modelo Feminino citado por Baudrillard (2007) trata o prazer da mulher como uma necessidade sendo indispensável a complacência e a solicitude narcisista. A convergência para um modelo é gerada quando as diferenças deixam de opor indivíduos e hierarquizam-se produzindo e reproduzindo esses modelos que renunciam toda diferença real e singularidades. A mulher, portanto, se diferencia ao adotar determinado Modelo Feminino, servindo de “boneca consigo própria.” (BAUDRILLARD, 2007, p.98)

O Modelo Feminino é divulgado pela mídia tanto na televisão, em novelas, “programas femininos” de beleza e moda, como em revistas também ditas femininas com dicas de beleza, saúde e moda. Os produtos destinados ao público feminino também acompanham e influenciam nesse Modelo Feminino. Vemos isso claramente na evolução da moda, por exemplo. (BOUCHER, 2010)

Essa divulgação em todas as estâncias, inclusive nos produtos, mostra como o Modelo Feminino adquire caráter de senso comum na sociedade contemporânea. O senso comum, segundo Geertz (1997) é um fenômeno presumido, formado pela experiência cotidiana por se basear na vida como um todo. O Modelo Feminino de Baudrillard (2007) da mulher contemporânea é senso comum na sociedade.

Este Modelo Feminino de mulher contemporânea foi construído na história a partir de diferentes conceitos de acordo com a sociedade e costumes de seu tempo. Como exemplo tem-se o modelo feminino Jugendstil (Art Nouveau) de uma mulher sensual que é eroticamente emancipada “que recusa o busto realçado e ama a cosmética” (ECO, 2004 p.369). Dessa mulher Jugendstil de beleza suave, voluptuosa e



pré-rafaelista, como define o autor, evolui-se para uma beleza mais funcional que estética, alinhada com a produção em massa, o que traz, no conceito de beleza, a junção de arte e indústria. Passa-se a exaltar uma mulher ágil e esbelta como o período Déco. Em contrapartida dessa funcionalidade e agilidade da mulher Déco, o Modelo Feminino foi também pensado para uma mulher fascista definido pelo Gabinete de Imprensa da Presidência do Conselho em 1931 como uma mulher que deveria ser sã para que pudesse ser mãe de filhos também sãos. Inclusive era obrigado que se eliminasse da imprensa os desenhos de figuras femininas emagrecidas e masculinizadas que representariam a esterilidade da decadente civilização ocidental (ECO, 2004).

Essas diferenças nos aspectos de beleza e estilo das mulheres, sutis ou não, não incluíam uma verdadeira mudança de padrões. O sexo feminino continuava como papel secundário na sociedade, sempre com menos direitos e espaço que os homens. Para Eco (2004), a Beleza (inclusive a beleza feminina) passava por uma contestação entre a Beleza da provocação (ou beleza de vanguarda) e a Beleza de consumo. A primeira, demonstrada principalmente na arte, indo contra o prazer da apreciação de formas harmônicas e instigando olhar o mundo de diferentes maneiras, e o segundo, mais utilizado pela *mass media*, que seguiam os ideais de beleza de um consumo comercial. Ainda segundo o autor, essa contradição é típica do século XX.

A partir da década de 60 quando a história social e cultural, inclusive das mulheres, sofreu grandes modificações, alguns desses padrões também foram modificados. A década de 60 foi palco de importantes e transformadores acontecimentos como a Primavera de Praga, o Maio de 68, o Festival de Woodstock, movimentos pacifistas e feministas. O corpo virou suporte de rebeldia com cabelos compridos, uso exacerbado de drogas, minissaia. O objetivo era contrariar os padrões vigentes e conservadores. Não só nas ações e ideais, mas no corpo, na aparência e na vestimenta. A própria imagem era usada como veículo de contestação (BOUCHER, 2010). Essas ações e movimentos levaram à liberação de costumes, inclusive sexual. O que gerou novos padrões de comportamento tanto para homens quanto para mulheres. A



invenção da pílula anticoncepcional e o interesse surgido pela sexualidade humana influenciaram em muito a visão sobre a identidade feminina (GELLACIC, 2012). A sexualidade feminina passou a ser vista de maneira mais natural contra a visão conflituosa que a sociedade impunha ao assunto não só da sexualidade, mas do papel social da mulher na contemporaneidade.

É a partir dessa época que, incentivado sobre o discurso sobre a sexualidade, e calcado também no discurso do culto ao corpo da mulher e do consumo capitalista, surge um novo conceito do sexo como símbolo de modernidade e saúde. Segundo Gellacic (2012), a união desses conceitos fez com que o corpo da mulher ficasse cada vez mais em evidência. A consequência desses movimentos de liberação sexual e da criação dessa identidade feminina como ser sexualizado permitiu à mulher, segundo Lipovetsky (2000), a possibilidade de demonstrar seu desejo de maneira mais aberta.

A liberação sexual trouxe à mulher uma nova identidade e o interesse de autores sobre como fica tal identidade após essa época de transformações e liberações. Para Baudrillard (1990),

na época da liberação sexual, a palavra de ordem foi “o máximo de sexualidade com o mínimo de reprodução”. Hoje, o sonho de uma sociedade clônica seria o inverso: o máximo de reprodução com o mínimo possível de sexo. Outrora o corpo foi a metáfora da alma; depois foi a metáfora do sexo; hoje já não é mais metáfora de coisa nenhuma. (BAUDRILLAR, 1990 p.13)

Para o autor, após essa época - que denomina de orgia, - o corpo se torna algo maquínico de processos e, sem organização simbólica, é apenas elemento de programações infinitas.

Os signos que se multiplicaram, segundo Baudrillard (1990), podem também ser analisados como os produtos de consumo que, juntamente com os padrões e costumes, constituíram o senso comum a cada época. São claras, por exemplo, na evolução do vestuário feminino, as transições ocorridas ao longo desses períodos de liberação. O comprimento das saias, o tamanho dos decotes, a quantidade de camadas de tecido e de pele coberta ou à mostra, ajuda a relatar essas transformações de Modelo Feminino



formados por costumes e padrões do senso comum. A lingerie, como parte do vestuário feminino, e pela relação de intimidade que se confere ao produto, é um objeto de estudo importante pra se relatar a imagem da sexualidade feminina por ser um produto que carrega os padrões impostos às mulheres pela sociedade. (GELLACIC, 2012)

A evolução da lingerie

Por ser uma última barreira de vestimenta antes da nudez, a lingerie faz parte da construção da identidade sexual feminina ganhando um aspecto simbólico de sensualidade muitas vezes comparado à própria nudez. Porém, a lingerie sempre teve aspectos funcionais e formais bem específicos de acordo com os costumes de cada época.

As primeiras peças ditas lingerie datam de até cinco mil anos atrás, mas foi a partir do século XIV que passou a ser parte importante do vestuário feminino como modelador de silhueta. Nessa época, peças chamadas de Farthingales eram utilizadas para aumentar o volume das saias simbolizando a importância da fertilidade da mulher. (SCOTT, 2013). No século XV, os Farthingales ganharam auxílio dos espartilhos para a modelagem do corpo. De tecido grosso e barbatanas de madeira os espartilhos se tornaram comum para apertar ainda mais as cinturas além de representar nobreza pois era impossível vestir os espartilhos sem o auxílio de uma criada. A rainha Carolina de Médici, por exemplo, ditava moda com cinturas reduzidas ao extremo por espartilhos feitos de ferro. Para o século XIX.

A Revolução Francesa de 1789 sinalizou uma grande mudança política e social. Saias amplas, corpetes exagerados, anáguas e paniers complexos foram jogados fora com o antigo regime, e estilos românticos mais simples com cinturas largas foram adotados, exigindo o mínimo de roupas íntimas. Porém, em meados da década de 1820, o tamanho da cintura diminuiu novamente, e o espartilho, que depois passou a se chamar corset, entrou de novo na moda, dessa vez criando uma forma mais parecida com a “ampulheta”. O século XIX presenciou uma série de avanços tecnológicos no desenho dos corpetes, incluindo uma renda elástica, bem como elaborações complicadas, como as crinolinas e anquinhas, desenvolvidas para dar suporte às elegantes saias da época. (SCOTT, 2013 p.53)



Após a revolução francesa os espartilhos caíram em desuso e togas retas de linho, musselina e algodão eram usadas por baixo dos vestidos também mais simplificados. Já se tinha a ideia de nu que a lingerie passava e as roupas de baixo passaram a ser de cor *nude* para se equivaler a cor do corpo. Essa moda das roupas de baixo pouco estruturadas durou pouco e logo os espartilhos de barbatana de baleia voltaram e as lingers chegavam a pesar cinco quilos. Apesar dessa era vitoriana ser sinônimo de repressão sexual, também foi precursora de algumas inovações importantes para a lingerie. A máquina de costura, por exemplo, facilitou a produção das peças, aumentando a variedade de modelos, baixando os custos e, por consequência, popularizando a lingerie (SCOTT, 2013).

Seguindo a evolução dos costumes, os espartilhos se modificaram para se tornarem mais saudáveis e confortáveis para o uso das bicicletas. Nesse período – século XIX – passou-se a apoiar que a mulher, além das atividades domésticas, tivesse liberdade de movimento, modificando a moda e, portanto, as lingers. A forma ideal para o corpo da mulher no século XIX era a silhueta em S, com os quadris empurrados para trás e o busto para cima (BOUCHER, 2010).

Foi em 1893 que foi criada a peça que mais se assemelha com o sutiã dos dias atuais. Um suporte para os seios, cavado e com as alças cruzadas nas costas presas com colchetes. O primeiro sutiã deixava os seios rebaixados, como era moda na época (SCOTT, 2013). O sutiã se tornou mais popular a partir da Primeira Guerra Mundial quando foi pedido às mulheres que jogassem seus espartilhos fora para que o aço que os constituía fosse usado para a construção de equipamentos bélicos (BOUCHER, 2010). Neste período o modelo de corpo ideal era o de seios pequenos, achatados, com uma silhueta que muitas vezes era considerada masculinizada ou infantilizada. Esse ar de imaturidade feminina fazia com que as mulheres parecessem jovens sexualizadas o que gerou críticas na época. Por volta da década de 1930, com o desenvolvimento do lastex,



foram criadas as cintas que modelavam o corpo mas permitiam que a mulher respirasse, mesmo com o desconforto causado pelo suor excessivo que a borracha causava (SCOOT, 2013).

Durante o período de Segunda Guerra Mundial o papel da mulher também se alterou e a lingerie também esteve presente. As pin ups representavam, muitas vezes, mulheres em lingerie aparente mas com roupas de trabalho. Com os homens na guerra, as mulheres assumiram trabalhos nas indústrias. Em algumas indústrias era obrigatório pelo código de bom gosto que as jovens usassem sutiã e cintas. O sutiã ainda evoluiu para um formato cônico que virou moda avantajando os seios por baixo dos *sweaters* e a lingerie ganhou ainda mais visibilidade e popularidade com o lançamento da revista Playboy em 1953 (SCOOT, 2013).

A década de 1960 trouxe, com as mudanças sociais e culturais já citadas, transformações importantes também na lingerie. Nesse período, ocorreu uma volta dos modelos corporais da década de 1920, baseado no corpo infantilizado, com seios achatados. Esse Modelo Feminino tinha a modelo Twiggy como maior ícone. Como período de liberação sexual, a lingerie se modificou e junto com essa liberação sexual, para Gellacic (2012), três fatores influenciaram a mudança de atitude com relação a diversas questões, desde a sexualidade das mulheres até a sua lingerie: pesquisas sobre sexualidade humana, realizada por Masters e Johnson; a luta de artistas e pornógrafos pela liberdade de expressão e os trabalhos do psicanalista Wilhelm Reich, que acreditava e difundia a ideia de que o segredo para se obter saúde e felicidade era uma vida sexual saudável. Esse conjunto de acontecimentos favoreceu a um princípio de aceitação do prazer feminino. Inclusive as propagandas de lingerie aproveitaram a aceitação da sexualidade da mulher. Portanto, segundo Gellacic (2012), as roupas íntimas passaram a ser as grandes representantes dessa consequência da liberação sexual de utilizar o sexo para vender produtos.



A linha Hope Layers

A marca brasileira Hope de lingerie está no mercado desde 1966 e, segundo o site da marca na internet, tem como visão: “Democratizar a lingerie como produto de moda em um patamar mais elevado. Ser referência em moda íntima. Estar em todo lugar.” Ainda segundo o site, a Hope desde a década de 1980 a empresa passou a produzir seus próprios tecidos investindo em qualidade, inovação e tecnologia e buscando materiais de vanguarda. A Hope também produz seus elásticos e realiza o tingimento dos tecidos para consumo próprio.

A linha Layers traz a promessa de apresentar uma tecnologia inovadora, conta com peças de “um tecido super fino, com toque sedoso, que pode ser sobreposto para o efeito desejado”. São cinco diferentes peças: calcinha modeladora, calcinha alta modeladora, body longo com aberturas, bermuda modeladora e anágua modeladora; em três diferentes cores: mel, preto e serena; com preços que variam de R\$69 à R\$189.

Esses produtos podem ser sobrepostos uns aos outros para modelar o corpo da mulher. São até três camadas de lingerie que prometem “transformar” o corpo da usuária. O objetivo deste artigo não é analisar funcionalmente a linha, mas discutir sobre o que uma linha que propõe que a mulher use três camadas de roupa íntima antes da vestimenta para que possa atingir o Modelo Feminino ideal. Por mais que o tecido seja tecnologicamente eficiente e confortável, o significado dessa sobreposição para o Modelo Feminino é que interessa para este trabalho.

Se, a partir do início do século XX, a lingerie veio se transformando e descartando os modelos e peças que fossem ditos repressores a favor de uma nova visão da mulher mais ativa na sociedade, a linha Layers parece retroceder essa evolução.

Com o apoio da evolução da roupa íntima, as mulheres ativamente deram fim à opressão social (...) As mulheres que se juntaram ao movimento feminista ou de liberação das mulheres da década de 1960 e 1970 ficaram conhecidas pela queima de sutiãs, fazendo a população masculina ter cada vez mais receio de pensar no que mais elas iriam querer queimar na próxima vez. (SCOTT, 2013 p.112, 113)



A imagem da mulher contemporânea fica em contradição. Mesmo com corpos mais ativos, sexualmente liberados e livres das roupas íntimas opressoras, - como espartilhos, cintas e extremos da antiguidade como os *farthingales* – e com um aparente avanço na sociedade, percebe-se, com uma análise mais atenta, o advento dessa mulher-sujeito não acabou completamente com a repressão sobre o comportamento corporal feminino (GELLACIC, 2012). Segundo a autora, e em acordo com o que se percebe pela linha Layers da marca Hope de lingerie, ao mesmo tempo em que se ampliam as liberdades, novas formas de opressão são criadas ou mesmo reinventadas.

Considerações Finais

Para Baudrillard (1990), a liberação sexual das gerações anteriores culminou no triunfo do transexual com a indiferenciação dos polos sexuais. Essa liberação, longe de ser a invasão de um valor erótico maximizado do corpo que privilegiasse o feminino, a mulher, apenas gerou uma confusão de gêneros.

Partindo do pressuposto de que a vestimenta apresenta, através de suas transformações, formas resultantes das influências da arte, cultura, comportamento, política e sociedade, a moda íntima veio acompanhando essas transformações. Peças estruturadas de modelagem e o excesso de peças que formavam a roupa íntima feminina foram desaparecendo, principalmente a partir da década de sessenta onde as mulheres lutaram por sua libertação e direitos. Independente da tecnologia e conforto dos tecidos, os produtos da linha Layers vão contra essa evolução. Mas não se pode culpar a linha ou a marca por isso. Tais peças são apenas um objeto de estudo que comprova que, por mais que a liberação feminina e sexual tenha ocorrido, o avanço conseguido pelas mulheres continua moderado. Para a mulher ainda é importante, compreendendo o significado disso ou não, que se vistam três camadas de roupa íntima para ficar com um corpo mais parecido com o que o padrão dos corpos impostos pela mídia. Um corpo mais condizente com a Beleza Comercial (ECO, 2004).



As marcas e suas publicidades possuem vários modelos a serem seguidos. Mas essas normas de conduta e padrões – inclusive de corpo – estão, em grande parte das vezes, de acordo com o que é modelo, padrão e costume de seu tempo. Os produtos são uma consequência dessa normatização, desse senso comum da sociedade. Segundo Geertz (1997), esse senso comum não é o que uma mente livre apreende espontaneamente, mas é repleto de preposições formadas pela sociedade e contexto.

Baudrillard (2007), sobre o Modelo Feminino, afirma que na publicidade moderna existe a segregação dos modelos feminino e masculino, e a preeminência é a masculina. Ainda para o autor, a padronização e a criação de modelos é o que gera a identidade feminina e sua “diferenciação” calcada dos costumes da sociedade. Essa identidade deveria ser construída pelas diferenças e diversidades em contraposição à ideia de modelos e padrões, mas isso se faz difícil na sociedade contemporânea.

É nesse sentido que se indaga: o que a linha Layers tem de errado? São as práticas sociais fixadas e à favor dos mais fortes, multiplicadas em diferentes âmbitos, e a materialização dessas concepções em produtos tão simbólicos para a mulher como a roupa íntima. Quando se pressupõe que é necessário se encaixar num Modelo Feminino e que pra isso há de se ir contra um processo de evolução e liberação utilizando até três camadas de roupa íntima para se atingir um corpo dito aceitável na sociedade, estamos concordando que a identidade feminina é permeada pela ideia de padronização. A contemporaneidade habita um paradoxo para a mulher: a imagem da mulher liberada pós década de 1960 *versus* o Modelo Feminino de Baudrillard (2007), de corpo para agradar o homem e como modelo coletivo e cultural de complacência.

Referências

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa / Portugal: Edições 70, 2007.

BAUDRILLARD, J. **Após a orgia**. In: *Transparência do Mal: Ensaios sobre fenômenos externos*. São Paulo: Papyrus, 1990.



BOUCHER, F. **História do vestuário no Ocidente**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

ECO, U. **A história da beleza**. São Paulo: Record, 2004.

GEERTZ, Clifford. **O senso comum como sistema cultural**. In: O Saber local, Novos estudos em antropologia interpretativa. Petrópolis, Vozes, 1997.

GELACIC, G.B. **Despindo corpos**: sexualidade, emoções e os novos significados do corpo feminino entre 1961 e 1985. In: Projeto História 45:373-383, 2012.

SCOTT, L. **Lingerie**: da antiguidade à cultura pop. São Paulo: Manole, 2013.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usados contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

HOPE Lingerie. [HTTP://www.hopelingerie.com.br](http://www.hopelingerie.com.br) Acessado em: 16/10/2018 e 20/10/2018.

