



OS ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS E A PRODUÇÃO NACIONAL DE SUTIÃS NA DÉCADA DE 1950

The advertising announcements and the bra's national production in the 1950s

ALVES, Ana Paula; Mestranda; Universidade Anhembi Morumbi,
anapaula.mendonca@gmail.com¹

Resumo: O artigo busca identificar quais eram os produtores de sutiã no Brasil na década de 1950, através de observação de anúncios publicitários encontrados na revista semanal *Jornal das Moças* veiculada nacionalmente no período destacado. Dessa forma, reconhecer e identificar materiais, estruturas e acabamentos utilizados para construção dos sutiãs com bojo pontiagudos amplamente utilizados na época.

Palavras-chave: sutiã; revista feminina; produção de vestuário.

Abstract: The article proposes to identify which were bras producers in Brazil in the 1950s, through the observation of commercials found in the weekly magazine *Jornal das Moças* published nationally in the highlighted period. In this way, recognize and identify materials, structures and finishes used for the construction of bras with pointed cups widely used at the time.

Keywords: bra; women's magazine; clothing production.

Introdução

No século XX, após diversas transformações, uma peça irá integrar o vestuário feminino: o sutiã. Esta peça é responsável por alterar a silhueta do corpo da mulher, pois é capaz de moldar, aumentar, modificar e restringir os seios femininos de acordo com as intenções de cada período. Quando o objeto de design faz parte do cotidiano do usuário, devemos ficar atentos à sua construção e de que forma ela vai se conformar ao

¹ Mestranda em Design pela Universidade Anhembi Morumbi, Especialista em Docência no Ensino Superior e graduada em Design de Moda - Habilitação em Modelagem pelo Centro Universitário SENAC SP. Membro associada à ABEPEN (Associação Brasileira de estudos e pesquisas em moda)



corpo. No caso da roupa íntima, a diversidade de corpos atinge níveis incomuns de complexidade. Ao projetar uma peça de sutiã, por exemplo, estamos lidando com conforto de uma peça de contato direto com a pele. A peça não deveria machucar nem apertar e proporcionar segurança e sustentação aos seios grandes, como o próprio nome diz.

O artefato é projetado desde o início do século XX como uma forma de substituição pelo espartilho em busca de um traje saudável, como aponta Forty (2007). De acordo com o autor, estudos apontavam que a compressão dos espartilhos causavam danos ao corpo da mulher, sugerindo que as roupas saudáveis teriam o ombro como apoio, e não mais a cintura e o busto. Os sutiãs então foram ganhando formas e desenhos de bojos que projetavam e modelavam os seios com formatos redondos, angulares, com aros de sustentação para juntar e levantar as mamas, de acordo com o que a moda do período sugeria. Dentre vários modelos já conhecidos de sutiãs encontrados ao longo do século XX, um dos modelos que intrigam de acordo com sua estrutura são as peças com bojos pontiagudos. Fontanel (1998 p.117) destaca que na década de 1950 os seios-globo, ou seios-canhão, estavam na moda. Bem erguidos, faziam sucesso entre estrelas do cinema do período e rapidamente despertaram o desejo de aquisição por sutiãs desse modelo pelas moças da época, incentivados pela publicidade das revistas direcionadas para o público feminino.

Dulcília Buitoni relembra que as revistas foram o principal veículo da imprensa feminina ao longo do tempo. ‘Nos anos 50, a vinculação consumo/imprensa feminina estabelecia-se com uma intensidade progressiva, devido ao crescimento das indústrias relacionadas à mulher e a casa, ao fortalecimento do mercado interno e à relativa ampliação da classe média’. (BUITONI, 199, p.49). Basicamente, o conteúdo veiculado em uma revista feminina do período eram receitas de bolo, moldes de roupas, notícias das estrelas do rádio e da TV, editoriais de moda e claro, anúncios de produtos de higiene, beleza e cuidados com a casa e a família.



A intenção neste artigo é observar dentre tantos conteúdos femininos a publicidade presente em periódicos de moda. Aqui, será realizada a análise da estrutura de bojos de sutiãs da década de 1950, sobretudo dos anúncios encontrados no *Jornal das moças*, que circulou no país de 1914 a 1968, através do acervo da Hemeroteca digital brasileira e acervo impresso pessoal. O recorte temporal selecionado objetiva o reconhecimento da construção de bojos de sutiã pontiagudos com espuma que eram ofertados para a população feminina desse período.

A metodologia escolhida para essa análise foi o levantamento e leitura das imagens e das informações contidas no acervo digital do periódico selecionado. O objetivo é mapear os procedimentos de construção, acabamentos e materiais utilizados das marcas nacionais com maior relevância no período, e assim, entender a produção brasileira de sutiãs, especificamente os bojos, já que os mesmos interferem na silhueta do corpo feminino. É importante destacar que as publicações desses periódicos fornecem dados detalhados sobre o produto e, a partir deles, é possível identificar quais eram as empresas atuantes na industrialização do objeto no período destacado.

Observando as imagens publicitárias

Ao tentar buscar referências históricas do sutiã no Brasil, raramente são encontrados itens em museus. É possível entender essa raridade devido ao uso próprio da peça, que ainda nos dias de hoje não é costumeiro guardar uma roupa íntima pessoal, nem que tenha um valor afetivo ligado a ela. De certa forma, essa prática de descarte da roupa íntima dificulta o entendimento de como era produzido o artefato em qualquer período estudado.

Com essa dificuldade, a solução encontrada para realizar esse estudo foi observar imagens do período que tenham uma maior proximidade com a realidade, por isso a escolha de anúncios publicitários e não qualquer imagem de moda. Novelli (2011,



p.261) salienta que é necessário entender o periódico como fonte e objeto de pesquisa histórica e entender o suporte como importante campo de significações.

Através dos conceitos demonstrados por Maria Emilia Sardelich (2006), é possível perceber que há inúmeras formas de se ler uma imagem. Apesar de ser possível ler a mesma imagem sob a ótica de cada autor, destacaremos as abordagens de exemplificadas pela autora para leituras de imagens voltadas para a publicidade. Um dos exemplos dados é de Maria Helena Rossi.

O trabalho de Rossi (2003), apoiado aos estudos de Michael Parsons, sustenta que uma atividade de leitura de imagens deve considerar o desenvolvimento psicológico e a familiaridade do leitor com as imagens a serem lidas. No entanto, Rossi não utiliza apenas imagens do mundo da arte, como Parsons, mas lança mão daquelas vindas também da publicidade. (SARDELICH, 2006 p.456)

Outro conceito dado pela autora para leituras de imagens é o de Michael Kellner, que salienta que ‘a publicidade é um texto social multidimensional, com uma riqueza de sentidos que exige um sofisticado processo de interpretação e um importante indicador de tendências sociais, modas e valores’. (KELLNER apud SARDELICH, 2006 p.460). Ainda sobre leituras de imagens, mas com olhar histórico, a autora acrescenta que ‘diante de novas perspectivas teórico-metodológicas, reforça-se a tendência a construir o conhecimento utilizando a dimensão imagética como documento’. (SARDELICH, 2006, p.457)

Dessa forma, é possível dizer que podemos fundamentar o uso das imagens publicitárias como documento histórico de apoio para o entendimento da cultura material envolvendo o vestuário. Nessa esfera, Denis (1998, p.19) propõe que a cultura material na nossa sociedade não é só um conjunto de artefatos produzidos por um determinado grupo, mas também ‘uma maneira de entender melhor os artefatos que produzimos e consumimos, bem como a maneira em que estes se encaixam em sistemas simbólicos e ideológicos mais amplos’.



No caso do recorte histórico aqui destacado, a década de 1950 ficou marcada pela silhueta dos seios em formato canhão. Esse tipo de sutiã requer uma estrutura interna com enchimentos de espuma e borracha ou costuras de reforço para bojos recortados, tecidos firmes e costuras pespontadas para dar a forma necessária ao objeto. A partir daqui, observaremos essa tendência de uso desse tipo de sutiã através da publicidade direcionada ao público feminino.

O Jornal das moças

O periódico semanal circulou pelo Brasil entre 1914 e 1965, trazendo assuntos pertinentes ao cotidiano da mulher do período, bem como os anúncios publicitários de acordo com sua realidade. Segundo Pinski (2014, p.23) o periódico chegou a ocupar em pesquisa do IBOPE o primeiro lugar entre as revistas femininas da década de 1950. Em suas edições é possível observar a variedade e o tipo de conteúdo publicado semanalmente, entre receitas culinárias, moldes de roupas, bordados, editoriais de moda, fotonovela, pôster com os astros do rádio e da TV, além dos anúncios de todos os tipos: sabonete, creme dental, vitaminas, máquinas de costura, alimentos, sapatos, roupas e lingerie, que é a intenção de estudo desse artigo.

A análise foi feita através de revistas impressas de acervo pessoal e grande parte do acervo da Hemeroteca da Biblioteca Nacional Digital. Os periódicos hospedados no site estão digitalizados e separados por décadas, de 1910 a 1960. É importante ressaltar que algumas edições da revista não estão digitalizadas. O período selecionado da década de 1950 contém em média 50 revistas por ano, em um total de 505 revistas, como mostra a tabela a seguir.

Tabela1: Revistas digitalizadas encontradas na Hemeroteca Nacional Digital, separada por ano de publicação.



	REVISTAS DIGITALIZADAS	ANÚNCIOS DE SUTIÃ ENCONTRADOS
ANO		
1950	37	17
1951	51	18
1952	52	2
1953	53	4
1954	52	3
1955	52	3
1956	45	5
1957	52	0
1958	58	0
1959	53	0
TOTAL	505	52

Fonte: A própria autora do artigo

A intenção nesse exercício de observação é encontrar e identificar onde estão localizados anúncios de vendas de roupa íntima e analisar a forma pela qual esse produto é oferecido ao público. A roupa íntima não é o produto com maior divulgação em revistas. São raras as edições onde foram encontrados calcinhas e sutiãs sendo ofertados, e quando ofertados, grande parte era em forma de ilustração. Há anúncios de boutiques com vendas por correio e há anúncios da própria empresa fabricante do produto.

No caso do Jornal das moças, destacamos na tabela acima os anúncios de sutiã encontrados nas revistas digitalizadas disponíveis na Hemeroteca Digital Brasileira na década de 1950. Nota-se uma maior quantidade de anúncios publicados na primeira metade da década, e dentre elas, a Morisco é responsável por praticamente metade dos anúncios, sendo uma das empresas impulsionadoras da publicidade de sutiãs da revista no período.





Foram selecionados então quatro anúncios publicitários de sutiãs desse período: o sutiã Morisco divulgado em Maio de 1950 pela própria empresa, o sutiã Alteza, veiculado em Dezembro de 1955, o sutiã *Magic-form*, anúncio da empresa Nailotex divulgado em Março 1956, e por fim, sutiãs Demillus com divulgação feita em Junho de 1956, por meio de anúncio da loja Casa Roulien. Todas as imagens foram encontradas no acervo do Jornal das moças da Hemeroteca da Biblioteca Nacional Digital. Cada peça publicitária tem uma característica específica, como veremos a seguir.

Sutiã Morisco (1950)

Fundada em 1932, a Morisco é tida como a primeira empresa a produzir sutiã de forma industrial no Brasil. O anúncio que será descrito a seguir foi encontrado na revista *Jornal das moças* veiculado em maio de 1950. A imagem, apresentada em meia página de forma vertical, mostra a ilustração de uma mulher com traços felizes e expressão corporal solta, braços levantados com as mãos atrás da cabeça, junto com texto ‘silhuetas de inconfundível elegância!’, sugerindo que o uso do objeto tem características únicas capazes de moldar o corpo da usuária. Sugere ainda que a silhueta pontiaguda do corpo vestido com o sutiã garante a beleza e sedução.

Ao analisar a ilustração, é possível identificar que a peça tem dois tipos de materiais diferentes: provavelmente uma malha de *nylon* e uma renda, com pespontos nos recortes centrais e laterais. Não há evidências de elásticos decorativos nas extremidades, mas indicam algum tipo de debrum nas bordas.

Sutiã Alteza (1955)

Com um único anúncio da marca encontrado durante a pesquisa, aparentemente os sutiãs Alteza não são mais comercializados atualmente. Neste anúncio o destaque em página inteira é de uma silhueta feminina, sempre com os corpos em meio perfil para



intensificar o aspecto pontiagudo dos seios e o texto principal dizendo que ‘em dois minutos em frente ao espelho você descobrirá que a beleza começa com os sutiãs Alteza’, mais uma vez instigando a leitora que o sutiã é capaz de uma rápida mudança corporal da mulher. Há uma imagem maior em destaque e outros três modelos com tamanho menor, oferecendo outras opções de escolha.

A marca ressalta que os sutiãs são feitos com cetim de fabricação própria com acabamento em viés, o que podemos interpretar que este modelo é feito exclusivamente de tecido plano. São ofertados então quatro modelos diferentes e curiosamente um deles vende a ideia de adquirir uma peça que separa o busto para dar aspecto juvenil ao corpo. Um dos modelos é ofertado sem os pespontos no bojo característico do perfil, se assemelhando mais ao sutiã Morisco de 1950.

Sutiã *Magic-form*, da Nailotex (1956).

Uma das raras publicidades encontradas com fotografia, o anúncio da empresa *Nailotex*, que não há registros de atividade comercial nos dias atuais, mostra uma modelo usando o sutiã da marca, com gestos corporais que destacam as formas e silhuetas da peça, além de sugestivamente cobrir parte do rosto da mulher com os braços, prática recorrente em fotografias de moda mais ousadas do período. No texto principal ‘Use *Magic-form*. Prende e realça com naturalidade, sem pregas nem enchimentos!’, é possível notarmos que a referência da publicidade é sempre em questão de elegância e não de sedução. Mostra ainda, uma ilustração pequena acima da fotografia com uma moça vestida de sutiã com um modelo que deixa os seios mais achatados, sugerindo que o seu ‘encanto’ está expresso na forma pontiaguda que o novo modelo de sutiã é capaz de proporcionar.

Pela primeira vez, é possível notar também que a marca oferece tipos de bojos (chamados aqui de conchas) em tamanhos diferentes. Sobre os materiais, é percebemos



que já há a aplicação de elásticos decorativos nas extremidades e no fim da página há a explicação de qual tecido foi usado para confeccionar a peça, tafetá de nylon.

Sutiã Demillus (1956)

Empresa fundada em 1947 e ainda hoje atuante no mercado nacional, a Demillus é uma marca conhecida nacionalmente pela mulher brasileira e de rápida associação de seu nome à comercialização de lingerie. Nesse exemplo aqui explorado, os dois últimos anúncios foram encontrados juntos entre uma série de ofertas da Casa Roulien, loja de variedades sediada no Rio de Janeiro que fazia vendas pelos correios para todo o Brasil. Por se tratar de uma venda nesse formato, há descrições detalhadas das peças e informações precisas sobre cores e tamanhos disponíveis para compra, inclusive valor.

Diferente dos outros três exemplos, os sutiãs da Demillus são ilustrados como se estivessem dispostos em um manequim de vitrine, e não no corpo de uma modelo. Ainda assim, permanece a postura de meio perfil salientando a silhueta do bojo do sutiã. Apesar do nome da peça ser *Sex-appeal*, o apelo comercial continua voltado para a elegância, assim como os outros anúncios. Sobre os materiais, apesar de parecer que a peça é feita em cetim, há indicadores de fechos ajustadores nas costas e elástico no centro da frente da peça.

Considerações finais

Observando os quatro exemplos mostrados, podemos considerar não só um padrão de linguagem, mas também de estruturas e materiais divulgados. A postura das ilustrações ou da modelo sempre se apresenta em meio perfil para dar destaque à silhueta lateral pontiaguda dos sutiãs. A descrição da peça é minuciosa, provavelmente por se tratar de uma ilustração que precisa ser o mais fiel possível ao original, principalmente no caso do Sutiã Demillus por ser uma venda pelo correio.



Das quatro empresas de sutiãs aqui apresentadas, apenas a Morisco e a Demillus continuam suas atividades nos dias atuais, mas ainda assim há poucas referências de como se produzia o sutiã da década de 1950. De qualquer forma, podemos assinalar que os materiais utilizados no período para fabricação dos sutiãs eram o cetim de gramatura média, tules de *nylon*, sua estrutura era feita com barbatanas e pespontos e poderiam ou não ter bojos de espuma, o tipo de acabamento com debrum, elásticos e fechamentos traseiros com ganchos que já eram utilizados.

Esses quatro exemplos aqui mostrados são uma pequena parte do potencial imagético que pode ser explorado através do estudo das imagens publicitárias de revistas. Com a insuficiência de acervo histórico dessas peças a revista feminina, esses e tantos outros anúncios são parte fundamental do estudo e do entendimento de como era produzido industrialmente no Brasil um artefato que tanto significa para o cotidiano da mulher de qualquer época.

Referências

BUITONI, Dulcília Schroeder. **Imprensa Feminina**. São paulo: Ática, 1990.

CASTILHO, Kathia, GALVÃO, Diana. **A moda do corpo, o corpo da moda**. São Paulo: Editora Esfera, 2002.

DENIS, Rafael Cardoso. **Design, cultura material e fetichismo dos objetos**. Revista Arcos. Design, cultura material e visualidade, v.1, número único, p.14-39, 1998.

FONTANEL, Beatrice. **Espartilhos e sutiãs: uma história de sedução**. Trad. Maria Cecília D'Egmont da Veiga e Olivia Martins. Rio de Janeiro: GMT, 1998.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750**. Trad. Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

NOVELLI, Daniela. Vogue Brasil: o periódico de moda como fonte e objeto da pesquisa histórica. In: BONADIO, Maria Claudia e MATTOS, Maria de Fatima. **História e cultura de Moda**. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2011.



SARDELICH, Maria Emília. **Leitura de imagens, cultura visual e prática educativa.** Cadernos de Pesquisa, v.36, n.128, p.451-472. maio/agosto, 2006.

PINSKY, Carla Bassanezi. **Mulheres nos anos Dourados.** São Paulo, Contexto, 2014.

YALOM, Marilyn. **História do seio.** Trad. Maria Augusta Judice. Lisboa: Teorema, 1997

HEMEROTECA digital brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.br/acervo-digital/jornal-mocas/111031>>. Acesso em: 24 jun.2019

