



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Engenharia

O PRAZER DE VESTIR
A IMPORTÂNCIA DO EROTISMO NA PRESENÇA DA MODA
FEMININA

Joana Filipa Reis Diamantino

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em

DESIGN DE MODA

(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor José Mendes Lucas

Covilhã, junho de 2018

DEDICATÓRIA

Aos Deuses.
À minha mãe, irmão e irmãs.

AGRADECIMENTOS

A realização da presente dissertação de mestrado seria impossível sem as pessoas, que de diversas formas contribuíram para a sua concretização. Deste modo, a todos os meus sinceros agradecimentos.

Ao Professor Doutor José Mendes Lucas, o meu profundo agradecimento por toda a dedicação e disponibilidade sobre o seu desempenho nas funções de orientador de mestrado. Pela transmissão de conhecimento, receptividade, e preocupação crucial para o desenvolvimento da investigação.

A todos os elementos do corpo docente da Universidade da Beira Interior que contribuíram em diversos momentos para um sucesso académico e pessoal. Agradeço em especial ao Professor Doutor Rui Alberto Lopes Miguel, ao Professor Doutor João Alberto Barata e ao Senhor Eng. José António Matias Machado, por me concederem o vosso contributo positivo, imprescindível ao longo desta formação académica.

Às minhas colegas, e amigos que o percurso académico me proporcionou, por todo o conhecimento adquirido, pelas experiências, e contribuições enriquecedoras. Agradeço em especial à minha amiga e colega Vanessa Rodrigues e Dany Espinho por todos os momentos partilhados, pelo seu incentivo e apoio.

À minha mãe, principal referência, por toda a preocupação, compreensão e amor eterno. Ao meu irmão, pela amizade sincera, e por me inspirar a ser uma pessoa melhor a cada dia. Às minhas irmãs, pela cumplicidade única. Ao Simba, por todas as horas de meditação e reflexão partilhadas.

Às minhas tias, pelas memórias.

Aos Deuses, por favorecerem a nossa reunião.

EPÍGRAFE

“Sobre a nudez crua da verdade, o manto diáfano da fantasia.”
Eça de Queirós.

RESUMO

O foco da pesquisa do presente trabalho de investigação sob o tema “O Prazer de Vestir” que visa realçar a importância que o erotismo detém para a Moda feminina, procurando identificar e compreender a sua necessidade fundamental.

Para a sua efetuação foram verificadas as hipóteses apresentadas pela bibliografia, respondendo às questões derivadas assim como à de partida. A metodologia apresentada por Quivy e Campenhoutdt (2013) foi a utilizada na presente dissertação. Os instrumentos de recolha perante os dados foram obtidos através de um inquérito.

A investigação encontra-se dividida entre os conceitos teóricos explorados, procurando comparar extensivamente as diferentes visões sobre o conteúdo sobre o olhar de autores especializados nos temas abordados, seguidos da exposição dos métodos da análise, os seus resultados, discussão e as conclusões retiradas da mesma.

Como principais conclusões destaca-se a importância que a roupa íntima apresenta para a mulher, não só como meio de satisfação sobre si, mas como impulsionadora pela liberdade e emancipação feminina, que englobou também a liberdade social. Permitindo que a indústria criativa da Moda crescesse descobrindo o erótico como meio de prazer perante a identidade feminina. Desse modo, a melhor forma de fortalecer a relação íntima identificada entre a mulher e determinadas peças de vestuário é a de investigação e formação sobre as influências eróticas para o Design de Moda, possibilitando novos conhecimentos e formas de expressão sobre o tema ainda pouco explorado.

Palavras-Chave: Erotismo; Moda; Prazer; Vestir;

ABSTRACT

The research focus of this research work under the theme "The Pleasure of Dressing" aims to highlight the importance that eroticism holds for the feminine Fashion, seeking to identify and understand their fundamental need.

For its accomplishment, the hypotheses presented by the bibliography were verified, answering the derived questions as well as the starting point. The methodology presented by Quivy and Campenhoutdt (2013) was used in this dissertation. Data collection instruments were obtained through an inquiry.

The research is divided between the theoretical concepts explored, trying to compare extensively the different views about the content on the look of authors specialized in the topics covered, followed by the exposition of the methods of the analysis, its results, discussion and the conclusions drawn from it

The main conclusions are the importance of intimate clothing for women, not only as a means of satisfaction for themselves, but as a driver for women's freedom and emancipation, which also encompassed social freedom. Allowing the creative industry of Fashion to grow discovering the erotic as a means of pleasure before the feminine identity. Thus, the best way to strengthen the intimate relationship identified between women and certain garments is to research and train on the erotic influences for Fashion Design, allowing new knowledge and forms of expression on the theme still little explored.

Keywords: Eroticism; Fashion; Pleasure; Wear;

ÍNDICE

DEDICATÓRIA.....	iii
AGRADECIMENTOS	v
EPÍGRAFE	vii
RESUMO	ix
ABSTRACT.....	xi
CAPÍTULO 1. INTRODUÇÃO.....	15
1.1. Tema e Problema	16
1.2. Justificação	17
1.3. Hipóteses de Investigação	17
1.4. Objetivos	18
1.5. Procedimentos Metodológicos	19
1.6. Estrutura da Dissertação.....	19
CAPÍTULO2. ETERNO FEITICEIRO	21
2.1. Eros, o culpado	21
2.2. Aprender o erótico.....	25
CAPÍTULO 3. TRANSFORMAÇÃO DE COSTUME	29
3.1. Segregação de Géneros	29
3.2. Necessidade Feminina.....	32
3.2.1. Feminismo	33
3.3. Moda e Identidade	40
3.4. Comunicação e Sedução	46
CAPÍTULO 4. O IMPÉRIO ÍNTIMO	53
4.1. Lingerie	53
4.2. História e Reputação	55
4.3. Milénio da Erotização	58
4.4. Revolução e Libertação Sexual	61

CAPÍTULO 5. MODO EXIBIDO	69
5.1. Trajar Prazer.....	69
5.2. Moda e Erotização	72
5.3. Vestir a Nudez	77
5.4. Multiplicação do Desejo	81
CAPÍTULO 6. METODOLOGIA.....	85
6.1. Procedimentos e Meios Utilizados.....	85
6.1.1 Análise dos resultados	85
6.1.2 Aquisição e Essência	86
6.1.3 Consumo e Experiência	88
6.2. Análise e Discussão dos Resultados	90
CAPÍTULO 7. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	93
7.1. Resposta à pergunta de partida da investigação	95
7.2. Reflexões finais.....	96
7.3. Limitações e Investigações Futuras	96
BIBLIOGRAFIA	99
ANEXOS.....	107
Anexo 1.Questionário	107

CAPÍTULO 1.

INTRODUÇÃO

A ação de cobrir o corpo acompanha a mulher ocidental antes do conceito de Moda ser popularizado como ofício criativo, portanto a contemplação sobre a nudez pessoal é uma preocupação remota e celebrada através de registos artísticos onde é o ser feminino o objeto de inspiração. Para qualquer criação de teor erótico pelas suas conotações dúbias que absorvem o sagrado e o profano em igual proporção. A sua definição, repleta de sentidos amplos ainda causa controvérsias de pensamento mas enraizada na cultura humana antes de se procurar a verdadeira essência.

Porém é na Antiguidade Clássica que o Erotismo apresenta as primeiras marcas de celebração, não fosse este um nome que remota a fantasia antiga explicado como um acidente propositado, onde a ação é consciente, e as consequências fascínio reconhecido, curiosamente o erotismo não era uma prática considerada de menor valor já que se compreendia como celestial.

A procura do encanto encontra-se na vontade de cada indivíduo para que encontre a satisfação, daí a procura incansável pela novidade que pode comunicar. Aquilo que veste ocupa uma grande atuação sobre as impressões captadas, de forma positiva para o alcance do objetivo inicial. No que refere à admiração do corpo, este foi um privilégio apenas visual, um teatro que ocultou a satisfação da comunidade sobre as formas da mulher vestidas para deleitar os olhares sociais correspondendo ao ideal erótico cultural de cada época conquistando o poder singular da sedução que detém eternamente.

Reconhecida no século XV, a Moda é uma função feminina e menos importante, no entanto é também uma necessidade social de admiração e satisfação, que revela o estatuto e distinção, amenizando a sua capacidade persuasiva primitiva da sedução perante a sociedade. Influenciada pelo contexto final da Idade Média onde o corpo vivia rodeado pela escuridão sufocante dos adornos íntimos, semelhante ao estilo de vida cativo.

Só a partir do início do século XX é que foi possível para a mulher começar a ter alguma compreensão, ainda que numa esfera bastante reduzida devido as suas funções estabelecidas, sobre o seu corpo e caráter, o que provocou a necessidade também de vestir o seu íntimo de acordo com os seus pensamentos, alcançando um discurso público globalizado sobre as carências que necessitam atenção, marcando o século pelas tentativas da liberdade completa sempre vestida com adornos que carregam uma mensagem que espera ser decodificada, ou minimamente notada. O conflito que o erotismo encontra reside essencialmente na sua interpretação, já no século XXI apesar da atenção que este carrega não é explorado, qual o motivo que leva à sua ignorância de debate?

Objetivando para a elucidação do erotismo no contexto social e cultural, a presente investigação realizada no âmbito do Mestrado em Design de Moda propõe a redução da hesitação existente relativa ao tema venéreo para a criatividade feminina em especial. O estudo visa abordar um assunto do maior interesse para a instrução académica de design de Moda e o seu progresso no entendimento da necessidade feminina visando o seu sucesso interno.

O assunto abordado tem uma complexidade fascinante que é explorada e descoberta para que haja mais veracidade na cultura sobre a relação com o conceito “prazer”, que desperta e estimula sentidos de forma apreciativa. Procura também encontrar o momento onde a moda e o erotismo se fundem provocando um momento onde o prazer se obtém pela ação de vestir, que aponta para uma satisfação pessoal. Refletir a união erótica feminina é uma compreensão de moda muito particular porque dela derivam outras vertentes naturais humanas

Este capítulo apresenta um enquadramento inicial onde se define e justifica a escolha do tema, as hipóteses levantadas para a investigação onde se encontra a pergunta de partida assim como as questões derivadas.

Posteriormente é apresentado o objectivo da pesquisa e o seu propósito justificado seguido pelas hipóteses e os procedimentos metodológicos aplicados, concluindo com uma apresentação da estrutura do documento ao longo dos capítulos seguintes.

1.1. TEMA E PROBLEMA

A seguinte pesquisa, pretende apresentar o tema em torno de uma análise crítica à observação erótica feminista dentro da Moda, como meio de condução para a emancipação das qualidades sociais ao nível da sua investigação . O reconhecimento da procura da satisfação merece ser analisado e visa compreender em que grau se encontra a importância da conquista para quem a idealiza.

Assim, o estudo propõe entender reflexões teóricas e práticas envolvendo a influência sobre a construção da identidade feminina visando responder à questão de partida:

De que forma o erotismo domina a compreensão da Moda feminina para a construção de um prazer ao vestir?

O cerne da pesquisa objetiva o entendimento sobre o conceito erótico como oriundo da projeção cultural crente ocidental variado entre conotações sugestivas , apresentando um acordo com a forma que se considera, através dos adereços que decoram a nudez própria. Resultado da privação praticada sobre a mulher, considerada por funções menos significativas desenvolvendo uma relação com a sua identidade com uma necessidade de expressão superior, daí a infinita oferta para o dialogo que procura estabelecer.

Da questão de partida surgem outras perguntas derivadas enumeradas, que visam ser respondidas para a assimilação do tema a ser investigado:

- 1-O que é o erotismo? Como é pensado?
- 2-Porque foi o corpo feminino ilustração maioritária na sua exemplificação?
- 3- Como surge a união da mulher com a Moda?
- 4-Quais os benefícios alcançados socialmente através da sua aplicação?
- 5-Para a Moda, o que é o erótico? Como o traduz?
- 6-Qual o grau de importância do adorno para a mulher?

1.2. JUSTIFICAÇÃO

Para justificar a escolha do tema apresenta-se a relevância que tem para o ofício Moda e todo o desenvolvimento conceptual e teórico, a compreensão entre o produto e o consumidor, de forma emotiva capaz de suportar sensações naturais como a de promover de forma erótica o próprio corpo quase como primeira necessidade, vestir é procurar de certa forma o deslumbramento. Ainda que o erótico seja procurado e recebido independentemente do género, procurou-se direccionar o estudo sobre um registo no feminino, pela geral inferiorização e segregação intelectual das ambições registadas, esta exploração torna-se significativamente aprazível de compreender e clarificar.

De forma a que esse objectivo possa ser traçado é necessário conhecer as vontades do público feminino, que procura sentir-se completo de forma individual e coletiva na esfera social, sendo possível registar novos meios de protagonizar discursos abertos a comportamentos culturalmente isolados.

1.3. HIPÓTESES DE INVESTIGAÇÃO

As hipóteses consideradas para a investigação procuram responder a outras questões que asseguram a harmonia e compreensão do estudo, formulando as suposições que seguem.

H1) A Moda é um ofício que enriquece a identidade feminina.

A pesquisa detém uma visão sobre a moda onde a sua função detém mais do que a proteção, reconhecendo o valor superior que detém para a mulher se sentir completa e desejada dentro dos ideais esperados. Sem ela há uma falha na comunicação que se pretende, limitando o discurso pela sua forma de utilização. Por ser imensa em todos os adjetivos desejados torna-se um recurso frequente para a afirmação pessoal de cada indivíduo .

H2) A sedução é uma consequência propositada e conseguida através dos adornos.

Aqui a observação considera um envolvimento propositado do corpo com a escolha dos acessórios que o decoram, provocando um interesse sedutor quando usados estrategicamente sobre a base da criação fantasiosa nua que pretende deslumbrar. Alinhada com os elementos de design de moda o corpo e identidade tornam-se apelativos à capacidade de comunicar uma atração compreendida e duradoura. O adorno feminino mais relevante será a lingerie que ocupa um papel bastante próximo das suas formas únicas, providenciando a sensação de conforto e beleza.

H3) A capacidade de erotização construída culturalmente de forma quase natural sofre uma marginalização sobre a sua aceitação.

Se o erótico foi considerado arte sagrada foi realmente numa sociedade da antiguidade clássica, o Ocidente compreendeu-o como um desafio aos bons costumes e à modéstia exigida socialmente. No entanto a procura da satisfação usando o corpo é uma forma de comunicação sedutora que acontece naturalmente pelo hábito primitivo da capacidade produtiva de imaginação sobre qualquer objeto, sem haver qualquer controlo ou inibições, já quando se expressa publicamente pode sofrer rejeições dependendo da sua apresentação ou contexto, entre outros factores. A interpretação sobre o erotismo depende de como será pensado, e consequentemente aceite ou rejeitado.

H4) Os criadores de Moda visam o erotismo como fonte de inspiração.

A moda para ter sucesso tem de se fazer desejar, confiando nessa justificação é papel dos criativos da área manterem-se sempre a par das tendências e a expressão mais usada transmitidas nas indumentárias usadas. Para ser desejada ao ponto de ser adquirida terá de ter a capacidade de comunicar a sua função positiva sobre o corpo promovendo a sua imagem sobre qualquer criação apresentada.

1.4. OBJETIVOS

Apresentadas as hipóteses, mencionam-se o objetivo geral (O:G) e os objetivos específicos (O:E), que são formulados a partir do primeiro, e, intimamente ligado à pergunta de partida da investigação.

O objetivo geral da investigação é demonstrar a forma de fortalecer a identidade feminina através da atuação erótica sobre o seu corpo através da Moda.

OE 1 : Identificar a importância da competência erótica para o Design de Moda;

OE 2 : Contextualizar a visão comum sobre o erotismo;

OE 3 : Identificar os conflitos que a ignorância sobre o tema provocam;

OE 4 : Efetivar uma análise à solução que a Moda propõe nesta necessidade cultural;

1.5. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

As normas utilizadas da apresentação visam conforme estabelecido pelos Estatutos da Universidade da Beira Interior (UBI) os termos 1, do artigo 24º cumprindo a sua sequência de apresentação e formatação.

Posteriormente completou-se o documento com as orientações do Manual de Investigação em Ciências Sociais de Quivy e Campanhoudt (2013) e orientada constantemente pelo Professor Doutor José Mendes Lucas.

Os métodos utilizados foram os qualitativos referentes à bibliografia selecionada de acordo com o tema, posteriormente foi aplicado o método quantitativo através de um inquérito que visa apoiar a exploração teórica apresentada. Terminando a metodologia, apresenta-se por fim a estrutura que acompanha a Dissertação abaixo.

1.6. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Após o primeiro capítulo introdutório a Dissertação apresenta o segundo capítulo como aquele onde se apresenta o Erotismo de forma fantasiosa e aceite como cultura enriquecedora, sendo absorvido de diversas maneiras através de diversas citações sobre o tema singular “erótico”.

O terceiro capítulo aprofunda a discussão sobre a separação feminina da vida ativa, inferiorizando a sua identidade e ao mesmo tempo o seu corpo pela ignorância existente a respeito de ambos. As consequências da opressão motivaram à mudança exigindo uma alteração na forma como havia a separação, o seu intuito era redesenhar as particularidades de género para um completo equilíbrio social, dando origem ao movimento Feminista que procura inserir justamente a mulher no conhecimento geral.

Consequência das mudanças positivas e da liberdade alcançada foi possível apresentar uma nova imagem sobre a amostra feminina, que procura encontrar a sua identidade e as suas características da esfera comunicativa e da sedução.

No quarto capítulo encontra-se um longo registo sobre a lingerie, a sua origem e histórica, possuindo inúmeras alterações e signos. É também dedicado à cumplicidade associada para com a mulher nos marcos que a emancipam como são caso os movimentos pela sua liberdade. Imediatamente, o seguinte e quinto capítulo procura reunir evidências que comprovam a importância do erotismo sobre o corpo da mulher, como esse ação se compreende como satisfação e a imensa oferta existente. Concluindo deste modo o enquadramento teórico constituído por 3 capítulos, seguido por dois capítulos finais que suportam e expõem a

metodologia e os meios utilizados para a verificação dos resultados quantitativos relativos aos qualitativos considerados.

Assim, o sexto capítulo apresenta os procedimentos utilizados, assim como as respostas tendência dentro dos dois grupos apresentados no questionário aplicado, seguido por uma análise e discussão dos resultados, comparando números exatos sobre uma amostra considerável analisada. Por fim, o sétimo capítulo é dedicado às conclusões absorvidas ao longo da investigação, respondendo à pergunta de partida é também levantada uma reflexão de conclusão seguida pelas limitações encontradas, e, possíveis investigações interessantes para o desenvolvimento da Dissertação e futuras investigações.

CAPÍTULO 2.

ETERNO FEITICEIRO

“O erotismo é a vontade de negar a morte, a afirmação da vida. O erotismo pertence ao sagrado.”

Béjart (2007)

Apresentado como um estímulo relativo ao êxtase e ao Amor, o mistério que possui o erótico dificulta a sua compreensão. A sua beleza é ofuscada pela tentação que lhe é naturalizada, porém a sua intenção passa primeiramente pela celebração do amor, e encontrar o enamoramento .

“O erotismo apresenta-se sob a marca do equívoco e da contradição” (Alberoni, 1997, p. 11). Associado ao poder, sedução, beleza e prazer desempenha uma vasta função no fenómeno de adoração do corpo, e também na moda, indústria que o serve com todo o tipo de produtos e adornos desenhados a pensar exclusivamente nas sensações e experiências femininas necessárias. Alberoni reforça a ideia da falta de compreensão e atribuição de mau costume que é referente, ao adjetivo com carga sexual que é visto como uma parte não dominada pela formação do civismo.

Apresenta-se no corrente capítulo uma análise de forma cronológica ao conceito Erótico através de registos científicos de investigadores, sociólogos e jornalistas contemporâneos. Procura-se ainda enquadrar o momento onde este, talvez de forma acidental enquanto se procurava celebrar apenas o corpo feminino, é eternizado na vida das mulheres até ao momento como estimulante da identidade e comportamento.

2.1. EROS, O CULPADO

No princípio, ignorando fenómenos naturais desconhecidos o ser humano atribuía ao desconhecido uma origem não natural. Consciente de algo superior e inalcançável, ainda que sem veracidade científica, os Deuses foram procurados como autores de todas as obras, influenciando a forma como a sociedade evoluiu, pensou e criou.

Xefonte, analisa obras clássicas de Platão, primeiro autor que proporciona uma nova averiguação que pretendia instruir outro conhecimento entre os homens sobre o Amor, não sob forma de emoção ou pensamento mas introduzindo-o sob a forma de um Deus. Durante o seu diálogo platónico *“O BANQUETE”*, apresenta discursos entre membros da filosofia clássica sobre a natureza e qualidades do mesmo, procurando compreendê-lo. Questionando o motivo

de nenhum Homem, até aos dias que corriam teria coragem de o celebrar com a dignidade que é esperada a um Deus. Narrando a sua origem apresentando-o como raiz para todas as artes, um ser celestial sem genitor .

”Assim, de muitos lados se reconhece que Amor é entre os Deuses o mais antigo. E sendo o mais antigo é para nós o causador de maiores bens. (...) Aquilo que com efeito, deve dirigir toda a força dos homens, dos que estão prontos a vivê-la nobremente, eis o que nem as estirpes podem incutir tão bem, nem as honras, nem a riqueza, nem nada mais, como o Amor. (...)ao Amor nenhum homem até o dia de hoje teve a coragem de celebrá-lo condignamente, a tal ponto é negligenciado um tão grande deus! (...) Pois o ser entre os deuses o mais antigo é honroso(...).”(Xefonte, 2008, p. 5)

Eros seria um ser que pertencia ao plano superior que enriqueceu, juntamente com os seus semelhantes a mitologia interpretada, o autor questiona o motivo de não ser adorado da mesma forma.

Xefonte apresenta o diálogo de Platão com o seu mestre Sócrates e outros oradores presentes que discutem sobre a identidade do Deus que não reconhecem. Entre títulos de antigo e poderoso, ignorado, mestre e falso Platão apresenta-o como a vontade de uma Deusa.

Aconteceu que os Deuses se reuniram celebrando a natividade de Afrodite. Entre eles, encontrava-se o expoente Poros, disfrutando com os seus idênticos. Após o banquete ainda embriagado do néctar consumido entrou nos jardins de Zeus e adormeceu. Pénia a pobreza, aparece no fim das comemorações, mendigando. Vendo Poros, deita-se ao seu lado, pela sua carência Eros, o Amor, é concebido. Por tal ato acontecido nas festas natalícias da Deusa Afrodite, foi abençoado com beleza eterna, dos seus pais herdou em quantidades iguais a pobreza e a riqueza.

“Quando nasceu Afrodite, banqueteavam-se os deuses, e entre os demais se encontrava também o filho de Prudência, Recurso. Depois que acabaram de jantar, veio para esmolar do festim a Pobreza, e ficou pela porta. Ora, Recurso, embriagado com o néctar - pois vinho ainda não havia - penetrou o jardim de Zeus e, pesado, adormeceu. Pobreza então, tramando em sua falta de recurso engendrar um filho de Recurso, deita-se ao seu lado e pronto concebe o Amor. Eis por que ficou companheiro e servo de Afrodite o Amor, gerado em seu natalício, ao mesmo tempo que por natureza amante do belo, porque também Afrodite é bela. E por ser filho o Amor de Recurso e de Pobreza foi esta a condição em que ele ficou.”(Xefonte, 2008, p. 21)

O nascimento de Eros presenteia-nos com um novo conceito, O Erotismo. Surgindo na mitologia grega, unifica-se à cultura ocidental clássica moldando o seu valor, sendo este interpretado de diversas formas, contextualizado de acordo com a época existente. Apresentado como algo que não enriquece ou empobrece, não tem sabedoria nem tão pouco

ignorância. Seguindo o pensamento clássico apresentado verificamos que Xefonte (2008) refere o Deus do Amor como inserido no plano natural que é inerente ao homem e aos seus costumes.

“(…)o erotismo marca obras na Arte Clássica grega do século V a. C., como esculturas, pinturas em porcelanas e mosaicos.

O erotismo na arte grega será muito bem representado pela figura de Eros, que, como já comentado, é o deus grego do amor. As primeiras representações artísticas de Eros o mostram como um belo jovem alado, com traços de menino, normalmente despido, e portando arco e flecha (cujo simbolismo fálico não pode ser esquecido).”(S. Lopes & Borges, 2015, p. 201)

Associado a uma vontade natural do ser,este possuiu características positivas e negativas que dependendo de como são interpretados podem ou não resultar numa beleza de encantamento maior. Há que ressaltar a ideia que durante esta época a ideia de insulto ou impróprio não existia, a sua natureza celestial não permitia esse tipo de mentalidade, pelo contrário Eros era representado por artistas e adorado entre a cultura clássica .

” A cultura libertina é a ferramenta adequada para resistirá ofensiva recorrente do pensamento obscurantista, sectário e anticientífico, que também mergulha as suas raízes na componente arcaica e irracional daquele passado de que não nos podemos desprender inteiramente.” (Krause, (2007) pág.14)

O Amor, ou Eros, através do que o homem produziu, deixou provas e foi sempre celebrado nas mais variadas obras e eventos marcantes ao longo da história. Devido à sua complexidade de substância nem sempre é compreendido. Talvez pela dificuldade de se desvendar ou a reação perante o substantivo que ainda não é reconhecido e praticado como fusão entre desigualdades na mesma medida. Portanto, apesar dos enigmas e mistério associados era comemorado na vida quotidiana como os outros Deuses que envolviam a civilização libertina.

“Não obstante a afinidade que observamos entre a cultura erótica de outras civilizações e a tradição libertina da nossa, será ao entrarmos na esfera da Grécia e de Roma que nos sentiremos verdadeiramente em terreno próprio.” (Krause,(2007) pag.31)



Figura 1- Zéfiro, o vento, e Jacinto, num prato grago datado de 480 a.c. (Fonte <https://www.pinterest.pt/pin/245024035953853133/> visitado em 2/06/2018)

Evidenciando esta cultura libertina o autor refere o conceito erótico contemplado em louças e frescos da época, ansiado pelas mentalidades “que situavam estas imagens no plano religioso, humorístico, trágico, político e satírico, mas nunca no proibido ou no clandestino.” (Krause,pág.32)A nudez não era representada nem pensada de forma obscena. Pelo contrário, essa conotação era inteiramente ausente. Aristófanes apresenta o erotismo como arma na obra da erótica antiga, Lisístrata.

“Lisístrata reuniu as atenienses na ágora e explicou-lhes que elas poderiam por fim á guerra (...) Bastaria que se servissem de todos os ardis femininos, dos enfeites e das túnicas transparentes para excitarem os maridos (...) quando estes tivessem enlouquecido de desejo, deveriam negar-se a satisfazê-los até que acedessem a concertar a paz.” (Krause, (2007) pág.32)

Aqui encontramos também o primeiro registo de erotismo conseguido através dos costumes transparentes que promoviam a armadilha feminina. Ainda que não existisse o conceito de moda nas civilizações clássicas, já existia algum ritual ligado às vestimentas, usadas para realçar a forma humana. A cultura erótica difundiu-se na vida ocidental clássica como uma tradição dionisíaca e continua a ser adorada, através de diferentes manifestações que admiram o corpo como uma divindade.

“O mito de Eros une o universal e o singular, encarna o sublime amor (...) É energia de ligação do cosmos com cada ser vivo. O erotismo diz respeito ao belo, à arte de transformar corpos em obras de arte.”(F. Rodrigues, 2009, p. 29)

Por ter como objeto de estudo o corpo e a beleza, o erotismo volta a ter um maior destaque social no Renascimento e influenciou de forma positiva a sua instrução de acordo com o pensamento greco-romano, juntamente com novos movimentos que acompanharam o período onde o objetivo máximo era apresentar o corpo e os seus máximos, físicos e psicológicos.

Rodrigues (2009) apresenta o erotismo como uma energia original e primordial, ao mesmo tempo inocente conotado de angelical transformado num mito moderno que encarna ambos em amor e paixão, como um desejo e a sua satisfação.

2.2. APRENDER O ERÓTICO

“Diz-se que o erotismo sempre acompanhou o homem. Não vejo o fato desse modo. Não vendo erotismo nos animais, concluo que o erotismo é um fenómeno da cultura (humana) (...) fazer-se desejar é poder que se exerce sobre o desejo dos outros.”(Peruzzolo, 2010, p. 319)

Peruzzolo apresenta-o como uma projeção que resulta em uma relação social, introduzindo-o como excesso nas indicações e sugestões relativas aos desejos e à recriação do corpo, usando-o para seduzir. Apesar de o erótico possuir características de sedução, não tem de ser obrigatoriamente sedutor. Todo o amor associado por seres racionais é aplicado dependendo da relação que existe individualmente e de forma social aceite. Concordando com as teorias anteriores relacionadas às projeções artísticas produzidas pela criatividade artística, que servia a admiração pública.

“Aquilo a que costumeiramente denominamos “erotismo”, nomeia os dispositivos da sexualidade e é um valor que pertence a modos de relações sociais na cultura que se organiza em torno de sensibilidades particulares (...)a categoria conceptual erotismo, por si própria não significa sedução, e sim excedimento nas indicações e sugestões relativas aos desejos sexuais (...)De modo que a sedução se corresponde a uma ação que faz acontecer uma paixão. (...) Erotismo e sedução não andam necessariamente juntos” (Peruzzolo, 2010, p. 325)

O autor considera, como Bataille o erotismo uma criação humana que possui um conjunto de elementos de linguagem de origens diferentes, e conseqüências semelhantes na ordem do incorporal. No entanto o erotismo feminino possui carácter tátil, auditivo e ao contacto. A mulher apresenta uma apreciação pormenorizada especialmente sobre si própria avaliando o seu corpo separadamente.

“Do erotismo é possível dizer que ele é a aprovação da vida até na morte. Para falar a verdade, isto não é uma definição, mas eu penso que esta fórmula dá o sentido do erotismo melhor que uma outra. Se se tratasse de definição precisa, seria necessário partir certamente da atividade sexual de reprodução da qual o erotismo é uma forma particular. A atividade sexual de reprodução é comum aos animais sexuados e aos homens, mas, aparentemente, só os homens fizeram de sua atividade sexual uma atividade erótica(...)”(Bataille, 1987, p. 10)

A sua procura é algo naturalmente criado, para expressar e satisfazer uma vontade pessoal, popularmente representado de forma misteriosa e tentadora. Criada para satisfazer um desejo íntimo e subjetivo que se traduz numa sensação de prazer criada pela necessidade de satisfação própria através da liberdade que produz sem qualquer limitação. Sob as projeções internas ninguém tem controle pelo que qualquer uma poderá ser procurada sem risco de censura.

“Sempre associada ao erotismo, a sexualidade física está para o erotismo assim como o cérebro está para o pensamento: da mesma maneira, a fisiologia permanece o fundamento objetivo do pensamento.”(Bataille, 1987, p. 62)

Uma das motivações para esta associação foi o de se explorem as satisfações porque existia essa possibilidade através de comportamentos meretrícios. *“É no âmbito do corpo e da sexualidade humana, mais que em qualquer outro domínio, que a natureza encarna esta aparência de mercadoria. Isso fica evidente no caso extremo da prostituição.”*(Dias, 2015, p. 10)

Esquecendo a verdadeira essência de Eros e a sua real adoração, a prostituição é a certeza da fantasia e prazer concretizado, no entanto também a sua falsificação, o seu comportamento obediente é-o em troca de um interesse, o erotismo apresenta proveitos pessoais e subjetivos.

“A palavra erotismo deriva de Eros, filho de Vênus e de Mercúrio, deus-menino alado do amor sensual físico. Erotismo é o conjunto de expressões culturais e artísticas humanas referentes ao sexo. Deveras, quando se pensa em erotismo, quer preso ao comportamento social, ou à manifestação artística, imediatamente o relacionamos à atividade sexual.

Na arte, Eros (popularmente conhecido como Cupido) representa o amor e, por extensão, a sexualidade humana. A arte é a expressão privilegiada do erotismo, porque compromete o ser, envolve totalmente o corpo na sua constituição e no seu movimento e porque se inscreve no espaço e no tempo”(S. Lopes & Borges, 2015, p. 2)

Segundo o sociólogo contemporâneo Francesco Alberoni, o erotismo tem diferenças entre o mundo masculino e feminino, sendo que este último carrega uma vertente mais fantasiosa e sedutora. Assim, o conceito erótico aproxima-se cada vez mais da mulher e da sua vida cotidiana, e a ideia de que o erotismo feminino se funde com o próprio amor. Findando essa perspectiva, a integração será um processo longo uma vez que a sua aceitação estará dependente de como irá ser apresentado.

“ (...) Porém é importante deter-se sobre as diferenças, sobre o que cada um dos sexos possui de específico, de peculiar. Entretanto, nada desaparece sem deixar vestígios. (...) o erotismo feminino funde-se com o amor. Desde a intenção de sedução até aos movimentos coletivos(...) é profundamente influenciado pelo sucesso, reconhecimento social(...)”(Alberoni, 1997, p. 119)

O que é verosímil e indelével, será a capacidade feminina de provocar emoções eróticas que abrangem os conceitos de paixão e sedução. Sendo experiências produzidas para se caracterizarem de inesquecíveis e encantadas, que visam permanecer na memória de quem a vive por momentos. Por essas razões, o erotismo terá sempre presente uma dualidade oposta de características entre o antigo e o novo, procurando satisfazer necessidades e desejos opostos através dos adornos corporais.

“(...)erotismo e sexualidade são invenções produzidas nesse mundo, oriundas dos mais variados investimentos, efeitos de discursos que funcionam nos espaços sociais enquanto estatutos de verdade. Discursos que ainda hoje carregam moralidades atravessadas por concepções históricas daquilo que é considerado como práticas desejáveis ou indesejáveis.
“(Domingues, 2017, p. 1)

Portanto, os autores que se dedicam ao estudo do erótico consentem, esta criação humana dependente do engenho que a projeta. Não há proibições nas considerações privadas. Portanto o erótico, o Amor, está anexado à consciência formada de acordo com os ideias de cada indivíduo, moldando a sua realidade com a sua capacidade de imaginação. Quando ocupam espaços sociais traduzem a vontade de quem se procura expressar, considerando os limites de cada comunidade.

“Não é possível considerar a existência de um corpo naturalmente erótico, mas, como visto nas enunciações, é possível torná-lo erótico, a partir de um processo que é pedagógico”(Domingues, 2017, p. 6)

O erotismo é uma ciência pedagógica que visa o ensino sobre si próprio enquanto objeto de estudo. Domingues e Peruzzolo interpelam o Erotismo sobre as possibilidades de apresentação, de acordo com a integração evolutiva que caracteriza os pensamentos e obras,

uma manifestação da sensibilidade erótica. Se o erótico fosse natural, existia em qualquer corpo sem esforço da dimensão intelectual, e, de acordo com a citação, o corpo pode ser estudado de forma a projetar o seu erotismo tornando dentro da fantasia subjetiva a satisfação que procura.

“Vincular erotismo à sexualidade tornou-se um problema por desconfiar que essa associação se torna direta, lógica. Entretanto, há de se pensar que os vínculos produzem efeitos nos espaços sociais. Essa vinculação fácil entre erotismo e sexualidade incomoda o pensamento, pois pouco se questiona sobre os possíveis efeitos gerados.”(Domingues, 2017, p. 9)

De acordo com o autor, sempre foi possível a materialização do erotismo através de vestimentas, adornos e alterações corporais. Maioritariamente femininas, o erotismo é muitas vezes associado à sexualidade pela capacidade de produzir imagens através do pensamento. A mulher foi o objeto de estudo mais explorado dentro das artes visuais, e como consequência também como referência da criatividade, a dualidade de características agregadas ao objeto de inspiração mais procurado.

O registo erótico apresenta uma origem cultural, fantasiosa e sagrada. Transformado num tabu associado às vontades deleitáveis e praticadas pela cultura humana, que constroem uma relação improvável de concluir. A interpretação sobre o excerto conclusivo sobre a guerra do Peloponeso realça o poder dos adornos guardados apenas para a mulher, embrulhando-a e cedendo-lhe o poder da sedução como se um objeto erótico fosse, tornando-os aliados desde muito cedo.

Por essencialmente se tratar de uma construção cultural, o erotismo feminino é o que mais alterações sofre de forma constante na procura da inserção na tendência comportamental que propõe uma aceitação ,e, conseqüentemente uma sensação de prazer na sua mente. Apreendida dentro da comunidade sobre conquistas objetivas.

A criatividade, sobre propósitos de satisfação de consciência exploram o corpo feminino de forma exaustiva, quando observado através da ignorância social que o compara a mercadoria, profanando a adoração procurada.

O objeto de estudo erótico apresenta as suas diferenças de acordo com a obra completa de Alberoni. Dedicado a justificar a sua existência e educar sobre o Erotismo é apresentado o feminino como objeto de estudo com mais interesse aplicado, havendo projeções formadas de acordo com o género e as suas diferenças.

Ao contrário do pensamento óbvio sobre o erótico há a capacidade atual de materializar qualquer objeto ou espaço dentro das características sedutoras artísticas.

CAPÍTULO 3.

TRANSFORMAÇÃO DE COSTUME

“O corpo feminino sempre foi visto com pudor e conotações variáveis, propagadas por muitos séculos, chegando a ser considerado impuro e até mesmo sujo.(...) Na filosofia, na literatura e na mitologia a mulher é vista de múltiplas maneiras e formas: como bruxa, diabólica, divina, mulher maravilha, revolucionária, guerreira, mistificadora e tantas outras coisas. Portanto, vale expressar que o seu mundo se manifesta com elas e encontra-se dentro delas, formando este enigma, esta dualidade como a vida e a morte.”(Camara, Pimentel, & Medeiros, 2016, p. 2)

Precedentemente, as mulheres foram instruídas como se comportar, pensar e agir perante a sua condição soturna física de nascença, o ser feminino. Musa inspiradora e tentação diabólica pela carga erótica que apresentava, a mulher foi aprendendo a conter a sua identidade, sepultando a sua voz e o seu corpo devido à separação de destinos forçados pelo sexo. Numa comunidade que é governada maioritariamente por homens, foi difícil a conquista da atenção perante as questões do corpo da mulher, como devia ser apresentado e para quem eram questões que não passavam pela mesma.

.”(...) existe uma região do ‘especificamente feminino’, diferenciada do masculino como tal e reconhecível em sua diferença por uma universalidade indistinta e conseqüentemente presumida das ‘mulheres’” (Maria, Carlos, & Santos, 2012, p. 2)

3.1. SEGREGAÇÃO DE GÊNEROS

“A divisão entre homem e mulher não é natural dos seres humanos, mas sim, socialmente constituída. Essa dicotomia serve, na realidade, para atribuir a essas categorias uma série de características que - tal como as próprias categorias - se justificam dizendo serem naturais. Atribuir previamente ao sujeito uma série de categorias é uma forma de manter o controle social por parte de certo grupo, não permitindo condutas que fujam à norma, legitimando características humanas como naturais, evitando que sejam questionadas.”(Maria et al., 2012, p. 2)

“

A mulher, pelos registos do passado ocupava um papel fechado e sem voz ativa no corpo social. Com o fim da Idade Média, a sociedade ocidental é influenciada pelo Renascimento, trazendo uma nova forma de estar e viver. Por ter sido esta a norma silenciada a que esteve

adaptada sucessivamente , a mulher, por obrigação, adaptou-se de forma natural a viver socialmente inativa durante um longo período.

“ Foi uma nova visão de mundo proporcionada por uma corrente filosófica da época e o primeiro passo da modernidade para o homem de hoje. Esse movimento abarca uma sociedade aberta e implica em novas relações sociais”(Leão Teixeira, 2015, p. 4)

Esta prática de diferenciação de igualdade, onde só os homens usufruíam do poder da participação ativa e liberdade social, que se encontrava contextualizada de forma ignorante sobre a mulher. *“No pensamento grego, que condicionou a cultura ocidental, o homem é o criador da ordem e da lei, enquanto a mulher está associada ao desejo e à desordem, um ser inferior pela sua natureza.”(Nogueira, 2001, p. 2)*

“A partir do momento em que o conceito de gênero passa a ser constatado, é possível verificar com maior clareza as discriminações relativas a gênero, que, até então eram vistas com naturalidade para a maior parte das sociedades e, através dessa naturalização, cada sociedade emprega seus conceitos de comportamentos considerados adequados à mulheres. Na maior parte delas, a mulher deve apresentar características como sensibilidade, protetora da prole e do lar, procriadora dentre outras que revelam o sexo frágil. Ao contrário, aos homens são exigidas características como a de responsável por solucionar problemas, provedor do lar e o insensível. Não é permitido que o homem revele suas emoções ou que demonstre qualquer tipo de sensibilidade.”(Pedro, 2010, p. 4)

Os homens, por serem fortes e racionais, dedicavam a sua causa a coisas importantes como a guerra e a política, enquanto as mulheres aplicavam a sua existência a projetos de menor importância como alimentar e providenciar equilíbrio familiar, responsabilizada por cada falha ou glória sua e das extensões dos seus encargos, assumindo que a distinção de gêneros não é um comportamento natural, mas socialmente constituído com o propósito de controlar as condutas que os caracterizam para que se atribuam comportamentos e características “naturais” sem fundamento científico, e tão pouco questionadas.

“Às mulheres, sempre foi reservado um lugar de menor destaque, seus direitos e seus deveres estavam sempre voltados para a criação dos filhos e os cuidados do lar, portanto, para a vida privada, e, durante o século das luzes, quem julgasse se apossar da igualdade estabelecida pela Revolução Francesa para galgar espaços na vida pública teria como destino a morte certa na guilhotina. Muitas mulheres que tentaram reivindicar seus direitos de cidadania tiveram esse destino.”(Gomes da Silva, 2010, p. 2)

Portanto, o período das luzes e do conhecimento atuou mas não para a vida social e política da mulher, esta continuava presa a tradições que perduraram, e em certos casos ainda predominam que a desfavoreciam e marginalizavam enquanto ser individual pensante inferior e incapaz de atuar sob assuntos do seu interesse.

Tradicionalmente, quantos mais trajes a mulher apresentasse, maior seria o estatuto que possuía, ainda que fosse prisioneira como todo o corpo feminino, afastada da vida ativa social e política reuniam com as suas idênticas de gênero e apreciavam juntas os discursos mutáveis que usavam. Esse era o único tópico que a mulher detinha, feminilidade, sedução e fertilidade que remetiam para o seu status social e sexual.

“De facto, a realidade vivida pela mulher do Renascimento não era muito diferente daquela vivida pelas suas pares em épocas anteriores. Desde a infância, a liberdade dada à mulher era praticamente nula. Uma vez que a Bíblia regia os pensamentos, os valores e as atitudes da população em geral, rica ou pobre, a mulher era ensinada de acordo com os preceitos divinos. O objectivo da sua existência passava pelo matrimónio e pela família que deveria formar” (Magalhães Oliveira, 2009, p. 11)

Sendo projetada uma imagem divinal, ingénua e inocente, a mulher não deveria destacar-se de maneira alguma, ainda que fosse a reforçadamente ilustrada com grande adoração pela arte clássica. As silhuetas femininas têm em cada época seu fascínio e idolatrarão na mesma medida da prisão social a que está destinado, e refletido nas suas indumentárias sufocantes, não passavam de uma massa a ser moldada.

“Para os filósofos Iluministas o discurso sobre os sexos, é pacífico, porque é mais ou menos unânime relativamente à ideia de que as mulheres ou não têm razão ou têm uma razão inferior. Assim da “inferioridade sexual e intelectual da mulher, do seu papel natural na reprodução da espécie e no cuidado dos filhos decorre naturalmente uma definição de função e de papel(...) a mulher é essencialmente esposa e mãe (...)A cidadania das mulheres vem-lhes do facto de serem esposas de cidadãos, o que representa dizer que a cidadania feminina -reduzida à esfera privada -está excluída de qualquer realidade política.” (Nogueira, 2001, p. 3)

Como a vida da mulher se registou com menos ação no papel ativo social, também as suas roupas permitiam uma menor libertação justificada exatamente pelo papel que desempenhava, deixando registos do pensamento primitivo que imperava:

“A discriminação da mulher, longe de apresentar-se como um tema exclusivamente sociológico, encontra sua fundamentação conceitual na História da Filosofia, especialmente na filosofia de Aristóteles. Pretende-se mostrar aqui como o filósofo, a partir de seus pares conceituais metafísicos, potência/ato e matéria/forma, deriva a incompletou de, a

*impotência, a mutilação e, por fim, a incapacidade ética e política da mulher.(...) A necessidade de cuidar dos filhos é a causa da diferença entre os sexos. (...) Se se quer que ela cumpra bem seus deveres maternos, é necessário que não possua um cérebro masculino(...)*A mulher deve compreender que ela é assim por vontade da natureza e abster-se de rivalizar com o homem(...)*Os verdadeiros adversários das mulheres são os feministas. A inferioridade do cérebro feminino é uma condição útil e indispensável.”*(M. Lopes, 2010, p. 5)

Assumindo assim uma marginalização direta, que considerava a mulher e aquilo que a envolvia como inferior e indevido. Sendo esta, castigada enquanto indivíduo e ser, a projeção da sua identidade foi silenciada e desvalorizada. A grande diferença entre a vida das mulheres até ao século XX foi precisamente a de ter uma livre administração sobre o seu corpo, mente e apresentação social.

“Sendo a “marginalização” um processo que coloca à margem (...) o marginal, o delinquente, o fora da lei, o secundário, o indevido, o que não participa da ordem política e económica, não detém poder, nem direitos, nem voz.”(Gonçalves, 2017, p. 74)

Por consequência, a mulher viu a necessidade de reclamar os seus direitos enquanto seres humanos, erguendo uma guerra, manifesto familiar dos homens . O final do século XIX ficará marcado na história feminina especialmente, por marcar os primeiros movimentos sobre a igualdade e justiça entre géneros.

3.2. NECESSIDADE FEMININA

“A concepção das diferenças entre os sexos marcada no corpo justificava, assim, as desigualdades políticas entre homens e mulheres, desigualdades essas que só viriam a diminuir com o advento da Declaração Universal dos Direitos do Homem e do Cidadão, de modo geral e, mais especificamente, com as reivindicações dos movimentos de minorias sociais iniciados na década de 60 como, por exemplo, o movimento feminista.”(Gomes da Silva, 2010, p. 3)

Enquanto ser excluído do poder social ao longo dos registos históricos, a sedução foi uma arma que a mulher dominou maioritariamente. Através do seu corpo, já que esta necessitaria de se externar.

“Interessante notar como os discursos vão criando os sujeitos, ao mesmo tempo em que se vai construindo um discurso sobre as capacidades físicas e intelectuais das mulheres, constroem-se situações em que tudo aquilo (ou aqueles) que se aproxime do simbolismo do

feminino é também desqualificado, assim como são com os sujeitos “mulheres”. (Gonçalves, 2017, p. 68)

Também foi o corpo feminino o que mais sofreu com as exigências impostas já que este deveria ser reservado à função materna e privada de acordo com as normas, objeto do homem quanto menos a mulher soubesse sobre ele mais fácil seria de o controlar acima de tudo e silenciar contra as violências atrozés físicas e psicológicas existentes contra a sua fragilidade.

3.2.1. Feminismo

“O movimento feminista e a revolução sexual, de fato, provocaram grandes transformações no mundo moderno no que se refere aos direitos e deveres das mulheres, conseguindo dar um grande salto na condição feminina nos três últimos séculos, seja no âmbito público, seja no privado.”(Gomes da Silva, 2010, p. 3)

Dotada de beleza e sexualidade, retratada como obra mais completa do erótico o corpo feminino, que não sustinha qualquer liberdade sobre si ou aprendizagem sobre o mesmo, o seu propósito moral máximo seria o de cumprir com os encargos maternais e matrimoniais. Mesmo após a sua libertação, há uma falsa natureza que liga a mulher às funções referidas pelo comportamento fixo no papel que desempenhou ao longo da história, e exemplo da desvalorização e limitação nunca poderiam oferecer-lhe outro contexto sem ser considerado como não natural.

A capacidade de gestação e reprodução contribuiu para uma interpretação de poder divino que merece respeito e admiração, já que era a única que detinha essas capacidades sobre o homem ganhando aos poucos um conceito de gênero necessário pelas diferenças que o marcam.

“Houve sempre ao longo dos tempos grande quantidade de discursos, teorias, visões acerca da mulher, essencialmente associados à sua capacidade de reprodução. Esta razão terá estado na base de todas as tentativas de compreensão e descrição da “natureza” feminina.”(Nogueira, 2001, p. 2)

Mais que urgente, as primeiras provas de mudanças sociais surgem de forma notável nas primeiras décadas do século XX, mais conhecidas como Movimentos Feministas, compreendidos como lutas pela emancipação e pela mudança de direitos. Estas manifestações visavam uma igualdade de gênero e inserção da mulher na vida pública, procurando um destaque aberto à comunicação.

A mulher já fazia parte do mercado de trabalho e ainda via a discriminação salarial que existia entre géneros, que continuou a existir nas décadas vindouras. Dentro dos Movimentos Feministas que atuaram, houve três que marcaram a sua recente história.

“Os movimentos não surgem por acaso, eles nascem das lutas sociais. As lutas sociais acontecem quando grupos de pessoas que enfrentam situações de injustiça, dominação ou exploração atuam coletivamente com o propósito de mudar esta situação num determinado contexto.

Com as lutas sociais fazemos com que um problema que não é visto pela maioria, ou mesmo que é visto como sendo particular, se torne um problema visto por muita gente, e, mais importante ainda, passe a ser considerado uma injustiça. Ou seja, é no processo das lutas sociais que formulamos uma situação como problemática, fazemos a denúncia do quão injusto revela-se este problema, demonstramos que este problema não é uma situação natural, é algo produzido pelas relações sociais, provocamos a indignação frente ao problema e aglutinamos a força desta indignação das pessoas para construir ou apoiar a luta política para enfrentar o problema”. (C. Silva & Camurça, 2013, p. 8)



Figura 1-Sufragistas 1911(Fonte: <https://www.pinterest.pt/pin/325666616784856651/>)

“O início da primeira vaga do feminismo é normalmente apontado para o meio do século XIX. A emancipação das mulheres de um estatuto civil dependente e subordinado, e a reivindicação pela sua incorporação no estado moderno industrializado como cidadãos nos mesmos termos que os homens”(Nogueira, 2001, p. 5)

Antes dessas mudanças a enorme adesão ao movimento sufrágio feminino, onde tinham exatamente o objetivo de reclamar o direito ao voto, marcou o início de uma luta por igualdade de gênero, os primeiros sinais de imposição de mudança inicialmente foram ridicularizados e desaprovados pela sociedade que interpretava esta luta como um movimento que colocaria o gênero feminino dominante sobre o masculino caracterizando quem o representava com pejoração pública através de publicidade .

“A figura feminina consegue, com o trabalho, aproximar-se do homem, só com o exercício do trabalho poderia conseguir a tão almejada liberdade já que era tão desproporcional o distanciamento mantido entre ambos os sexos, no que diz respeito às funções desempenhadas frente à sociedade. Com as lutas, a mulher conseguiu o direito ao voto, ao trabalho fora do lar, assim como o homem, e percebeu que podia ser independente. As conquistas a fizeram ter mais força para buscar maiores direitos. “(Lins, 2012, p. 8)

Mais do que a possibilidade de participar na vida política ativa outras questões preocupavam a boa moral, que julgava de forma depreciativa qualquer decisão tomada pela mulher que fugisse à regra, tendência da época.

Decisões sobre a sua indumentária, trabalhar e ter opção de escolha relativa ao seu estado civil foi um desafio que começava a ser superado com enorme esforço que refletiu igual avanço na mentalidade da comunidade. É importante realçar que estes movimentos a favor da mudança não eram só empenhados por mulheres, mas por homens que partilhavam os mesmos ideais que promoviam a aplicação de novos costumes e modos concebendo uma nova e melhorada forma de atuar. Após quase 3 décadas é implementada pela Organização das Nações Unidas a Declaração Universal dos Direitos Humanos em 1948.



Figura 2- Cartaz ridicularizando sufragistas, podemos ler na figura "sufragistas, aquelas que nunca foram beijadas"(1900's) (Fonte: <https://www.pinterest.pt/pin/836543699505007890/>)

“O processo que abrange desde uma sexualidade mais evidenciada, e de uma maior exposição dos corpos femininos, iniciado nas décadas anteriores, alterou consideravelmente a função social feminina a partir da década de 1960. Porém foram as novas pesquisas e descobertas científicas ocorridas nesta época sobre a sexualidade da mulher, que alteraram definitivamente seu papel social. A invenção da pílula anticoncepcional e das pesquisas realizadas por William Masters e Virginia Johnson a respeito da sexualidade feminina, ambas ocorridas durante a década de 1960, foram aquelas que deram início à discussão sobre a identidade sexual feminina.”(Gellacic, 2013, p. 6)

O final da década de 60 trás por fim as primeiras transformações na Europa e EUA onde, para além dos direitos de igualdade que já vinham a reclamar há um longo período, outros assuntos de grande impacto que englobavam a vida da mulher mas que eram ignoradas, agora com uma urbanização crescente foi imperativa a mudança no segundo Movimento do Feminismo, que cresceu graças aos meios de comunicação já presentes e em desenvolvimento.

“O feminismo é um movimento criado, conduzido e sustentado por mulheres, é um movimento de mulheres e, portanto, é parte do movimento de mulheres em geral. Assim, o movimento de mulheres faz o feminismo, ao mesmo tempo em que é construído por ele. Um alimenta o outro.

Para lutar contra a desigualdade de gênero, contra a exploração e opressão das mulheres, o movimento de mulheres colhe os princípios organizativos, a teoria explicativa da sociedade e o projeto político formulados a partir do feminismo”(Silva & Camurça, 2013, p. 15)



Figura 3- Podemos ler "mulheres unidas" no anúncio as apoiantes pelo movimento da libertação da mulher. 1970 Fonte:(<https://www.pinterest.pt/pin/143693044333800176/> visitado em 23/04/2018)

Visando a autonomia da mulher, as feministas conseguem após uma longa batalha social alterar a sua imagem e postura sendo elevadas a cidadãs livres, esta causa dura até os anos 80. Porém havia outras questões que se haviam edificado em prole da causa, com o surgimento da pílula as mulheres conquistaram a sua liberdade sexual, a possibilidade de fazer sexo e não engravidar permitiu uma escolha diferente das que existiam anteriormente onde das relações deveria ser esperado um filho, e dessa forma um “destino” para a mulher e não simples prazer.

“Este período histórico de mais ou menos duas décadas, representou uma época de grande actividade e inovação. Apontam-se vários factores para o desenvolvimento do feminismo nesta época. A euforia empresarial resultante da explosão económica posterior ao pós-guerra e o rápido e conseqüente aumento dos padrões de vida em alguns países, deu às mulheres e ao seu trabalho, uma imagem completamente diferente.” (Nogueira, 2001, p. 6)

O ano de 1975 foi declarado pela ONU como o Ano Internacional da Mulher para marcar a perseverança das mulheres sobre as suas conquistas, o dia 8 de Março é adotado como data Internacional da Mulher a partir daí.

“Um outro campo das lutas sociais feministas é o campo da sexualidade e da reprodução, que envolve questões como a liberdade sexual, a maternidade livre, o direito de ter e não ter filhos/as, a legalização do aborto, o fim da exploração sexual, entre outras. Este é um

campo de muitas polêmicas entre movimentos sociais e a população sem atuação política”(Silva & Camurça, 2013, p. 31)

No final dos anos 80 o feminismo consegue passar a mensagem de que as decisões sobre o corpo e vida da mulher devem ser decididas pelas mesmas, devendo estar instruídas para que a sua contribuição social seja máxima. Novamente, a mulher reivindica o fim da discriminação de gênero, lutando contra a violência sobre a mulher e, novamente os direitos políticos

” Outra parte do esforço da luta feminista é enfrentar as desigualdades no mercado de trabalho, enfrentar os salários desiguais, o assédio sexual, e a desproteção social do trabalho das mulheres, ou seja, a ausência de direitos trabalhistas, de assistência e previdência social”(Silva & Camurça, 2013, p. 30)

O terceiro Movimento acompanha o início dos anos 90 e é influenciado pela década anterior até os dias atuais onde é assinalado por questões internas. A autocrítica ao feminismo permitiu o progresso de novas estratégias e projetos, estudando as falhas que existiram anteriormente. Uma das críticas recebidas foi a de serem acusadas pela dominação machista pela corrida pela beleza no ideal feminino, defendida através de referências do início do século XX.

Conhecido como o movimento do “ feminismo da diferença”, por ser o mais recente ainda há tópicos que não estão compreendidos socialmente e são entendidos de acordo com o tradicional, de modo ignorante.

“A década de 90, assim, marcou um processo de expansão dos direitos humanos, caracterizando intensa mobilização internacional, com o envolvimento de governos e de organizações da sociedade civil, entre outros grupos, fazendo com que se reconhecesse o caráter político dos instrumentos na garantia dos direitos humanos.”(Gomes da Silva, 2010, p. 14)

Atribuem-se novamente as diferenças significativas de gênero dado que existem e devem ser consideradas, em especial as que dizem respeito à esfera sexual da mulher onde se debateu sempre com mais dificuldade devido ao contexto político efetivo. Este movimento pelo reconhecimento da necessidade de possibilitar informação social para todos os indivíduos que eram e são oprimidos pelo desinteresse político sobre esta “minoría”, a falta de reconhecimento apresenta-se na carência de documentos científicos com o reconhecimento intelectual esperado, a eterna dúvida da liderança da mulher depende da ótica masculina sobre as suas capacidades.

“Conhecer as lutas, os interesses, o papel da mulher na sociedade, ainda é uma conquista que se tem feito vagarosamente, apesar dos avanços significativos registrados com o dinamismo e o investimento em pesquisas acadêmicas, que têm eleito as manifestações da mulher e da luta do feminismo como objeto central de investigação. Prova disso, são os poucos estudos concernentes às conquistas travadas pelas mulheres ao longo dos tempos.”(Lins, 2012, p. 2)

Agora, no século XXI o feminismo ainda batalha para que se disperse o novo pensamento, na era da globalização os meios de comunicação social mostram-se aliados ao conhecimento científico e correto. Com as necessidades a serem moldadas de acordo com as necessidades é possível existir um equilíbrio entre gêneros e da sua aprendizagem, um assunto que visa uma jornada diária até alcançar os seus longos objetivos.

“É fundamental que o Estado invista cada vez mais nas Políticas Públicas voltadas para mulheres, e que o protagonismo do movimento feminista amplie a presença das mulheres na cena pública na luta pela garantia de direitos conquistados e ampliação de novos direitos. Trata-se, entretanto, de um movimento que não se consolida à revelia da construção do conceito de gênero, uma conquista das mulheres, mas sim na consolidação das mulheres enquanto sujeitos sociais e protagonistas de sua história .”(Pedro, 2010, p. 8)

Ao longo deste percurso distinguimos pelos registos fotográficos que a mulher se fez acompanhar de um aliado leal e antigo que expressou o seu descontentamento e vitórias quando se viu liberta fisicamente de indumentárias opressoras, quando conquistou a silhueta feminina ou quando optou por despir qualquer peça pela sua liberdade sexual. A moda, foi a sua confidente e cúmplice na luta pela liberdade. Assim nota-se uma maior liberdade de expressão através da indumentária, os objetivos sociais femininos foram alterados muito mais rapidamente do que a nível político, porque a moda era um tema fútil e “de mulheres”, não recebeu de imediato a mensagem, foi necessário a sua visualização repetida em múltiplos discursos visuais.

“Esse momento atual em que a voz feminina tem procurado se expandir e se fazer verdadeiramente ouvir, põe em evidência a busca dos grupos feministas organizados em se autoafirmarem numa relação sígnica, com sentido e significados coerentes e coadunados. A dificuldade de se encontrar tal afirmação identitária se justifica na efervescência de processos e aspectos instaurados desde os instantes finais do século XX, a exemplo da revolução tecnológica, dos processos de globalização e de redefinição das ideias, das metas e dos compromissos assumidos e relacionados pelas nações.”(Lins, 2012, p. 9)

Desde Lisístrata e as mulheres de Atenas até às feministas modernas as roupas e adornos pertencentes à esfera feminina conseguiram quebrar ideais e tradições opressoras. A voz da

moda permaneceu sobre todas as imposições colocadas sobre a mulher, e mais importante ao seu lado conseguindo adaptar-se às suas lutas e vitórias. A manifestação através da roupa conquistou mudanças antes de qualquer discurso e está constantemente à procura de um intérprete para a sua história.

De acordo com as teorias de investigação exploradas, compreende-se a subjugação sobre a mulher e o seu corpo. Atitude tomada com o objectivo de facilitar o controlo sobre a comunidade feminina, que, foi aprendendo a permanecer junto do cumprimento das regras edificadas como estatutos sociais. As diferenças indevidas impostas, desfavoreceram o desenvolvimento dos seus interesses, apenas a moda suportou a mulher no sentido de a fazer notar e sentir presente. Sendo, naturalmente um argumento entendido e absorvido em um ambiente mais privado, consequência do afastamento que experienciou.

Com as primeiras mudanças sobre o assunto a acontecerem no final do século XIX, onde de forma inicial se apontam para as diferenças de género, atendendo à sua compreensão sendo trabalhadas em conformidade ao longo da história.

A simples ostentação de umas calças pela mulher, é o reflexo de anos de insistência pela mudança positiva que ajustou as suas causas de acordo com as carências. O valor da moda revela já a alteração de discurso que a roupa e corpo sofreram enquanto cúmplices da libertação e impulsionadores da expansão visual e mental.

3.3. MODA E IDENTIDADE

“Durante milhares de anos comunica-mos primeiro através da linguagem do que vestimos (...) pela altura que duas pessoas se conhecem já falaram entre si numa linguagem universal ancestral. (...) para uma mulher, vestir é uma manifestação contínua de pensamentos íntimos, uma linguagem, um símbolo.” (Alberoni, 1997, p. 12)

A comunicação é uma necessidade básica humana, a necessidade de transmitir e receber algo ainda que de forma visual, as suas repercussões contribuem para a relação que é desenvolvida de forma individual ou coletiva. Este idioma universal de comunicação, atua sobre os contextos sociais, políticos e económicos. A primeira impressão que retemos de alguém é a visual, e deve corresponder o mais aproximadamente à natureza de cada indivíduo dentro dos recursos existentes para que haja um diálogo subjetivo.

*“As roupas podem ser consideradas semanticamente codificadas, mas trata-se de um código com uma semântica extremamente tênue e instável, sem quaisquer regras realmente invioláveis. As palavras também mudam de **SIGNIFICADO** de acordo com o tempo e o lugar,*

mas a linguagem verbal é muito estável, ao passo que a semântica do vestuário está em constante mudança.”(Svendsen, 2010, p. 49)

Assim as roupas acompanham as mudanças de identidade de cada indivíduo e conseqüentemente da vontade social que os insere e molda , sendo compreendidos e compreendendo os seus semelhantes através das mesmas. Expressando assim as semelhanças que existem na intimidade de cada mulher subjetivamente. *“A roupa é uma extensão do corpo, ela representa de forma temporária o que o corpo quer comunicar, podendo-se moldar aos desejos do indivíduo de forma fácil. A essas oscilações temporárias, denomina-se moda”*(Leoratto & Araújo, 2013, p. 721)

“A história fez a mulher ser representada pelo homem, agora além de mostrar a si própria, ela deseja levar, ao conhecimento de todos, o trabalho que pode e vem desempenhando frente ao povo, para destruir a ideologia de mulher frágil, submissa, subjugada, inferior, que perdurou e ainda perdura na sociedade.”(Lins, 2012, p. 13)

Com o culto do individualismo dissipado culturalmente, a conquista pela unicidade da identidade própria acaba por ser construída quase obrigatoriamente. Com as inúmeras referências que a moda oferece para “vestir” o ser de cada pessoa, é possível retirar uma primeira impressão do próximo através das mesmas. Independentemente de ser a verdadeira, uma vez que a moda proporciona uma projeção do que se é, ou, do que se gostaria de ser já que detém uma voz suave, mas que reflete a multiplicidade existente em cada indivíduo.

“ É, portanto, impossível falar de identidade feminina entre as mulheres urbanas sem nos remetermos às relações que estas estabelecem com os seus corpos. O corpo será, ao mesmo tempo suporte e substrato da identidade (...) a auto estima, fundamental para a construção de uma identidade positiva, passa pelo corpo.”(Berger, 2008, p. 66)

O processo de linguagem das roupas acompanha em especial a atmosfera feminina desde viçosa idade, quando há o sentido de individualidade encontra-se uma capacidade de identificação com a segunda pele .Consciente e instruído, o público feminino identifica-se de múltiplas proporções de acordo com aquilo que pretende comunicar através daquilo que utiliza para vestir e adornar o seu corpo. Outrora este servia como separação completa de géneros que a mulher estava responsável por produzir, já que costurar fazia parte das suas obrigações. As vestes de um homem nunca seriam consideradas próprias quando usadas por uma mulher, e vice-versa.

“Como fenômeno datado, a moda surgiu no fim do século XIV e início do século XV. Lipovetsky (1989) explica que o crescimento das cidades europeias e a organização da vida na corte teriam proporcionado a aproximação das pessoas na área urbana e as condições para que os

trajes dos nobres fossem copiados pelos burgueses e vice-versa, aspecto que teria se transformado em motor para a emergência e o funcionamento da moda. (...)A moda instalou o princípio da democratização da aparência, individualizando-a e unificando-a. “O próprio da moda foi impor uma regra de conjunto e, simultaneamente, deixar lugar para a manifestação de um gosto pessoal: é preciso ser como os outros e não inteiramente como eles, é preciso seguir a corrente e significar um gosto particular [...]”. (LIPOVETSKY, 1989, p. 43)”(Simili Guilherme, 2016, p. 240)

Com a vinda da Idade Moderna, iniciada a partir do século XV, ocorre uma modificação de pensamento que permite uma racionalização relativa à mulher e como se vestia. Acompanhada com o Renascimento, a Moda surge muito ligada às artes plásticas, já que nesse contexto existiam já encomendas de arte e roupa para celebrações.

“É importante destacar que as mulheres, através dos objetos, consomem dinamismo, elegância, poder, renovação de hábitos, feminilidade, refinamento, segurança, naturalidade e umas tantas imagens que influem em suas escolhas e que seria simplista reduzir só aos fenômenos de vinculação social, quando precisamente percebemos que os seus gostos não cessam de individualizar-se. Por esse motivo é que a moda está fundada historicamente no valor da individualidade, na legitimidade da singularidade pessoal.”(A. B. Rodrigues, 2011, p. 19)

Assim, com a implementação da moda na vida da mulher, esta teve acesso a um vocabulário mais extenso graças ao fenômeno , que proporcionou uma vasta pluralidade de discurso. Mais tarde, cerca de cinco séculos surge a oportunidade de observar o seu corpo, interferindo e reconstruindo o suporte da personificação feminina ,sendo a mulher por fim livre de manifestar a sua individualidade perante a esfera comunicativa.

“A visibilidade total do corpo foi uma conquista do fim do século XIX (...O que se vê é, na tradição ocidental, o que se exhibe simbolicamente; o que não se vê é o que, por não transmitir qualquer qualidade socialmente valorizável, apenas se conota com a pura materialidade.)”(Cordeiro, 2011, p. 2)

O século XIX identifica-se como aquele que permitiu, graças ao crescimento urbano a projeção real individual, apoiada com a industrialização estabelecida por fim todas as mulheres conseguiam comunicar ao mesmo nível. Transitando da antiguidade para o modernismo as roupas perdem alguma exuberância, deixando apenas decorações excessivas para mulheres que não trabalhavam.

“Porém, ainda segundo Lipovetsky (2009), foi ao longo da segunda metade do século XIX que a moda definitivamente se instalou. Da metade do século XIX até à década de 1960 a moda

passou a repousar sob a organização da Alta- Costura, que significou uma página da história do luxo e das rivalidades e distinções de classes.”(A. B. Rodrigues, 2011, p. 15)

A moda conseguiu satisfazer a falta de expressão que existia pela limitação antes, chegando à presença destas na totalidade quando esta se massifica. Trazendo no novo milénio , especialmente a partir de meados do século, a capacidade livre de criar uma identidade socialmente capaz de comunicar qualquer intenção sem críticas condenadas radicalmente . Portanto, a competência de conceber a identidade feminina é uma tarefa exaustiva pelas contradições que exhibe ao longo desse progresso aberto.

“Considerando que o corpo humano sempre foi alvo de destaque em todas as sociedades, torna-se importante estudá-lo, na medida em que o sujeito o utiliza de diversas formas, seja para se expressar, demonstrar o que está sentindo, se comunicar e se relacionar com o meio em que está inserido, podendo muitas vezes fazer uso da moda para tais realizações.”(Almeida, Silva, & Santos, 2007, p. 2)

A partir da segunda metade do século XX o individualismo floresceu entre a esfera feminina graças aos movimentos em prol da sua emancipação usando os corpos como portadores de voz e ideias graças à moda.

“O século XX foi marcado por mudanças bruscas e em menor espaço de tempo (...)As atenções se voltam para o universo feminino durante a década de 60,que traz grandes mudanças não apenas se falando de beleza. Ansiando por independência, as mulheres desse período buscavam por liberdade e individualidade. Independentemente, as mulheres da década de 70 conquistaram espaço na sociedade e, conseqüentemente, receberam grande visibilidade (...)Assumindo seu espaço, a mulher afirmou-se como sujeito e seu corpo acompanhando esse movimento de “saída da mulher da obscuridade”(...)” (Leoratto & Araújo, 2013, p. 722)

É essencialmente entre a década de 60 até 2000 que a mulher sofre alterações sobre a sua independência, lembrando que a década ficou conhecida pela onda rebelde feminina que conquista o seu espaço próprio na sociedade.

“O sucesso da moda é um sucesso no feminino. Foram as mulheres que favoreceram o ethos da mudança, o culto do novo, a paixão pela obsolescência programada.(...) E, desde então, a moda desenvolveu-se vertiginosamente.”(Baldini, 2006, p. 10)

A moda apresenta-se como uma aliada conveniente, especialmente para a mulher contemporânea. Com a globalização foi possível a mutação constante da identidade, essa transformação contínua deve-se ao sistema cultural que envolve a esfera feminina. Podendo comparar a rapidez de alteração da silhueta feminina ao longo dos registos com a sua

identidade, demorando a conquistar a sua independência. Pela opressão vivida anteriormente a identidade da mulher teve a sua liberdade exteriorizada tardiamente, não por falta de tentativas.



*Figura 4- Diferenças entre vestidos de noite.à esquerda Madelein Vionnett (1922) à direita Gianni Versace (1994) (Fontes : <https://www.pinterest.pt/pin/419257046551275102/>;
<https://www.pinterest.pt/pin/505951339380689636/> visitado a 8/05/2018)*

“A palavra moda pode ser usada como “modismo”, aquilo que vira tendência, ou usada como configuração de gosto, esculpido em formas, cores e volumes que representam uma época,(...) muito mais que um conjunto de roupas e acessórios, é um código visual que, entre outras coisas, expressa uma identidade, revela o estilo de vida e o status social, individualiza, agrupa e personifica as pessoas.”(Juliana, 2016, p. 5)

Dentro dela podemos ler necessidade de cobrir o corpo para sua proteção,adornar e tornar o corpo atrativo, expressá-lo e conseqüentemente comunicar. Acima, na figura 4, ilustrando as alterações da identidade da mulher através da indumentária, e claro acompanhada pelas tendências sociais podemos observar dois vestidos de noite distintos.

Na história ocidental a moda é o exterior da pessoa. “Ao romper com as sociedades tradicionais, a Modernidade “inventou” o conceito de identidade, aqui entendido como a construção de uma narrativa biográfica com sentido.”(Cordeiro, 2011, p. 3)

À direita está um vestido de noite da ilustre estilista francesa de Alta- costura , Madeleine Vionnet. Considerada uma grande influência na moda do século XX apresentava nas suas criações e como é verosímil de observar uma leveza e movimento, deixando como marca na sua arte os drapeados e cortes enviesados. Envolveu durante a sua atuação a mulher numa geometria glamorosa e criava como uma escultora em torno do corpo da mulher.

No lado esquerdo, também um vestido de noite, contemporâneo do estilista italiano de Alta-costura Gianni Versace, também ele um grande nome que marca a moda do século XX que ainda hoje é considerado um tributo à feminilidade. Apaixonado pela figura feminina entende

a importância desta se sentir desejada, ofereceu no seu trabalho a ostentação e a sensualidade feminina extrema, com decotes e aberturas insinuantes. Ainda que ambas as criações datem de contextos sociais extremamente diferentes, o seu objetivo culminante seria o de valorizar a identidade, corpo e expressividade da mulher.

“A moda é também uma poderosa ferramenta para a construção de uma identidade pessoal, que só poderia ter surgido no momento em que surgiu: a modernidade. Essa valorização pela busca da individualidade e o rompimento com o passado e as tradições, enaltecida pelo sistema de moda, abre espaço para uma sociedade mais democrática que permite, por exemplo, maior mobilidade social por meio dos jogos do parecer (...)traz consigo um traço teatral, a possibilidade de se criar personagens, manipular a imagem que se projeta de maneira a adequar-se melhor à imagem ideal (...)não é algo meramente supérfluo, pois além de ser um retrato importante de culturas passadas e seus costumes, também tem o poder de transmitir valores pessoais, e por vezes está profundamente ligada ao discurso”.(Iwanow Carvalho, 2016, p. 11)

A linguagem das roupas ocupa elaborados títulos, e modos que, durante milhares de anos indicaram elevados sinais de posições sociais. E reconhece ainda que desde cedo uma função atribuída ao vestuário seria a de promover a atividade erótica. “O vestuário carrega intensas categorizações que acabam por enquadrar os sujeitos em condutas pré-estabelecidas, convergindo para um cenário de controlo dos corpos segundo interesses ideológicos em voga.”(Maria et al., 2012, p. 92)

Maioritariamente, a roupa e adornos são mais critérios simbólicos do que técnicos. Nelas estão codificados vários tipos de linguagem e significados que partem de uma base de modelagem de identidade. A mulher escolhe o que a cobre de acordo com quem deseja projetar de forma social, considerando a capacidade de percepção sobre si mesma e a dos restantes observadores. Todavia, existem casos onde aquilo que é escolhido para vestir, acontece para procurar dizer algo a si mesma.

“(…) as roupas são fruto de um compromisso perene entre o pudor e a decoração (o ornamento). Na verdade, a decoração visa atrair a atenção dos outros, enquanto o pudor tende a ocultar as qualidades do corpo e fazê-las passar inobservadas (...)enquanto o pudor anda a par da modéstia; a decoração gosta de revelar, o pudor tende a esconder; a decoração é busca de originalidade e o pudor de conformismo. Em suma, entre a decoração (o ornamento) e o pudor existe um conflito perene que dá origem a uma série de compromissos cujo conteúdo muda continuamente ao longo da vida . A mulher, afirma Flügel, é «o mais púdico e, ao mesmo tempo, o mais exibicionista dos sexos»”(Baldini, 2006, p. 11)

Dispondo de uma característica teatral e fantasiosa, a moda oferece a possibilidade de diversas interpretações de maneira a assistir às necessidades de quem a usa. Profundamente ligada ao discurso deixa de ser considerada, especialmente após o século XX, um aspeto meramente supérfluo e fútil dando lugar a um movimento de auto reconhecimento sobre quem a usa, mostrando que a mulher sabe quem é, e quer que os restantes presentes saibam de igual modo.

Assim foi-se criando uma ligação entre a identidade pessoal da mulher de acordo com o seu guarda roupa. Gradualmente, a relação entre a mulher e a moda permitiu uma emancipação de género. Permitindo que através do vestuário se comunicassem informações relacionadas com a posição social, herança e aspirações individuais.

“O século XX terminou com a democratização da moda, proporcionando a livre escolha entre as múltiplas opções que a indústria da moda produzia, ela “torna-se ‘design do corpo, ‘projeto do movimento e da relação impessoal”(…) A ausência de tendências e regras definidas para a vestimenta permitiu ao usuário optar de forma espontânea por seu vestuário de acordo com sua personalidade e gosto, levando em conta suas necessidades.”(Leoratto & Araújo, 2013, p. 726)

Assim, a contemporaneidade sugere um tipo de corpo, ainda que seja necessário trabalhar a imagem de modo a pertencer ao ideal recente. Já que a sua identidade é vista através da estrutura física, em constante progresso.

“A interação entre vestuário, contexto social, cultura e comportamento traduzem o significado implícito na escolha de moda do usuário; a moda é reflexo da sociedade, do que acontece no mundo e ao redor das pessoas . Ela é dinâmica por receber a forte influência do contexto em que se insere, modifica-se a partir do momento em que a cultura, a política, a economia e a sociedade sofrem transformações. Por outro lado, a moda também é uma forma de expressão pessoal, assim, o indivíduo faz suas escolhas, guiado não só por seus gostos, mas também pela realidade que o cerca.” (Leoratto & Araújo, 2013, p. 724)

3.4. COMUNICAÇÃO E SEDUÇÃO

“Um destino indelével pesa sobre a sedução. Para a religião, ela é a estratégia do diabo, quer tenha sido feiticeira ou amorosa. A sedução é sempre a do mal. Ou a do mundo. É o artifício do mundo. Essa maldição tem-se mantido inalterada através da moral e da filosofia; e hoje, através da psicanálise e da “libertação do desejo”.(Santos, 2007, p. 14)

Santos (2007) apresenta o corpo feminino como a maior arma de sedução e também de admiração. Estamos conscientes de que a segunda pele que escolhemos é a que nos representa e reflete, pode fazê-lo de forma pessoal ou coletiva dependendo da intenção que existe, já que *“a moda se caracteriza por uma expressão individual, enfrentando um sistema de regras sociais, capaz de identificar estilo de vida, posição social, etnias e religiões de cada um.”*(Cardoso, 2014, p. 3). Mas acima de tudo, a moda procura significar para o observador, seduzindo-o neste dialeto visual familiar, deixando-se seduzir.

“todas as modas são sedutoras, mas sedutoras de modo relativo, uma vez que cada uma representa um esforço novo, mais ou menos feliz, em direção ao belo, aproximações a um ideal cujo desejo estimula permanentemente o espírito humano insatisfeito (...)Desde a etimologia latina de seducere que sabemos que seduzir quer dizer “levar para o lado”, desencaminhar, enganar, corromper. Mas a sedução é hoje palavra de ordem inescapável.”(M. Oliveira, 2013, p. 150)

É importante reconhecer a maior capacidade que a Moda detém, a da sedução das aparências. Com a facilidade de acesso que obteve, foi possível a oferta desta grande distração culturalmente aceita e aplicada. A preocupação da representação física transforma-se também numa atração mútua acompanhada pela comunicação.

“O poder de conseguir comunicar algo sobre o sujeito é uma característica de qualquer prática de consumo, através da qual qualquer um aprende a necessidade e o dever de transmitir a sua identidade, utilizando objectos como apoios e indicadores do seu posicionamento na sociedade.”(Brembatti & Taketani, 2016, p. 34)

A linguagem feminina, possui um vocabulário bastante extenso e não só aplicado a roupas, mas penteados, acessórios, joias, maquilhagem e toda a decoração que possa ser incluída no corpo, esse poder de comunicação detalhado é uma característica associada à falta da sua anterior posição social. E nesse extenso dicionário de significados existem certas “palavras” consideradas tabus como é o caso das características entregues ao plano erótico, que por ser um tema associado ao público feminino como qualquer característica do género foi ignorada no passado de forma académica, sendo qualificada pejorativamente.

“Nós vestimo-nos pela mesma razão que falamos: para tornar a forma de viver mais confortável, para proclamarmos a nossa identidade e para atrair atenção erótica”(Lurie, 1981)

A indumentária feminina partilha uma ligação entre aquilo que usa com as circunstâncias que a envolvem de modo a atrair, sentir-se sedutora de acordo com cada momento. Equilibrando as suas facetas entre o ser naturalmente complexo e sensual Todo o ser humano mantém uma

relação com aquilo que escolhe vestir, para ensinar quem é. Com a evolução do vestuário, o erotismo encontrou um papel mais complexo que outrora. Agora pertencia à Moda, por essa razão foi apresentado segundo diferentes interpretações. *“Esses símbolos têm de significar e ajudar a dizer alguma coisa sobre a pessoa que os usa.”* (Svendsen, 2010, p. 44)

“A moda pode ser considerada o reflexo da evolução do comportamento. Uma espécie de retrato da comunidade. É uma linguagem não-verbal com significado de diferenciação que instiga novas formas de pensar e agir.” (Cardoso, 2014)

De forma que é mantida em troca de algo misteriosamente imperceptível. Encontramos ainda uma necessidade permanente de anunciar uma vontade, sendo essa traduzida em adornos por objetos mutáveis, anunciados através do corpo, como se de uma legenda pessoal se tratasse *“A sedução também é fenômeno cultural de semiotização, entretanto, mais amplo que o erotismo. Volta-se para a relação do homem com os objetos que habitam seu mundo existencial.”*(Peruzzolo, 2010, p. 320)

Esta sedução, que é uma forma de comunicação tem como propósito não só significar para o próximo mas também *“é fazer um objeto fazer-se desejado. Fazer-se desejar é o poder que se exerce sobre o desejo dos outros”*(Peruzzolo, 2010, p. 325). Portanto a moda que acompanha a sedução tem destaque pela maneira como será usada e interpretada.

“ (...) a sedução é já nela mesma, por ofício, uma lógica racional que integra o cálculo, técnica e a informação própria do mundo moderno; a moda consumada é o que celebra as bodas da sedução e da razão produtiva, instrumental, operacional (...) contrariamente aos estereótipos com que grotescamente a vestem, a era da moda é a que mais contribuiu para arrancar os homens em seu conjunto do obscurantismo e do fanatismo, para instituir um espaço público aberto, para procurar modelar uma humanidade mais legalista, mais madura, mais cética.” (Lipovetsky, 1987, p. 19)

O filósofo francês Gilles Lipovetsky trata de apresentar a sedução como vertente da Moda, possuindo conhecimento e informação, que favorece uma sociedade por completo. Informar sobre o passado e o conceito de moda ser única e exclusivamente associado a roupa. Ainda que as roupas sejam a base de maior destaque desta doutrina, as últimas décadas mostraram-nos como o conceito se alterou e foi alastrando a todos os níveis da vida cotidiana.

“Assim, a preocupação com a representação tornou-se um dispositivo de distinção social, bem como de pertencimento nas relações simbólicas entre indivíduos e grupos. Por isso, Lipovetsky (2009) diz que a sedução das aparências edifica uma sociedade de consumo voltada para a sede de imagens e de espetáculos, o culto do corpo, a embriaguez das sensações e, sobretudo, do novo.”(A. B. Rodrigues, 2011, p. 13)

A sedução conseguida através da moda, torna-se um objeto de estudo sobre os campos que alcança, nomeadamente o da sexualidade, beleza, moda e erotismo. Assuntos que devido à sua dificuldade de interpelação não recebem o devido crédito. No fundo, todas possuem características de técnicas do corpo, que são partilhadas e adornadas com a moda, consumidas e desejadas que se traduzem em uma empatia contínua mutável.

“Tudo muito teatralizado, bem ao sabor da mídia. A moda não é inocente, não é alienada, ela representa ideologias, aproveita ideologias, concretiza as emoções do grupo e, ao mesmo tempo, ressalta traços de individualidade.

O prazer de ver e o prazer de ser visto, exhibir-se ao olhar do outro, inerente ao grupo social, é um jogo da sedução. Esse jogo é um dos princípios organizadores da moda que, por sua vez, realiza-se nas efervescências efêmeras da vida social. A sedução é um processo de estetização das aparências que precede a moda, porém tornou-se, com a institucionalização do sistema da moda, nas sociedades ocidentais modernas, um de seus meios de sustentação.”(Buarque, 2006, p. 6)

Questionada devido à sua autenticidade, a atratividade pode levantar suspeitas sobre a sua verdadeira intenção já que não passa de uma estratégia que é ambiciosamente desejada.” Para Baudrillard (1992, p. 104), “o corpo é primeiro grande suporte do projeto de sedução” Como já concluímos, o corpo é o transporte da vontade individual feminina, logo será também o responsável pela criação da sedução, onde há uma nova apresentação do corpo feminino.

Para além de todas as características associadas, é possível entender que é também uma exigência de comunicação, sem sedução não existe interação ou diálogo. Entendendo-a como uma necessidade criada para a aceitação, inserção e distinção pessoal, sendo trabalhada a todos os níveis para que possa ser cada vez mais compreendida.

“A sedução feminina não é tão simples, exige algo mais. Quer ser lembrada, fazer-se desejada. Age toda no presente, mas tem os olhos no futuro”. (Alberoni, 1997, p. 32)

Para que a mulher sentisse a sedução de forma integral, para além da exposição que oferece através do seu corpo para os demais, houve uma parcela dentro da moda que até hoje é considerada como sedução privada e exclusiva da mulher. Feita para si, exclusivamente os adornos que envolvem o seu íntimo.

Alberoni compreende a sedução feminina como uma ação complexa que pretende atuar não só no momento mas também num futuro distante, ficando na memória de quem experienciou e assistiu a astúcia feminina que pode e quer iludir através do seu corpo.

“A moda joga um papel central nesta mudança intencional. É a moda que nos convida a escolher entre a sedução e a elegância, entre o conformismo e a contestação, entre a juventude (cada vez mais in) e a maturidade (cada vez mais out)”(Baldini, 2006, p. 2)

O exibicionismo e o pudor associados à moda sedutora feminina, no fundo apenas procuram um intermédio entre o esconder e o exhibir do corpo. Apresentando uma liberdade e responsabilidade sobre a apresentação e presença sedutora que envolve muito mais que prazer sobre si, envolvendo um peso vital em todas as mulheres.

Conscientes da ambiguidade que esta pode esclarecer, expondo cuidadosamente a sua intenção através dos adornos procurando atrair sempre a atenção do próximo, seduzindo-o através do corpo enfeitado, sedutor.

“A sedução é constitutiva do simbólico e o erotismo uma decorrência dele. A sedução não é da ordem da comunicação, portanto, e sim da ordem da afetividade, dos atrativos emotivos, que afetam os corpos nas suas relações existenciais (...)a sedução está presente em toda forma de linguagem, como força que “com-move” os seres à comunicação (...)Por isso aceita-se, de modo reflexivo, que a sedução nada tenha a ver com competência intencional da ação.”(Peruzzolo, 2010, p. 17)

Essa relação íntima e simbólica que a mulher mantém com a sedução pode e deverá ser pensada para além das atuações físicas, já que contorna as vivências femininas prematuramente. Presente em diversos tipos de discurso, pode não ser intencional o seu comportamento apaixonante original, a verdade é que todas as informações que são dadas e recebidas através do corpo feminino estão muito ligadas às projeções pessoais e sociais que o envolvem ligados à autoestima e autoconceito.

Devido a esta importância física e espiritual, a moda homenageou o lado sedutor com peças igualmente íntimas e pessoais que deveriam envolver as zonas corporais mais valiosas da mulher, aquelas que seriam associadas à sua feminilidade sedutora e fertilidade a lingerie.

“A lingerie apresenta papel fundamental na consolidação da autoestima feminina. Desde muito tempo ela está presente na vida da mulher e sua história revela que era usada não apenas por sua funcionalidade, mas também por razões simbólicas que eram afetadas pela economia, política e questões sociais. Hoje a compra da lingerie, ainda que apresente um caráter íntimo, é um meio de criação e afirmação de identidade”(Bueno, 2017, p. 5)

Pela sua importância no papel de sedução feminino, a moda que menos zonas cobre fisicamente é aquela que mais protege e projeta o ser que a usa, tornando-se com o tempo o artigo sedutor mais aclamado entre o público feminino sendo procurado desde a adolescência, altura que a auto identidade está a ser descoberta.

Escondida ou revelada não é o fim que terá que seduz, mas o significado que tem ou que será desenvolvido por quem a usa, concluindo que a lingerie é uma grande auxiliar para a sedução e identidade feminina capaz de demonstrar a sua intenção.

Em suma, a comunicação é a primeira necessidade, daí o primeiro registo apresentado vestido deter tanta importância por ser a primeira impressão. A moda muda primeiro que o pensamento, apontando para a influência que detinha sobre as construções de identidade e comportamento socialmente aceite. Marcando a vida da mulher primeiro que qualquer direito.

“A moda no sentido estrito quase não aparece antes da metade do século XIV. Data que impõe, em primeiro lugar, essencialmente em razão do aparecimento de um tipo de vestuário radicalmente novo, nitidamente diferenciado segundo os sexos (...)

As constantes mudanças que acontecem em sociedades de moda traduzem uma descontinuidade histórica, uma ruptura com a lógica do imutável e da tradição, presentes na socialização até então. O novo aparece como o eixo temporal principal das sociedades de moda”(Campos, 2010, p. 176)

Os registos apontam o século XV como o primeiro que pensou a relação individual da mulher expressada através da moda, com a conquista da visibilidade pública que acontece durante a segunda metade do século XIX até à segunda metade do século XX onde se nota uma preocupação de passar mensagens através do corpo, mas aqui a moda existe essencialmente como diferenciador de sexo, marcando o meio do último século referido como período de rebeldia pela exigência de um papel ativo na sociedade.

Usada de acordo com múltiplos fatores que unem e destacam cada indivíduo , por ser um aviso transportado num meio feminino caracterizado pela sedução de aparências, e poder exclusivo. O que a mulher escolhe vestir na sua pele terá muito a dizer sobre ela, que será revelado de acordo com a sua vontade sobre qualquer cenário.

No entanto a sedução é apenas um meio de comunicação. Segundo Lipovetsky é um lado da moda que procura o culto ao corpo e à novidade envolvente do mesmo. O diálogo visual não termina enquanto houver o que oferecer à interpretação, a consciência sobre a capacidade de atrair caracteriza a moda de consciente sobre as necessidades a preencher para a sua satisfação em primeiro lugar social e , conseqüentemente, pessoal.

“Sendo assim, é a moda que estimula que os indivíduos, ou sujeitos-moda, utilizem a aparência como local de investimento e constituição do eu social. O processo de constituição e distinção social, mais do que uma lógica de distinção entre classes, funciona como processo de formação identitária. A aparência torna possível ser e existir, numa sociedade na qual impera o mito da imagem . Na dinâmica da moda, a sedução e o efêmero são os princípios organizadores da vida coletiva.”(Campos, 2010, p. 177)

Não é simples, de forma alguma, definir a sedução pela sua construção erótica e emotiva de comunicação que tem de obedecer a regras aceitas para a sua utilização. A procura da identidade feminina acontece bastante cedo na edificação da mesma, como a necessidade de a esconder, disfarçar ou adaptar-se de acordo com o seu desejo.

Conquistando, na indústria especializada em determinadas peças de vestuário, vestir as características que não são uma tendência mas perenes, encontra meio de vestir a intimidade através da roupa íntima, lingerie, artigo supremo da sedução.

CAPÍTULO 4.

O IMPÉRIO ÍNTIMO

4.1. LINGERIE

Desde tempos remotos que a sociedade desenvolveu peças específicas para cobrir as zonas genitais, como a restante indumentária se desenvolveu gradualmente, contextualizada de acordo com cada época. Atualmente, Lingerie é a definição que se atribui à roupa interior feminina. Originada exclusivamente para servir o mundo feminino, desempenha um papel importantíssimo na vida da mulher, considerado a expressão máxima da feminilidade da mulher.

“Toda criação fora do comum ou do trivial, extraordinária, sinônimo de beleza, de estética, de refinamento, produto mágico, com as marcas da sedução, objeto lúdico, evocativo de sonho, de prazer, promessa de felicidade, é qualificada como prestigiosa,(...)”(Magalhães Oliveira, 2009, p. 22)

Governada até aos dias que correm a lingerie acompanhou as alterações que a sociedade sofreu, e conseqüentemente a apresentação do corpo feminino. Para o entendimento da sua importância é apresentada uma breve análise sobre a sua história e evolução ao longo deste capítulo.

“Acompanhando essas transformações, cada época inserida em seu próprio imaginário, desenvolveu um caráter simbólico para esta discreta peça de roupa (...) Talvez esta maior atenção que as peças íntimas femininas tiveram, ainda sejam uma contribuição de um imaginário há muito estabelecido, de que o órgão sexual feminino seria um lugar de mistério, onde habitam os segredos do gerar de uma nova vida.”(Gellacic, 2013, p. 1)

A história da roupa interior e da lingerie acabam por se fundir, no entanto são bastante distintas, sendo que a primeira serviu e serve os dois géneros, a segunda pertence exclusivamente ao género feminino. O seu nome deriva do francês “lin” que significa linho, o primeiro material a servir este tipo de roupa íntima.

Ainda que a sua invenção tenha sido meramente prática, não cumpriu apenas essa função. *“Gradualmente, a lingerie tornou-se uma forma de obter conforto e um instrumento de sedução.”*(Ana Lúcia Pires Correia, 2012, p. 13)

Completando a formação de identidade da mulher, é perceptível uma relação abstrata entre a identidade e os adornos íntimos, dependendo de vários fatores sociais e pessoais do ser feminino.

“Neste sentido, a moda pode ser considerada um fator externo e a lingerie possui uma relação íntima e simbólica com a mulher, indo muito além da sua qualidade técnica de proteção”(Bueno, 2017, p. 1)

Facilmente encontramos vestígios de roupas íntimas em sociedades clássicas ancestrais. A sua função seria a de cobrir os órgãos sexuais, que eram celebrados como partes divinas em algumas culturas. De acordo com a evolução da indumentária Ocidental onde se cobria a nudez, surge o conceito de peças destinadas à intimidade física.

“É nesta época que o termo linge, que provem do francês lin ou linho, se torna conhecido por todos. Porém nesta época, a linge não representava apenas as roupas utilizadas sobre os órgãos sexuais, mas poderia ser considerada como qualquer peça de uso íntimo, como toalhas e roupas de cama (...)o caráter simbólico das peças de linge estava fortemente ligado à higiene, principalmente porque neste período os corpos não eram limpos com certa regularidade, e estas peças eram as únicas trocadas constantemente.”(Gellacic, 2013, p. 2)

As *linges*, eram também inseridas nos rituais femininos de acordo com momentos que marcavam a vida da mulher como a puberdade e as mudanças que pedem uma proteção, também a preparação de enxovais tinha um grande significado, e mais tarde, é-lhe atribuída uma conotação erótica, especialmente ao campo feminino e ao seu corpo. Verifica-se que, quando aliados, mostraram que podem e atuam em diversos acontecimentos, enquanto arma de completo domínio e de sedução por parte da mulher. Era também uma peça que não estava acessível a todos os elementos da sociedade, aqueles que usufruíam desse privilégio faziam-no para protegerem a sua nudez e simultaneamente as suas roupas dos corpos.

“ (...)a lingerie também pode ser vista como uma forma de comunicação e é carregada de simbologias. Isso demonstra de alguma forma que a mulher é única (...) os ideais femininos de cada época, bem como os papéis exercidos pelas mulheres na sociedade. Por estar em contato direto com a pele, sempre representou mais que uma proteção às partes íntimas, extrapolou tabus e serviu como instrumento de opressão do corpo para artifícios de sedução”(Bueno, 2017, p. 5)

4.2. HISTÓRIA E REPUTAÇÃO

“A história da lingerie começa por volta do segundo milênio antes de Cristo. Em Creta, as mulheres usavam um corpete simples que sustentava a base do busto, projetando os seios nus. Essa “moda” era inspirada na Deusa com Serpentes, ideal feminino da época.”(Saldanha lensen, 2014, p. 49)

As silhuetas femininas têm em cada época seu fascínio e idolatraram na mesma medida a prisão social a que estas estão destinadas e refletidas nas peças destinadas ao uso íntimo. Acentuando características consideradas atraentes, relacionadas com a fertilidade, que foram enfatizadas e exageradas na procura do ideal de beleza e sensualidade.

“Desde a Antiguidade, o busto e a cintura feminina já tinham algum tipo de suporte, que eram normalmente faixas de tecido amarradas ao corpo. Na Idade Média, essas amarrações se tornaram mais firmes, e os tecidos mais rígidos, mas foi a partir do século XVI da Idade Moderna que a forma que conhecemos hoje começou a ser definida.” (Araujo & Schemes, 2011, p. 2)

Transitando também assim *“de peças feitas totalmente em algodão a peças dotadas com rendas e fitas”*(Gracino Viana, 2013, p. 17) confirmando a sua elevada relevância, desempenha mais do que a simples tarefa de roupa íntima. *“Logo, as roupas íntimas estão longe de servir apenas para manter a higiene e conforto da mulher, são artefactos de moda, de segurança e identidade pessoal.”*(Gracino Viana, 2013, p. 20)

Usadas diariamente na vida pública, estas nunca deveriam ser vistas. No século XVI é popularizada a peça de lingerie mais conhecida na história da moda íntima, o obrigatório espartilho, que significava mais do que a beleza ideal desejada. O espartilho retratava um elevado nível de reputação social. *“Seu próprio espartilho, além de manter seu corpo devidamente coberto, servia como uma garantia de pudor, uma vez que necessitava da ajuda de outra pessoa para ser colocado ou retirado, que poderia ser um criado ou o próprio marido.”*(Bueno Fernandes, 2010, p. 30)

“Desde o seu surgimento, durante a Renascença no século XVI, até o seu declínio, no início do século XX, o uso do espartilho na moda vigorou praticamente em todos os momentos destes 400 anos de história da moda ocidental. Uma das peças mais importantes da história da moda, provavelmente a mais controversa delas, o espartilho foi e ainda é símbolo de sensualidade.”(Pereira, 2009, p. 2)

Esta peça tinha como função promover os seios e marcar a cintura de acordo com o ideal de beleza da época, a sua utilização transportava significados ambíguos. A sua importância, e

adoração social levou a que a sua permanência durasse quatro longos séculos, até ao soutien que vigorou sobre o prisioneiro da silhueta da mulher. “*Entretanto, os médicos não puderam evitar o fascínio exercido pela moda sobre o sexo feminino, não demoveram as mulheres de seguir a moda*”(Araujo & Schemes, 2011, p. 30) Apesar das inúmeras mortes provocadas por esta peça que sufocava e torturava a mulher, foi usado como criador do género feminino débil da época.

“*O argumento para apertar o corpo das mulheres era que para uma moça crescer bonita e se tornar uma mulher elegante e dócil ela devia ser apertada pelo espartilho, o fascínio pela silhueta de ampulheta era um padrão de beleza amplamente difundido em toda a sociedade.*”(Pereira, 2009, p. 3)

Os adornos, para além de ornamentar e enfatizar zonas delicadas concretas do corpo servia também como proteção e meio de conseguir atenção sobre elas. Dessa forma moldava a mulher aos ideais físicos da altura. A roupa íntima da mulher era estruturada, oferecendo pouca liberdade e expressão pessoal

Até à época a lingerie era utilizada apenas por mulheres da corte, sendo um privilégio que não estava acessível a todas as mulheres, tão pouco se adaptaria às necessidades de outro estilo de vida que não o ocioso.

“*As mulheres da corte e as bailarinas foram as únicas que durante muito tempo usavam aquilo a que hoje apelidamos de cuecas, embora num formato, modelo e tecidos totalmente distintos.*”(Castanho, 2005, p. 2) Só após o século XVII se libertou moderadamente a silhueta íntima, quando as hastes dos espartilhos de metal e madeira são substituídas por barbatana de baleia.

. “*Algumas mulheres de fato vivenciaram o espartilho como um ataque ao corpo. Mas, o espartilho também tinha muitas conotações positivas, status social, arte, autodisciplina, respeitabilidade, beleza, juventude e fascínio erótico*”.(Bueno Fernandes, 2010, p. 10)

É perceptível a igualdade entre a demorada evolução da roupa interior e da identidade pessoal da mulher, vivendo séculos com o corpo e a mente oprimidos.

“*Apertados ao extremo com cordões e estruturados com hastes metálicas e barbatanas de baleia, os espartilhos restringiam enormemente os movimentos das mulheres (SENAI, 2014). Refletiam as funções sociais femininas da época, onde as mesmas estavam apertadas, amarradas a seus papéis de mãe, donas de casa e esposas de seus maridos, confinadas ao ambiente domiciliar*”(Camara et al., 2016, p. 5)

A falta da libertação física devia-se também ao facto de existir uma representação social que permitia a ostentação sexual de forma aceite pelos indivíduos demais. “*Por volta do século*

XVIII, a roupa íntima começou a concentrar o interesse sexual.”(Gracino Viana, 2013, p. 15)
Os decotes começam a ser cada vez mais insinuados e profundos com a ajuda dos espartilhos que começam a comprimir a base do seio.

“A partir deste século o vestuário começou a ser visto como uma forma de distinção entre as várias classes sociais. As roupas apresentavam-se em diversos modelos e formas, sempre em constante criatividade, (...) A lingerie apresentava-se com cores claras, com alguns adornos e confeccionada muito mais detalhadamente.”(Castanho, 2005, p. 2)

Consciente da nova abordagem que a lingerie estaria a sofrer, a mulher começa a valorizar o seu corpo de acordo com a procura de posição social que não possuía antes. A mulher alterou a forma de ver o seu corpo, alterando também a forma como o vestia para si, já que, *“as lingeries passaram, ao longo do tempo, a serem consideradas símbolos de “status” e luxo(...).”*(Saldanha lensen, 2014, p. 10)

“(...)o século XIX inaugura uma nova forma de se lidar com as roupas íntimas. Com a popularização dos jornais de moda, das rendas e dos bordados vindos de Paris, a lingerie passa a ocupar grande destaque na moda feminina. O espartilho passaria a ser o grande representante de toda esta evolução na moda íntima feminina.”(Gellacic, 2013, p. 2)

A Revolução Industrial e a Democratização da moda proporcionaram a todas as mulheres da época, acesso a uma peça íntima que outrora pertencia apenas a classes com mais poder financeiro, servindo todo o público feminino, transformando-as fisicamente, representando a feminilidade e moralidade máxima.

“Ao longo do século XIX, a silhueta do corpo espartilhado era sinal de respeitabilidade, conotava autodisciplina, requeria uma postura excelente, além disso, a cintura fina ressaltava os seios e os quadris do corpo, atributos relacionados à função da mulher, a reprodução. (...)a mulher assume identidade e papéis na sociedade, inseridos em seu corpo.”(Bueno Fernandes, 2010, p. 25)

Com a evolução da liberdade social pela qual a mulher foi lutando, vão também evoluindo as relações que a mulher mantém com as suas vestes íntimas. Procurando uma nova forma de vida mais liberta, o espartilho acaba por desaparecer como peça exigida na roupa íntima diária da mulher.

4.3. MILÉNIO DA EROTIZAÇÃO

O século XX apresenta-se como um novo século, sendo o mais influente no aspeto de erotização da mulher, trazendo mudanças físicas que moldam a forma como o corpo da mulher é apresentado perante a sociedade. *“A partir deste século, a roupa interior feminina começa a ser vista verdadeiramente como um objeto que pode atrair e tornar o corpo feminino mais sensual”*.(Ana Lúcia Pires Correia, 2012, p. 6) Quebrando a valorização tradicional da posição socialmente que outrora ocupava, a lingerie mostra-se o aliado leal da mulher na sua luta pela afirmação de identidade, atitude e sedução.

” O início do século XX apresentou-se com outra visão e mentalidade relativamente à lingerie. É aqui que a lingerie começa a ser encarada como algo verdadeiramente sensual e que, além dessa característica, exigia um elevado grau de conforto. “(Castanho, 2005, p. 2)

A libertação da mulher passou também pelo seu corpo, é durante os anos 10 que a mulher perde as curvas que desenhou durante séculos, influenciada pelo contexto da Grande Guerra que se transformou e redesenhou silhuetas e mentalidades. *“Assim, o figurino feminino passou de frágil para funcional (...) de modo a constituir uma silhueta que não mais valorizava o corpo ”(Gostinski, 2009, p. 49)*

A moda íntima ditava um corpo esguio sem a voluptuosidade exagerada do século passado, a prosperidade que os anos 20 trouxeram para a mulher permitiram um novo olhar sobre o seu corpo que era decorado com combinações, calções íntimos, soutiens sem estruturas e em materiais leves com transparências que suscitavam a nudez, dominando novamente o corpo com outra visão erótica. Outra peça de lingerie que se torna bastante popular nos anos 20 é o cinto de meias, e o soutien que fora transformado numa faixa simples.

“Nesta época, surgiram também shows de striptease e de can can, que através de um forte caráter sedutor, utilizavam-se das lingeries como substitutos para a nudez”.(Gellacic, 2013, p. 3)



Figura 1- Lingerie anos 20 -Catálogo da Dickins & Jones 1927(Fonte:(<https://www.pinterest.pt/pin/488288784593248195/>) visitado em 8/03/2018

A silhueta, ao contrário da citação de Gostinsky, continuava a valorizar o corpo, estando agora livre dos estereótipos físicos exigidos no passado. No final dos anos 30 com a Segunda Guerra a lingerie da mulher teve cada vez mais uma maior preocupação com o pragmatismo, emancipando a sua independência física e psicológica. Então, figura da mulher não tem uma silhueta forçada desenhada, cenário que se manteve até meados da década de 40.

“Com o final da Segunda Guerra Mundial, o New Look do costureiro Dior, lançado em 1947, propunha a volta da elegância e dos volumes perdidos durante o período da guerra. Para acompanhar a nova silhueta proposta pelo costureiro, a lingerie precisava deixar o busto bem delineado e a cintura marcadíssima. Surgiram os sutiãs que deixavam os seios empinados e as cintas que escondiam a barriga e modelavam a cinturinha. Data de 1950 a invenção da lycra, o “fio mágico”. Adeus pinças, recortes, fechos e colchetes: a lycra pode se associar a materiais mais finos como seda, tule e renda, ajustando-os perfeitamente às curvas do corpo.”(Saldanha lensen, 2014, p. 59)

O sucesso do new look transforma a mulher com o glamour que perdera no início do milénio, *“Essa silhueta extremamente feminina e jovial atravessou toda a década de 50 e manteve-se como base para a maioria das criações desse período.”*(Gostinski, 2009, p. 68) A

popularização do corpo feminino, com a lingerie na segunda metade do século XX, atende a uma enorme erotização influenciada pelas musas que imortalizaram a sensualidade e sexualidade da mulher.

“Um dos grandes responsáveis por este processo de erotização do corpo foi a prostituição e a crescente média da época”(Camara et al., 2016, p. 6) O soutien em forma de cone estruturado torna-se a grande tendência nos soutiens, as populares cuecas ganham a forma tradicional nesta década e, é introduzida a cinta elástica que oferecia a feminilidade que se procurava considerando desta vez a sua liberdade e conforto.

“A década de 50 teve como elemento forte a enorme importância conferida à „beleza“. Uma vez que havia terminado a escassa sez de cosméticos do pós-guerra, as mulheres agora exibiam sobrancelhas arqueadas, muito batom nos lábios e diversos tons de sombra nos olhos. O luxo predominava: peles, cashemire, mohair e uma profusão de jóias.”(Embacher, 1996, p. 49)

A década responsável pela dissipação da lingerie graças aos meios de comunicação, permitiu a todas as mulheres possuírem uma peça secreta (lingerie) de modo a preencherem os requisitos de beleza impostos. É também nos anos 50 que o luxo se encontra acessível a toda a população, bem como o seu significado.” *O luxo surge do julgamento de alguém sobre o valor de um objeto, não do objeto em si.*”(Magalhães Oliveira, 2009, p. 24)



Figura 2-Publicidade FormFit anos 50. (Fonte: <https://www.pinterest.pt/pin/511299363931414714/>) visitado em 15/03/2018

“As lingerie serão de extrema importância neste processo, afinal, além de tornar se cada vez mais um produto consumível, iria evidenciar, delinear e insinuar as formas femininas. Nesta mesma época, a indústria de Hollywood e suas musas como Marilyn Monroe, vão ser importantes ao disseminar uma nova figura de mulher ao mesmo tempo sedutora e ingênua. Com todos estes fatores, torna-se evidente que pouco a pouco as representações de mãe/esposa/dona-de-casa e prostituta vão sendo mescladas e até combinadas. Através das evidências do corpo feminino nos meios de comunicação, pode-se perceber uma gradativa erosão nas antigas funções de cada uma das representações femininas.”(Cruz, Augusto, Vieira, & Natt, 2012, p. 5)

4.4. REVOLUÇÃO E LIBERTAÇÃO SEXUAL

Os anos 60 apresentam uma visão jovem e revolucionária que mudaria a atitude da mulher da segunda metade do século XX. Apresentando a tendência erótica que seria a de desnudar o corpo feminino de forma provocativa, a indústria da moda íntima explorou desde então uma das escolhas da mulher até ao momento.

Lutando por mudança surge a revolução sexual, um movimento que promete a libertação feminina entre outros temas. Em especial a luta pela igualdade individual, processo que durou até à década de 70, altura em que a revolução é como luta contra a censura, acelerando o processo de disseminação sexual.



Figura 3- Apresentação de lingerie leopardo na revista de moda Vanity Fair (1962) (Fonte: <https://www.pinterest.pt/pin/30047522498123844/>) visitado em 30/03/2018

“Aos poucos essa imagem frágil e delicada deu espaço a uma mulher mais firme, batalhadora e profissional, obviamente sem perder os seus encantos, como a feminilidade e a beleza(...)A imagem da mulher passa do recato absoluto à posição de dominadora e isso é um reflexo da liberação sexual, da inserção da mulher no mercado de trabalho e da perseguição pela beleza e boa forma.”(Mendes Araújo Vieira, 2006, p. 16)

A lingerie abandona o papel voluptuoso e extremamente sedutor que tivera nos anos 50 onde representava um ideal de comportamento e aparência feminina. Assim, a roupa íntima feminina passa de uma função fantasiosa para se retirar do cotidiano da mulher ou, se ainda era consumida, a sua presença contava com uma enorme discrição.

“Com a revolução sexual dos anos 60 e 70, as mulheres se permitiram não usar mais os sutiãs, último símbolo de repressão (...)A moda era seios pequenos e atitude, que trouxeram sutiãs naturais, leves e transparentes, dando a impressão de nudez.”(Castanho, 2005, p. 23)



Figura 4- Publicidade anos 70 Triumph(Fonte: <https://www.pinterest.pt/pin/239183430193328747/>) visitado em 30/03/2018)

A representação ideal dos anos 70 era a mais natural possível, com a exclusão de lingerie que insinuasse mais do que os traços naturais, reduzindo o tecido e valorizando o corpo natural e próprio do ser feminino. Na publicidade acima é possível verificar a missão que a lingerie promete, a de não ser vista ou sentida de acordo com os ideais da década.

“1970. O forte são as transparências na lingerie. Tecidos mais finos e no começo da década, a moda dos estampados. A volta dos bordados e das rendas. O climax do biquini e da tanga;

seios naturais e a maior descoberta da década: os sutiãs moldados, eliminando as costuras e pregas dos bojos.”(Castanho, 2005, p. 16)

A nudez do corpo começa a surgir, mostrando uma enorme vontade de mudança sobre os valores praticados e exigidos anteriormente. Os anos 80 procuram atingir o auge erótico nas lingerie, satisfazendo a vontade feminina e, conseqüentemente social. Há a presença de um erotismo superior na lingerie, trazendo conceitos agregados como é o caso do fetichismo.

“A partir dos anos 80, a indústria de lingerie viveu uma verdadeira explosão de tecnologia com a surgimento da lycra, que pode ser confeccionada com materiais mais finos e delicados. Combinada em pequenas proporções com qualquer fibra natural, a lycra permite o ajuste perfeito. A última grande mudança no conceito do sutiã foi a "outwear", usado para fora, na forma de bodys, bustles, corpetes como roupas de sair.(...)”(Castanho, 2005, p. 8)

Começa uma nova década, conhecida pelos excessos e liberdade ostentada, assim é possível observar que a lingerie dos anos 80 já não pertence só ao mundo íntimo, pelo contrário, as roupas íntimas começam a surgir como peças banais que podem ser usadas exteriormente e, aos olhos da sociedade . Tal mudança foi vista com enorme agrado, o regresso do glamour e ostentação estava de volta na roupa íntima da mulher.

“ Ela é vista além da proteção das partes íntimas e está ligada com o sentimento de bem-estar, caminhando em paralelo com a parte psicológica. Também se verificou que a moda e a lingerie são formas de construção de identidade e reafirmação, mostrando que a mulher realmente se sente confiante ao usar peças novas, que a deixem mais bonita.”(Bueno, 2017, p. 6)

Balenciaga, Gaultier, Gucci , McQueen, Versace e Elie Saab foram os designers que mais promoveram o erotismo nas suas criações, sendo aliados da mulher nas suas criações, abordando a sensualidade, exposição, romance, ilusão entre outros

“A década dos “excessos” apostou nos sutiãs “big bang”, que dividiam espaço com modelos criativos, com cores, estampas e texturas inovadoras. Graças à revolução têxtil, à lycra, às microfibras e às rendas em todos os estilos imagináveis (do étnico ao camponês romântico), os sutiãs conquistam refinamento e conforto inigualáveis. O sutiã cônico outwear, lançado por Jean Paul Gaultier, faz sucesso no corpo de Madonna durante a turnê Blonde Ambition. Na década de 80 a cantora Madonna consagrou a exposição da lingerie, usando sutiãs, corpetes e cintas-ligas como roupas, e não mais como underwear (roupa de baixo). O público feminino adotou a ideia e a explora até hoje.”(Saldanha lensen, 2014, p. 60)



Figura 5-Fato e corpete, desenhado por Jean- Paul Gaultier para Madonna usar na "Blond Ambition" Tour Mundial (1990) (Fonte: <https://www.pinterest.pt/pin/67413325643229251/>) visitado em 30/03/2018

Contrariando o movimento feminista, a lingerie explora agora novos temas como o fetiche, e sadomasoquismo, diretamente ligados. A importância do novo conceito sexual chique enquanto objeto de estudo entre os artistas responsáveis pela moda, deriva da capacidade de transformar uma proibição em desejo de possível acesso aceite socialmente, já que se deseja pluralmente. O fim da década de 80 fica registado pela popularização do interesse geral, necessitando de alguma forma de traduzir esta vontade de conhecer.

“O fetiche evoca imagens de “sexo bizarro” que chamam atenção para peças do vestuário como: saltos altos, espartilhos, objetos fálicos, tatuagens, materiais de couro, borracha, renda, veludo e de cores fortes e brilhantes como o preto (associado ao poder, ao mal e ao mistério) .”(K. Silva, Assis, & Lopes, 2012, p. 3)

A artista Madonna foi uma enorme e positiva influência para esta nova apresentação da lingerie. Atuando na obra-prima de Gaultier de fato e casaco sério em tecido de giz, harmonizado com um corpete romântico, sensual e provocante com os ícones seios em forma de cone. Expondo pela primeira vez o adorno mais íntimo e pessoal da mulher como parte integrante do ser, Madonna foi o modelo que exibiu em lingerie o arquétipo do êxtase

criativo íntimo do século XX, porém contra todas as expectativas em rosa, atenuando a “gravidade” do discurso apresentado.

“Ao promover o conceito de roupa íntima como roupa comum, Gaultier transformou o corpete em um dispositivo erótico de emancipação (...) subverteram as ideias tradicionais de sedução e feminilidade ao projetar o corpo feminino em um espaço público-menos relacionado à excitação sexual e mais à autoapresentação agressiva.”(Fogg, Marnie,(2013) pág.131)

A mulher do século XXI compreende a lingerie daí por diante como parte fundamental do ser feminino completo, a relação erótica que mantém é assumida fundamentalmente. A roupa íntima é oficialmente liberta e usada como uma peça de vestuário exterior, alterando a função primitiva de não poder ser vista. Esta nova abordagem de significados que vão muito além do aspeto simbólico físico, é objeto de estudo sobre a sua atuação que detém aspetos abstratos complexos .

“Dos anos 90 até os dias de hoje, a lingerie, assim como a moda, não segue apenas um único estilo(...) Os sutiãs desestruturados dividem as mesmas prateleiras com os modelos estruturados. Tecidos naturais, como o algodão, são vendidos nas mesmas lojas de departamento que os modelos com tecidos tecnológicos.”(Ticianel, 2007, p. 25)

O vestuário feminino passa a integrar a lingerie no vestuário exterior e urbano, com variedade de escolha. Sem perder a conotação sensual e erótica que lhe é genuína, a moda íntima encontra novas possibilidades de comunicação ,interpretação e , acima de tudo liberdade de expressão conseguida através da perseverança e resiliência de género para uma consideração justa sobre a expressão individual de cada uma. Há a possibilidade de oferecer algo para vestir os diversos desejos.

A grande liberdade da vontade e corpo da mulher traduz-se na menor peça de vestuário , que se transpõe em diversos conceitos. Por isso “lingerie” é uma característica que a mulher decide usar em determinada situação como meio de proteção e projeção da sua vontade. Peças popularizadas pela prostituição pelas características sexuais e sedutoras mostram a integração dessa personalidade da mulher sem que, nas vivências modernas, sofram de atribuições negativas pelo seu gosto pessoal de embelezamento das suas zonas sagradas e íntimas, como espaços especiais para a comunidade feminina ocidental que dispõe de diversas oportunidades de se expressar intimamente.

“(...) a lingerie ganhou muito espaço no mercado de moda, que hoje muitas vezes é usada à mostra, como roupa. Ela atribui essa mudança pelo fato da lingerie ser uma peça exclusiva de uso feminino, uma forma de reafirmação do eu como mulher e para exaltar o poder de sedução que a mesma tem.(...) a lingerie tornou-se um artigo que demonstra diretamente a

personalidade da mulher, o seu estado de espírito, o grupo a que pertence e que contribui diretamente para a elevação da sua autoestima.”(Bueno, 2017, p. 5)

Um dos fatores que une tão vigorosamente a lingerie e a mulher é a capacidade de a fazer sentir desejada, confortável e confiante com o seu corpo, ainda que escolha manter as roupas íntimas escondidas de olhares, elas são um suporte para a afinidade e reafirmação pessoal com o seu percurso social de estar guardada assegurando a sua reputação e estatuto perante quem se apresenta.

A preocupação de vestir o corpo duas vezes de formas diferentes diariamente mostra o destaque que é dado naturalmente ao corpo, cobrindo dois tipos de nudez mostrando uma necessidade cultural de vestir para nos sentirmos visíveis. A partir do momento em que se encontra inserida será aceite e possivelmente pensada de forma erótica.

“ (...)a lingerie pode ser muito mais do que uma simples peça de vestuário, caracterizando-se como um sinalizador que compreende um conjunto de perceções e sentimentos, tais como sensualidade ,autoconfiança, desejo, vaidade ou simplesmente luxúria (...)”(Cruz et al., 2012, p. 4)

A roupa íntima contribui para a afirmação da identidade máxima feminina por ser uma indumentária criada apenas para si, com o intuito de realçar os seus atributos da fertilidade e capacidade de gestação, exclusivos do género.

Conseguindo uma estimulação de pensamento sobre que personalidade, a lingerie veste no momento, a tentativa de adivinhar o que envolve a nudez e ao mesmo tempo ser uma resposta que só a mulher sabe presenteando o seu intelecto com uma experiência reforçada sobre a sua confiança absoluta. Após a sua função prática de proporcionar o conforto físico corporal, a intenção real das peças são as de agregar poder e confiança quando utilizadas promovendo um carácter e identidade forte que a mulher detém.

Por ser uma criação humana é-lhe atribuída a notoriedade da criação e, embora a sua existência se justifique pela necessidade prática, não foi apenas essa a função que cumpriu, é de fácil observação a importância como determinadas peças pertencentes ao discurso íntimo, rotulado como meio de sedução e erótico. A sua origem envolve a vida da mulher desde a antiguidade, como uma proteção, item luxuoso originalmente, oferecendo pouca liberdade e todo o poder de sedução que provocou um desequilíbrio entre a falta de consciência e conhecimento sobre o corpo e como o vestir.

“Ainda sobre a expressão feminina dentro da moda, a lingerie também pode ser vista como uma forma de comunicação e é carregada de simbologias. Isso demonstra de alguma forma que a mulher é única, distinguindo-se assim das outras pessoas ou mesmo de outras classes sociais. Seu consumo e seu uso aparecem como uma maneira de satisfazer necessidades psicológicas, refletindo na autoestima e na autoafirmação de identidade do indivíduo.

A lingerie reflete os ideais femininos de cada época, bem como os papéis exercidos pelas mulheres na sociedade. Por estar em contato direto com a pele, sempre representou mais que uma proteção às partes íntimas, extrapolou tabus e serviu como instrumento de opressão do corpo para artifícios de sedução”(Bueno, 2017, p. 5)

Revelando uma preocupação social superior em manter a fantasia da sedução, quando surge a auto valorização que outrora não havia, surge a preocupação de se vestir corretamente ganhando símbolos e estatuto.

O século XX é, aquele que encara a lingerie como essencialmente sensual alterando a forma de pensar o corpo de forma exaustiva ao longo das épocas. As tendências de silhuetas encontraram diversas expressões sociais eróticas como as formas andrógenas, voluptuosas, transparentes, reduzidas, justas e até públicas, são algumas das manifestações apresentadas corporalmente. O corpo da mulher foi vestido de acordo com a necessidade da mesma em conformidade com o período em que viveu.

Daí para a frente a lingerie foi vista como um item fundamental para o equilíbrio físico e psicológico do corpo feminino. Com a enorme conquista no espaço público foi possível acrescentar uma nova característica que é pensada de forma inevitável sensual e erótica ligada ao carácter.

CAPÍTULO 5.

MODO EXIBIDO

“(...)é necessário expor que, tanto arte, quanto moda são produtos do fazer humano capazes de provocar as sensações catárticas do sublime oriundas da beleza. É sempre com a mesma faculdade de juízo, que julgamos o belo, e não há como separar a pura sensação da beleza em distintas ocasiões estéticas.” (Acom, 2010, p. 276)

A mulher tem uma relação aprofundada com os meios indumentários que a cobrem, proporcionando uma sensação de prazer quando usa os correspondentes à personalidade que projeta. Mais do que uma expressão social, o prazer é uma sensação benéfica obtida através de variadas formas, descrita como uma experiência extremamente subjetiva, pela sua unicidade.

Com a moda, esta encontra um novo prazer, repartido por várias ramificações que se ligam, desde o seu símbolo, tempo, lugar e estatuto. Sendo um momento efêmero, possui uma procura constante, e se a lingerie fora desenhada para satisfazer a mulher simplesmente, as restantes indumentárias sempre fortaleceram a dependência de ambos tendo a mesma influência no quotidiano dela, não é só a lingerie que detém um papel erótico e sedutor. Qualquer peça de roupa tem um significado de atração, quando vestida a sua identificação pode ser notável, se for essa a intenção de quem a usa.

5.1. TRAJAR PRAZER

“Estilistas e Designers de Moda passam a ter que atender e se adequar a esta nova realidade para sobreviver no novo mercado de trabalho(...) o conceito de beleza, indica o bonito, hoje, como mais valia. Isto é, a beleza reduziu-se a fetiche, valor pensado na figura do imediato, relevante. “(Kratz de Sousa, 2010, p. 52)

Com a escolha liberta de adornar o corpo, a mulher passa primeiro a vestir e decorar o seu “eu” físico para si, de acordo com as suas exigências e projeções pessoais, só depois para as suas semelhantes. Para que essa ação de deleite pessoal e coletiva fosse possível de suceder foi necessária a presença e reconhecimento do trabalho esplêndido daqueles que se dedicaram ao prazer de vestir, os criadores de Moda. Especialistas na análise do gosto feminino através da arte de vestir, proporcionando novas sensações e significados que aspiravam ser vestidos e expostos pela mulher.

Data ainda do século XIX, este reconhecimento que foi possível até aos dias de hoje graças a Charles Frederick Worth, um costureiro inglês que ficou célebre por ter trazido a moda à luz lutando pelo reconhecimento da arte que é a moda ao nível de todas as demais.

“No Outono de 1857, Charles Frederick Worth inaugurou na rue de la Paix, em Paris, uma loja/laboratório em cujo letreiro se lia: “Robes et manteaux confectionnés, soieries, hautes nouveautés”. Ao abrir a sua loja, Worth inventou a Haute Couture e transformou, de repente, o alfaiate, «artesão “repetitivo” e tradicional, num criador, “génio” artístico moderno (...)Ao fazer isso, pretendia afirmar «o princípio de que o alfaiate, e não quem veste o vestido, é o verdadeiro senhor da Moda e, portanto, não trabalha à ordem de um cliente, por mais ilustre que seja, satisfazendo sobretudo os desejos, os gostos e as idiossincrasias desse» . Fez com que, pela primeira vez, o alfaiate não fosse o servo da casa, mas «uma espécie de artista, um empresário autónomo que pode negociar com quem quer que seja no mercado e que não precisa de agradar a ninguém, pois decide ele o que irá agradar a todos» .”(Baldini, 2006, p. 8)

Devido ao trabalho e dedicação de Worth, a profissão dos quase invisíveis artesãos passa a ser um espetáculo a que toda a mulher quer pertencer. Para a ocorrência do prazer, os mestres da moda foram e são importantíssimos para a tradução da vontade feminina social. É importante atribuir louvores aos pintores da comunidade, traduzindo o espírito de uma época num coordenado que iria pertencer ao discurso social, político e económico, atuando diariamente com diferentes vozes.

“ O vestuário foi o primeiro a enraizar radicalmente a lógica da mudança, a exemplo das metamorfoses de estilos e ritmos precipitados no modo de vestir que podemos observar ao longo dos anos. O que não exclui outros segmentos, pois paralelamente, em velocidades diferentes, outros setores também foram atingidos pelo processo de moda: os objetos de decoração, os artistas, os cosméticos, as obras culturais.”(A. B. Rodrigues, 2011, p. 14)

Portanto a moda e o prazer que presenteia não engloba apenas a parte física mas também, e maioritariamente mental. Usar uma peça desenhada por um artista terá um peso superior na experiência vivida pela mulher, está a servir-se da expressão artística entendida pelo mestre de Moda, especialista na tradução de identidade social. Uma vez reconhecida tão tardiamente, a emancipação da moda, assim como a da mulher percorreu um longo e vagaroso caminho até chegar à sensibilidade estética que hoje é possível atribuir.

“Como sabemos, o termo estética vem do grego aísthesis que significa sensação, sensibilidade. A idéia de sensibilidade, por sua vez, acolhe tanto a sensação, que remete a uma condição individual, quanto o sentimento, que pressupõe uma adesão comunitária.

Desde já nos de- frontamos, portanto, com uma situação ambígua, na medida em que envolve um modo de ser “afetado” que é individual, mas quer ser partilhado.(...)

O processo da arte na produção está relacionado organicamente com o estético na percepção (...). Até que o artista esteja satisfeito com a percepção do que está fazendo, continua formando e reformando. O fazer chega a um fim quando seu resultado é experimentado como bom - e essa experiência vem não por mero juízo intelectual e externo, mas na percepção direta.”(Cidreira, 2008, p. 49)

A capacidade de percepção de um designer é composta por inúmeras fases de investigação e pesquisa, que, por ser projetada em torno do discurso coletivo tem de possuir todas as qualidades e atributos existenciais. Quando Duarte escreve que “ *todos os fenómenos sociais são a qualquer nível obra da vontade coletiva*” (L.Duarte, 2004, p.33)” resume de forma perspicaz a vontade de saber e cumprir com a ordem social do que é belo e nos provoca prazer.

“Para o público, em geral, moda é vestuário. E é compreendida apenas através de abordagens puramente estéticas. A verdade é que a moda é mais evidente através do vestir. “Nada mais arraigado em nossa própria cultura do que o ato de vestir o corpo” (CIDREIRA, 2006. p. 13).

Ainda que as convicções diferenciem singularmente quando se trata de moda, a necessidade de pertença que a mulher em especial procura reflete o ideal de cada época necessitando de alguém que as vista e apraz. Cidreira (2006) compreende o egocentrismo da moda em diversos níveis para além do vestuário, no entanto aponta-o como aquele que mais identificação proporciona sendo uma troca de ideias claras e de fácil compreensão reforçando a ideia da necessidade de sentir o olhar coletivo em cima das suas vestes fazendo-se exibir para o corpo social.

Os atos de cobrir e adornar o corpo são uma arena distinta do experimento estético e visual, pois admite, através da posse e assimilação de peças e itens de vestuário, a utilização de uma imensa gama de significações que atuam na subjetividade dos indivíduos, todos os dias. “A moda, por sua vez, é o que está subterrâneo a este ato, como agenciador que impulsiona, qualifica, seleciona e ressignifica a ação do parecer” (SANT’ANNA, 2005, p. 107). “(Campos, 2010, p. 172)

A relação dependente que a comunidade partilha com a do adorno e moda é a de se sentir notada e percebida no seu meio, um mecanismo de apresentação e distinção. Conscientes de que sem qualquer adereço físico não possuíam identificação, não seriam consideradas, estrategicamente envolvidas no corpo adorado. Levando à conclusão de que sem o corpo feminino, as roupas e o erótico a moda não poderia acontecer. Portanto, a invenção do prazer

passa por captar sensações exteriores sendo transformadas especialmente no interno do indivíduo, conhecendo o seu “eu” que procura apresentar exteriormente.

(...)Ou seja, o vestuário funciona como uma variável do que a autora se refere como “moda subjetiva”, de modo que possui papel de extrema importância no processo de construção do sujeito - individual, pessoal e particular - mas que, ao mesmo tempo, é de caráter relevante para a relação com o outro. A subjetividade circula nos conjuntos sociais.”

O prazer acaba por ser algo que alguém definiu como o belo ideal, de acordo com as projeções pessoais de alguém, do verdadeiro prazer que abrange uma comunidade. Sendo um reflexo que merece atenção e estudo, sendo considerado na moda como a afirmação mais completa e real do prazer que a mulher procura como meio de fantasia que coloca na sua vida inspirada nas imagens que consome onde há promessas de um realizar de todos os desejos que poderá contruir.

A procura do prazer é um tema explorado dentro do erotismo, e ainda que o erotismo feminino procure outras satisfações que não semelhantes às masculinas, também ela é uma fantasia que quer ser realizada, é o lado obscuro que permanece enraizado na cultura de consumo que oferece a possibilidade de experienciar todas elas.

“ A moda é esse ethos consumado da sociedade moderna. Sociedade do prazer, do lazer e do desencanaie, do prazer de ver e ser visto.(...) A aparência torna possível ser e existir, numa sociedade na qual impera o mito da imagem”(Campos, 2010, p. 177)

5.2. MODA E EROTIZAÇÃO

“ Acredita-se que a moda é um fenómeno social, que age de acordo com o tempo, descrevendo aquilo que é aceite, adquirindo padrões e estilos através do mercado consumidor em sua grande massa, contribuindo para a diferenciação social.” (Treptow, 2005)

Sendo o tecido e os adornos como uma segunda pele, são também uma linguagem muito própria. Estes exercem sobre o corpo, alterando a sua forma de se apresentar e conhecer, o reconhecimento da sexualidade como dispositivo humano constante, foi preciso incorporá-lo como característica natural e importante para o comportamento de uma sociedade, sendo indispensável como objeto de estudo inserido na sociedade liberal dos dias que correm.

“Naturalmente é impossível satisfazer todos os requerimentos de uma vez só (...) Por isso, enquanto discurso, acontece frequentemente que não conseguimos dizer exatamente o que queremos porque não temos as “palavras” certas.”(Lurie, 1981)

Assim a relação com a indumentária existe em todo e qualquer registo sobre a vida, em especial a das mulheres. Carregada de símbolos, códigos e honras vemos a sua evolução sempre em volta de um corpo, o sedutor e misterioso corpo feminino. Esta quando possui um vocabulário de vestir limitado estará a representar-se de forma incorreta, de tal ordem que lhe foi dedicada uma obra lírica pelo autor contemporâneo Roland Barthes, onde a semântica da moda é analisada bem como o discurso da moda, sendo uma referência para vários investigadores da área.

“Roland Barthes classifica o vestuário como objeto de comunicação, nos mesmos termos em que Balzac, em As Filhas de Eva, reconheceria que o vestuário era para todas as mulheres <uma expressão constante do pensamento íntimo, uma linguagem, um símbolo>” (Magalhães Oliveira, 2009, p. 145)

A moda torna-se um fenómeno devido à sua unicidade, afirmando ser a base da formação social e histórica. Apesar de estar limitado a um determinado tipo de sociedade, a duração de satisfação é também limitada de acordo com a tendência do gosto convencional de um determinado ciclo.

“(…) a moda não está ligada apenas a um objeto determinado mas é, em primeiro lugar, um dispositivo social, caracterizado por uma temporalidade particularmente breve, por reviravoltas mais ou menos fantasiosas, podendo por isso afetar esferas muito diversas da vida coletiva.”(Lipovetsky, 1987, p. 45)

Denota-se também no percurso de descoberta de identidade pessoal com a moda uma imposição inevitável da atração física dentro dos costumes corretos sobrepostos, a fantasia a que a mulher sujeita o seu corpo confirma a erotização presente na sua apresentação exterior possível através dos adornos empregados.

Tendo em conta que apenas no século XIX a moda chegou a todas as pessoas, o mesmo sucedeu com a erotização. O costume da imitação é um dos principais incitadores na procura do prazer da vivência. As mudanças que a moda sofre leva a um reforço de distinção da mesma para a salvação da verdadeira auto estimulação.

*“Nesse sentido, a moda é um sistema que segue o vestuário e o tempo, que agrega o simples uso das roupas no dia a dia a um contexto bem maior, político, social, sociológico. Sabe-se que a moda pode regular maneiras de vestir, pentear etc. A palavra moda vem do latim *modus*, que significa modo, maneira. Em inglês, moda é *fashion*, corruptela da palavra francesa *façon*, que também significa modo, maneira”*(Leão Teixeira, 2015, p. 2)

Este modo de agir revela a parte bárbara dos seres civilizados e dominados femininos, nas suas características divisórias entre as maneiras públicas e privadas, sendo que não se deveriam apresentar combinadas. A dualidade que a moda, mulher e erotismo possuem são idênticas porque se encontram dependentes entre si para que cada uma possa ser representada com exatidão.

Havelock Ellis (1977) (citado por Alberoni) defendia nas suas obras que as mulheres possuíam um erotismo cutâneo extraordinário. Fazendo referência à pele já como uma zona erógena e todos os produtos que a serviam dirigiam-se ao erotismo. O corpo feminino sempre foi alvo de admiração e essa evoluiu, enriquecida com a anunciação da moda. Seguindo esta linha de pensamento, Beatrice Faust (1981) afirmava que a indústria da Moda, destacando perfumes, roupa íntima, soutiens e saltos altos, constituíam um conjunto de estímulos autoeróticos. Um processo de observação e compreensão, que o vestuário como exemplo ilustrativo da possibilidade erótica, que surge como uma descoberta que ainda não foi totalmente absorvida.

“O sector do erotismo feminino estende-se também (...) os trabalhos sobre modas, maquilhagem, perfumes, sedas, as peles, têm um significado erótico em vez de social.”(Alberoni, 1997, p. 9)

O corpo e a nudez permitem conceitos mutáveis dependendo do contexto inseridos, porém, será sempre a nudez que permite vestir, revelando pormenores embelezados em trajes, mantendo o mistério e a sedução. Embora as suas origens remetam para algo tão natural que acompanha o homem, não é de algum modo inconsciente. Trata-se de um estado racional que é procurado e recebido.

A mulher que valoriza o seu corpo e a moda sabe como servir-se de ambos de modo a projetar-se como objeto de desejo antes de ser introduzida socialmente, dominando a arte da erotização.

Evocando a libertação sexual que data da década de 60, o erotismo e outros temas foram largando rótulos de obscenidade e pejoração. Também, nos quase 60 anos que vive a liberdade, reavaliaram-se comportamentos que até à data eram considerados pouco morais, reconhecendo a função do moralismo como uma capa que tapou a liberdade feminina durante tempo suficiente.

A roupa da mulher é vista como uma armação do seu corpo, passível de despir através da imaginação de qualquer apreciador causando interpretações distintas pela sua significação. A erotização que a moda sofre é a que se quer experimentar, a capacidade de imaginação sem qualquer impedimento.

“A observação do lugar sociocultural da moda na sociedade atual implica que olhemos o fenómeno numa perspetiva diacrónica: o espírito da nossa época constrói-se a partir de uma atualização das histórias do passado; a moda inventa-se a partir de um olhar sobre a

memória do vestuário, à qual se atribuem os dotes de uma antecipação do futuro. (...) Mas o que distingue a roupa de qualquer outra utilidade é a natureza da relação que ela mantém com o seu utilizador.” (Duarte, 2004, pág.8)

A autora, jornalista e promotora de Moda licenciada em Sociologia, Cristina Duarte, aborda também a questão da efemeridade inventada perante uma “estética da existência” que acontece aumentando o poder de sedução feminino. Afirmando que as aparências que envolvem o corpo possuem as vertentes de atriz e espectadora, expressando a sua individualidade com poder livre que se tornou necessário.

Como a Moda e sedução, também o erotismo tem o seu início e fim, quando é alcançado o prazer que fora desenhado como finalidade quando é alcançado volta-se ao estado de procura de uma nova excitação intelectual. *“A moda conquistou a maior parte das áreas, mas se perdeu nesse processo. Ela está em toda parte, mas isso significa também que não está em parte alguma.”*(Svendsen, 2010, p. 23) Hoje há uma maior preocupação de “usar” uma personalidade enquanto está em voga, atingindo com alguma simplicidade os seus fins, já não há uma vertente que trate do erotismo uma vez que este se difundiu por contextos superiores aos que lhe foram atribuídos.

“A obra de arte reveste-se de carácter erótico na relação do artista com o sujeito que a desfruta e o objeto fruído, na medida em que pode conduzir ao êxtase contemplativo. Arte e erotismo seguem formando uma apropriada convergência ao universo contemporâneo.”(S. Lopes & Borges, 2015, p. 203)

A mulher descobre cedo a sua influência sobre o amor e sedução, objeto de estudo que é também uma construção cultural da sexualidade que deverá estar refletida na indumentária que está dividida essencialmente na mentalidade de cada indivíduo. A procura natural da satisfação visual é algo que pertence à esfera do ser.

“(…)as roupas adicionam mistério aos corpos, deixando-os mais provocativos. Dessa forma, a partir do momento em que a imaginação é um componente da sexualidade, as vestes, ao manterem o corpo oculto, podem estimular a fantasia e, conseqüentemente, o desejo sexual. Assim, a indumentária associa-se ao erotismo”(Soares, 2016, p. 5)

Não esquecendo a formatação social que o erotismo sofre ao longo de todo o desenvolvimento do ser feminino, denota-se uma falta de satisfação pessoal, erguida no desequilíbrio que o erotismo dispõe. Pela sua associação ao plano superior, a capacidade erótica merece a celebração sublime de um manifesto ao amor-próprio, a mulher quando escolhe adornar o seu corpo de acordo com a sua vontade está sem hesitação a satisfazer-se a si própria primeiramente.

Em alternativa assume a necessidade de se submeter ao embelezamento para o seu reconhecimento ser válido, sem sedução não comunicamos, não acontece o erótico, que é a admiração pelo próximo ser projetado no corpo vestido. Portanto a imagem real de cada indivíduo não é suficiente para o seu agrado, podendo concluir que sem adornos não é possível a atuação erótica.

A inevitabilidade erótica que reside no domínio humano acompanha a vontade de alcançar sempre o máximo de indivíduos, para uma comunicação de fantasia e possibilidades diversas sem qualquer tipo de censura à vontade que se apresenta neste ideal que a moda tenta acompanhar, organizando o seu corpo com acessórios de fácil estimulação, já que a nudez não providencia qualquer informação sobre quem a apresenta, pelo que será de extrema dificuldade se não impossível, retirar qualquer tipo de informação social da esfera comunicativa. Peruzzolo (2010) já definiu o erotismo como um fenómeno da cultura humana, o fazer-se desejar é uma forma de poder sobre o próximo. Esta criação humana detém todos os sentidos, daí tornar-se difícil não ser encantado já que abrange a visão, o tacto, a audição e conseqüentemente leva ao contacto. E se foi criada, é uma projeção e reflexo das escolhas dentro da comunidade.

“A arte é a expressão privilegiada do erotismo, porque compromete o ser, envolve totalmente o corpo na sua constituição e no seu movimento e porque se inscreve no espaço e no tempo, além de que é uma forma universal pública.”(S. Lopes & Borges, 2015, p. 2)

A importância do erotismo é a de estudar o ser humano como objeto de estudo, perante a relação que apresenta com a sexualidade, torna-se um tema interdito já que incomoda o próprio raciocínio, o responsável por criar imagens desejadas no pensamento criticadas pela moral que domina a fantasia social correta. Quando se entende por fim que o erotismo e sexualidade são construções culturais, a compreensão sobre a erotização na indumentária torna-se óbvia a sua extensão através da moda. Parte integrante do meio artístico, compreende em igual modo a sedução e a parte física fazendo com que o seu reconhecimento e aceitação seja descomplicado e experienciado de forma natural e livre, estimulando a imaginação.

De acordo com as teorias apresentadas a Moda ganha uma nova definição para além das numerosas que transporta. Será também um modo fantasioso e ético, que possui uma capacidade de arte transcendente pouco assimilada entre o corpo social, que usufrui de uma imensa visualização e limitada compreensão devido à necessidade humana de procurar a novidade sem a vestir.

5.3. VESTIR A NUDEZ

“Um corpo nu representa um corpo ao qual é negada a sua condição social (...) Os corpos nus, são corpos aos quais são negadas as suas identidades (...) o vestuário emprega símbolos sensoriais com o objetivo de informar quem somos, o que fazemos e quem pretendemos ser. Impor uma vestimenta é impor uma identidade.”(Maria et al., 2012, p. 96)

Ao contrário do erotismo que é compreendido e disperso culturalmente, a nudez é apenas obscena e imprópria quando apresentada socialmente. Apesar de ser ela a primeira a envolver-nos quando chegamos a este mundo, é tão estranha que o contacto com a mesma é ignorado até onde se pode. A nudez, como a moda e erotização, também tem os seus meios de comunicação, no entanto não é fácil a sua aceitação social, especialmente na época contemporânea onde estão inseridos aspetos de necessidade e procura física.

O nu é associado ao imperfeito, aquilo que poderá ser trabalhado, ao lado selvagem que reside dentro de cada ser, independentemente da época em que nasce e cresce há uma imposição social para ocultar o que não está inserido nos bons valores. A liberdade é um tema que tenta ser inserido em qualquer tópico, mas a nudez não deve usufruir da sua totalidade para que não se disturbe o equilíbrio da comunidade.

Como se a nudez fosse sinónimo de desrespeito, desde cedo há a preocupação em cobri-la de modo a ser aceite mas, por mais compreendida e estudada que seja é um assunto que deixa a sociedade nervosa e sem saber como abordar o tema sem alguma ansiedade. Talvez pela falta de informação que se recebe através da nudez esta nunca estará encaixada de forma completa, ou seja, a moda é um teatro com uma conclusão, já o corpo, nu, está sozinho sem qualquer inserção, defesa ou fantasia que possa entreter o próximo. Em contrapartida, corpo nu, antes das características depreciativas, é a ligação crua que existe entre quem se é mas não há quaisquer indícios da sua identidade, já que sem roupa o corpo é praticamente mudo para quem aprendeu a comunicar vestido.

Quando se pretende apreciar ou fazer-se aperfiar a nudez, esta tem de estar envolvida em algum tecido ou adorno, de modo a ser fácil de interpretar e de se permitir reconhecer, e sem o fator erótico, não existe uma aceitação da nudez, apesar de todos conhecerem as suas características, é um modo de apresentação que não tem qualquer assunto afrodisíaco que envolva e seduza quem o observa. Sendo estrita em locais sociais, a nudez é disfarçada pelos enfeites que lhe dão o poder sensual e erótico.

“A maneira como o corpo humano desnudo é percebido e compreendido pela sociedade passou por inúmeras transformações ao longo do tempo. Contudo desde a Antiguidade Clássica a nudez é um tema presente nas artes (...) não se nota qualquer relação com erotismo ou pornografia, mas com a forma humana.

O corpo humano pode ser percebido como uma obra de arte. Seus músculos, simetria, formas, contornos e detalhes são exemplos de uma notável composição artística que expressa toda beleza com sua perfeição ou imperfeição. Não há nada mais natural e único que o corpo humano despido. Todavia, a nudez artística ainda é pouco compreendida e aceita, mas ficar nu é inevitável ao homem.

O corpo humano é a fonte de quase todas as inspirações. A nudez é sempre inquietante, instigadora e bela. Por isso o artista, seja na pintura, escultura, na dança ou fotografia, encontra no corpo nu uma profunda ligação com a pureza do ser.”(A. Oliveira, Torres, & Cantanhêde, 2015, p. 116)

O corpo humano assim uma manifestação natural, como um meio de procura sobre o ser, a sociedade e toda a criação em que se insere. Pelos registos da nudez feminina que tinha como função principal estimular o ser masculino que choca com a questão da liberdade de expor o corpo. Como já apontado anteriormente é perceptível a semelhança do corpo a uma massa que será moldada em conformidade com o reflexo social.

Por essa razão, antes de ser contemplado, o corpo nu está inserido numa longa e anciã discussão sobre a sua genuína autenticidade sem as condições negativas que lhe foram aplicadas exatamente pela exploração e banalização do corpo feminino, usado para uma satisfação efémera exposta em vários suportes artísticos. Para a Moda, esta nudez é um meio que reflete a procura da comunidade. Não porque não a aceita, mas porque adornada tem uma maior capacidade de expressão individual e entendimento.

Sendo uma paisagem contemporânea, pelo seu uso constante já decoramos a sua verdadeira forma, apesar das considerações obscenas que transporta, o corpo nu estabelece as suas próprias regras dentro das proporções de liberdade que pretende. Não esquecendo que essa liberdade existe no mundo das mulheres há relativamente pouco tempo, também é necessário um processo de aprendizagem e consciência sobre o seu meio físico.

“Como linguagem socioculturalmente construída, o corpo enuncia e presentifica valores. Aqui, toma-se a noção de corpo (...) como meio de significação, ou seja, ele é um corpo cultural, passível de modificação.”(Leoratto & Araújo, 2013, p. 7)

O nu feminino é, na cultura ocidental uma representação mais positiva do que negativa, e se antes era apresentada pelo público masculino que pouco entendia as causas do género oposto, o último meio século fica marcado pelo auto domínio da mulher sobre si, não só mas especialmente sobre a apresentação da sua forma física.

Sendo a Moda outro tipo de arte, esta tem algo a dizer e conseqüentemente a alterar sobre o ideal corporal feminino, vinculado à sedução, há nos dias atuais uma outra representação sobre a imagem divina da mulher. Para esse controle poder existir é, evidentemente a relação com a sua própria sexualidade que através dos registos modernos se identifica como um conjunto de técnicas de aprendizagem que se revelaram naturais e verdadeira

reconhecendo o corpo feminino ao nível da arte e da admiração. Ainda que a nudez se possa dividir entre a sua natureza e espiritualidade, é o olhar de quem contempla que decide qual das características aspira e deseja. Ainda que nas culturas ancestrais como o corpo nu não fosse considerado escandaloso, escritores modernos acreditam que a ocultação deliberada de certas partes do corpo feminino despertam o interesse sexual.

Já o corpo, unicamente despido não provoca qualquer interesse porque não possui informação que sugira relevância, com adereços, por mais reduzidos que sejam já proporcionam uma ligação ao nível do discurso, não trazendo motivos para escândalos como acontece com a nudez. O ato de vestir contribuiu, assim, para definir comportamentos e notoriedade de cada indivíduo, claro que por durante um extenso período a cobertura da nudez feminina estava de acordo com a visão masculina. Por esse motivo a sua forma de adorno moderna representa para além da proteção do seu corpo e moral, uma liberdade sobre o mesmo, reforçando simultaneamente a posição que ocupa na comunidade e consigo própria.

“ (...) o ato de se vestir traduz um ato voluntário de cobrir a nudez que é ao mesmo tempo um ato expressivo de, a partir do paradigma estabelecido pela moda de uma estação, desenvolver uma linguagem estética própria, ou seja, um estilo ajustado a um modo de estar no conjunto, de ser-em-conjunto. Correspondendo a uma lógica de identificação com um grupo, que é o mesmo que dizer à inscrição num estilo específico, as roupas como os adereços promovem também a definição de uma identidade (pessoal, por um lado, e cultural por outro). Motor da vaidade e da sensualidade, a indumentária responde assim a uma necessidade não apenas física mas também sensível.” (M. Oliveira, 2013, p. 147)

A nova apresentação de vestir a nudez feminina sublinha maioritariamente o seu entendimento sobre a potencialidade do seu corpo e sexualidade, assumindo daí por diante um desempenho mais ativo perante si ,as suas semelhantes e a sociedade.



Figura 2- Dois modelos da casa Dior, à esquerda uma criação de 1953, à direita uma criação de 2018
Fonte: (Pinterest:<https://www.pinterest.pt/pin/202732420699823259/> (<https://www.pinterest.pt/pin/152911349832699809/> visitado em 22/05/2018)

De modo a ilustrar através do modo de vestir a emancipação do corpo e mentalidade feminina apresentam-se dois modelos desenhados pela Casa Dior, erguida pelo importante estilista francês Christian Dior, que mesmo após a sua morte ainda hoje representa uma das marcas mais conceituadas de moda mundialmente. O seu design era caracterizado pelo luxo e elegância fazendo com que o corpo feminino, nas suas criações, provocassem o delírio no público, mensagem que ainda hoje é transmitida com as evoluções naturais de cada época.

Ambos com transparências cobrindo minimamente a verdadeira nudez onde é colocada. A cor é semelhante bem como a marcação exata da cintura, é também verosímil que a nudez ocupa um maior destaque na criação mais recente onde denotamos a lingerie da modelo.

Ambas estão decoradas com adereços tendência da época, e os vestidos acentuam a sua forma natural remetendo para a nudez que se faz desejar e é procurada. Se observarmos com atenção, são realmente os elementos tendências os maiores diferenciadores entre as modelos, a cor, transparência e folhos permaneceram ostentando o alcance da projeção feminina, pois sessenta e cinco anos separam as criações.

“A lei do progresso aplica-se à evolução do vestir, integrando-as em uma relação de continuidade quase que completa. Em ambos os casos, uma forma dá origem a outra subsequente, melhor adaptada ao ambiente que a rodeia (...)há outro fator de influência que talvez tenha ainda maior impacto na evolução do vestir: a moda. Acredito que a paixão pela novidade e a extraordinária tendência que o homem apresenta para exagerar qualquer peculiaridade, hoje tida como um indicativo de distinção social, ou importante por si só, deu origem à moda. Esta influência não difere muito em analogia à “seleção sexual”, que recebeu tanta atenção recentemente(...)”(Mesquita, 2009, p. 2)

O vestir parece ter alcançado a sua voz a partir do momento em que o corpo experimentou a liberdade, ou será que ainda procura a sua integração transportada nos corpos modelo de cada período de acordo com o que se pretende receber. No exemplo estudado acima é

possível reconhecer características semelhantes sobre como a nudez feminina foi coberta. Assim torna-se mais esclarecedora a questão da existência imperativa da cobertura nua da pele, substituindo-a por outra que se pronuncia sobre a individualidade e identidade de quem a carrega.

A nudez, com a qual todo e qualquer ser humano nasce, é uma tela em branco onde será pintado o discurso social que se adequa, desta forma apresenta-se como um projeto em constante construção. E se o corpo nu possuiu zonas mais distintas e realçadas do que outras, também os adereços e a indumentária apontam a atenção para as mesmas, reforçando a ideia da sua importância.

Concluindo que a forma de vestir a mulher foi, ao longo do tempo, mantida com semelhanças, com alterações mais frequentes nos detalhes e acessórios, coletora demais atenção sobre a o seu corpo. “A nudez depende essencialmente de localização espacial e temporal (...) Desde modo, fica a cargo da imaginação, dos sentidos,” (Rodrigues, 2009, p. 30) apontando para uma ligação demorada da desagregação entre a adoração do corpo como obra ou meio de prazer, e acima de tudo exigindo a naturalização do seu corpo.

“Portando significados para além da roupa, a moda como sistema oferece um discurso de corpo estratégico em sua expressão que, mediante este movimento de afetação corporal, torna a roupa um “capricho” do corpo, simulando e dissimulando conforme suas vontades.”(Leoratto & Araújo, 2013, p. 735)

A mulher veste-se essencialmente para a satisfação dos seus desejos segundo os autores, reforçando a ideia exemplificada sobre as tentativas de projetar um corpo eternamente ideal submetendo a nudez às intervenções que podem ser temporárias ou permanentes. Pela natureza da moda será mais seguro para a silhueta feminina optar pelas alterações temporárias para que a sua camuflagem possa ser de rápida transformação. Entre as armas da mulher está a moda que é parte de si, a sua falsa nudez. Conquistando vestidas e adornadas como se nuas estivessem fazendo do ofício uma parte característica anciã familiar, especialmente a moda íntima que ganhou terrenos proibidos e conquistou o seu lugar primeiramente exclusivo feminino e a sua extensão pela indústria e os meios de comunicação disponíveis. Numa era onde somos o que vestimos, a nudez é uma proibição que dependendo da sua apresentação pode ser compreendida pelo nicho da indústria erótica.

5.4. MULTIPLICAÇÃO DO DESEJO

A importância da inserção da mulher na sociedade foi um objetivo que contribuiu para o desenvolvimento de representações simbólicas de uma entidade bem vista entre a comunidade feminina pelos ideais refletidos, portanto, marcas. De uma forma geral o

mercado luxuoso é virado para o público feminino de modo a fazer a mulher sentir-se de acordo com o item, raro, belo e admirado. Unida com as vestes e adornos cresceu uma forma erótica de vestir que refletia a sua identidade enquanto fêmea, possuindo a estratégia da sedução, considerando com veracidade, que o corpo feminino é um símbolo de adoração em todas as culturas e, conseqüentemente, aquele que mais sofre com as influências sociais sobre como deveria ser.

Porém chegamos a um ponto onde qualquer ostentação já não é chamativa como fora em outra data, segundo os autores referenciados ao longo do texto, mas continua a cumprir o seu papel de signo e estatuto. Hábitos que envolvem o ato de vestir encontram-se contextualizados de acordo com a sociedade onde estão integrados os valores e costumes de determinado corpo social.

“O mundo da Moda é marcado por nomes como Prada, Versace, Armani, Dolce & Gabanna, e Gucci. A moda futurista começa a ganhar espaço de crescimento, e surge a necessidade de a sociedade moderna se tornar mais rápida, conceptual, prática e criativa.”(Mendes, 2013, p. 33)

Entendida dessa maneira, a moda, como o meio de interação com o contexto em que se encontra inserida socialmente, oferece uma independência e autonomia que fora há muito desejada. Graças aos esforços femininos registados ao longo do século, é finalmente possível atribuir voz a esta minoria não privilegiada, ainda que o corpo da mulher seja definido como objeto de desejo em várias culturas, sofre uma maior pressão sobre a auto apresentação do mesmo tanto nos registos passados como nos atuais.

“A moda é um dos recursos dos quais nos utilizamos para transmitir o que somos sem que seja dita nenhuma palavra (...) Entende-se a moda como elemento construtor de identidades, por isso, é estudada por teóricos das mais diversas áreas. A distinção social entre classes, etnia e gênero era, de forma geral, um dos principais atributos da roupa. Atualmente, além desta propriedade, nota-se que o traje também tem a função de retratar individualidades.”(Ferreira & Aragão, 2015, p. 1)

Estes desejos multiplicados são o reflexo da satisfação ou falta da mesma consigo mesma e, com a imensidão de oferta, a indústria teve a preocupação de realmente estudar e conhecer a genuinidade para poder estar à altura da sua imagem. Quando o desejo mais registado é o da descoberta, há uma semelhança em querer despír o próximo do que o tapa após a primeira impressão, porque qualquer peça de roupa ou adereço de moda é um objeto de prazer.

Hoje quase todas as marcas conseguem vestir a mulher interior e exteriormente, dependerá de cada uma qual a sua preferência e aquela que se adapta ao seu ideal de representação que, dependendo de vários fatores influenciam a sua escolha.

“Construir uma identidade forte é fundamental para qualquer marca de moda. Isso nos permite apresentar uma ideia clara do que você está vendendo, o conceito e o etos por trás dele, os princípios subjacentes da marca e a maneira como ela é vendida. Esses elementos criam um pano de fundo para a marca e uma imagem daquilo que ela é (...) a personalidade de uma empresa e o que ela espera representar para o cliente” (Moore, 2013, p.10)

A promoção de cada uma das marcas terá de entender, segundo Moore (2013), a importância dos elementos que envolvem a história existente que explica o motivo da sua existência. É ela quem vai criar a relação onde os consumidores se identificam e querem conhecer mais profundamente, como a si próprios. Os motivos que remetem para a seleção de cada uma passa por referências históricas e tradicionais distintas, e preocupadas em comunicar internacionalmente, de modo a que todos eles se adaptem individualmente, missão cada vez mais desafiadora no momento em que as informações voam, exige-se um acompanhamento exaustivo de comunicação.

.” Não basta apenas criar boa moda; uma marca tem de criar uma história completa por trás de suas ideias de maneira que o consumidor possa diferenciá-la da concorrência e criar afinidade com ela.” (Moore, 2013, p.12)

O prazer que os adornos provocam, preenchem a vontade ancestral feminina por instantes visando uma projeção do seu corpo, beleza e estatuto. Não só através da lingerie mas de qualquer peça uma vez que é da natureza humanizada a procura da sua erotização física e material.

O reconhecimento da moda como meio artístico suscitou um interesse máximo pelo público específico. Esta mudança criou uma nova admiração social onde é o mestre na construção da moda que define os novos costumes, admirados culturalmente.

Ainda que haja um entendimento reduzido sobre as áreas em que atua o vestuário erótico é a referência com mais poder de discurso preciso entre o ser social que procura sensações de prazer conseguidas pela partilha e recolha existente dentro da comunidade. A lingerie entendida como comunicação visual que expressa um ideal de beleza explorado dentro do erótico, criador de fantasia e possibilidades.

Erotismo e moda encontram similaridades no desejo e prazer que ambos causam, a indústria oferece cada vez mais itens que procuram despertar interesse erótico que é transmitido por um corpo. A sua difusão permitiu uma propagação quase natural. A batalha pelo reconhecimento erótico na moda é a aceitação inevitável que constrói o ser de forma incompleta se não tiver compreensão.

O erotismo e a nudez são extremamente distintos, a nudez não oferece qualquer estímulo psíquico porque já está tudo revelado, não se despe nem descobre informação alguma. A identificação ou significado que permite o diálogo visual é inexistente, por lembrar a origem selvagem de cada um, espera-se um resguardo sobre a mesma perante a civilização culta,

disfarçada com uma fantasia idealista, e é também a capacidade de admirar os adornos apresentados, e deixar-se envolver com os sentidos.

Com o aperfeiçoamento do vestir, o corpo da mulher ganhou um maior reconhecimento sobre os signos eróticos que emana, o simples ato de vestir é por si uma ação erótica que satisfaz a projeção de quem recorre à indústria especializada na transformação física por meios que o envolvem.

Como é o caso das marcas, que atuam para que exista um aspeto em comum com o público de forma global, provocando a sensação de identificação que envolve a história que a caracteriza pela unicidade, onde a consumidora se identifica e recebe a atenção única sobre si que fantasiou.

CAPÍTULO 6.

METODOLOGIA

O capítulo presente tem como objetivo apresentar e analisar dados recolhidos através de um questionário destinado a um público exclusivamente feminino, que recolheu dados atuais sobre a relação que a mulher mantém com a sua identidade através da roupa íntima . A necessidade da sua construção parte do facto de *“visar a verificação de hipóteses teóricas e a análise das correlações que estas hipóteses sugerem.”*(Quivy & Campenhoudt, 2013, p. 95) Realçando a importância da investigação, definindo-a como forma de progresso relativas ao objetivo da mesma.

Atendendo às questões de forma anónima, breves e claras, aspira-se um método de recolha que procure obter um olhar verídico sobre o objeto de consumo, pensado como parte da identidade feminina, público ao qual será aplicado. A sua divulgação foi partilhada através de uma plataforma online, divulgada através de e-mail e meios sociais ativos onde a comunicação é mais veloz e abrange um maior número de participantes, procurando apresentar uma amostra da população o mais ampliada possível, num horizonte temporal relativamente curto..

6.1. PROCEDIMENTOS E MEIOS UTILIZADOS

Os procedimentos aplicados ao longo da análise decorreram virtualmente entre os dias 26 de Abril e 21 de Maio, procedendo-se seguidamente a uma análise dos dados obtidos. O inquérito registou assim um número de 168 respostas, constituído por 100% de indivíduos do sexo feminino residentes em território nacional. As idades das participantes variaram entre os 17 e 61 anos, de realçar que a idade compreendida entre os 21 e 26 anos foi a que mais se destacou nas estatísticas (12,5%).É também de realçar que se verificou uma taxa de sucesso sobre o mercado de trabalho, (95,2%) de mulheres empregadas, portanto com independência financeira.

6.1.1 Análise dos resultados

O questionário apresenta o seu corpo dividido em três grupos que procuram reações distintas. Antes de qualquer questão está uma breve apresentação do mesmo, que passa pela compreensão da posição que o relacionamento sedutor entre a mulher e a moda, a perspetiva de veracidade da amostra é elevada, bem como a interação ao longo da recolha de dados .

No grupo I são aplicadas oito questões breves de resposta afirmativa ou negativa, existindo sempre a opção de colocar outra hipótese de resposta. O grupo II procura uma maior comunicação com o público durante quatro questões extensas dando a oportunidade de conhecer melhor as preferências do grupo estudado. Por fim, o grupo III apresenta inicialmente um agradecimento pela participação e pede a colaboração das envolvidas sobre questões que gostassem de ver esclarecidas ou outras visões que tenham sobre o tema que lhes foi colocado.

6.1.2 Aquisição e Essência

Após se caracterizar o público-alvo de acordo com a sua idade procurou-se compreender o papel que a lingerie preenche na vida quotidiana feminina.

Como meio de comunicação de identidade, é necessário verificar se é considerado como um meio presente no vocabulário de todas as mulheres. A amostra sobre a interpretação da aquisição de lingerie como item luxuoso para a mulher mostra 115 respostas negativas (68,9%) e 47 afirmativas, (28,1%) conclusões distintas por uma diferença significativa que se complementa de 5 respostas hesitantes entre as duas opções (2,9%). Relativamente à função fundamental há uma participação de 100% onde (86,3%) 145 mulheres se identificaram de forma afirmativa e 23 (13,7) de forma negativa como demonstra a figura abaixo.

168 respostas

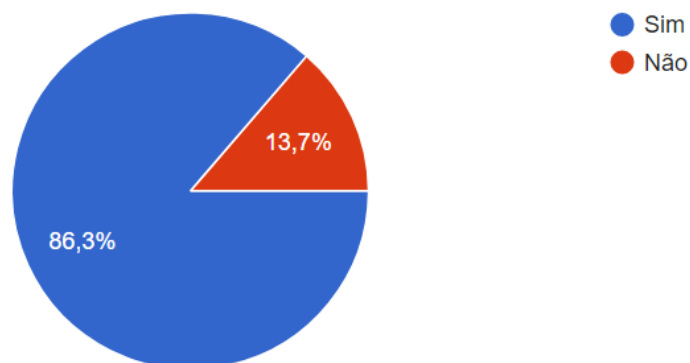


Figura 2-Lingerie Fundamental

Relativamente ao seu uso diário a amostra resulta em 105 (62,9%) de forma positiva, e 60 (35,9%) negativos. Já questionadas sobre o valor que dispõem para adquirir roupa íntima, as respostas não são tão unânimes mostrando uma maioria de respostas sobre um orçamento entre 20€ a 30 € que envolveu 108 respostas (64,7%) seguido de 40 (24%) nos 40 € a 60€ , e,

entre os 70€ a 100€ uma resposta menor de 13 (7,8%). Seis das requeridas (3,5%) sugerem um outro orçamento entre os 10 € a 15 €.

Sobre a principal importância a levar em consideração a sua compra, também se verificam algumas sugestões, e uma participação de 99%. O conforto ocupa um lugar de maior preocupação com 110 (65,9%) escolhas, seguido pelo design com grande diferença 32 (19,2%). A qualidade apresenta um número de 20 respostas (12%) mostrando que a cor será a última consideração sobre a peça eleita em 3 amostras (1,8%), 2 participantes (1,1%) encontram-se divididas entre a qualidade, conforto e design. Abaixo encontra-se a análise da questão.

167 respostas

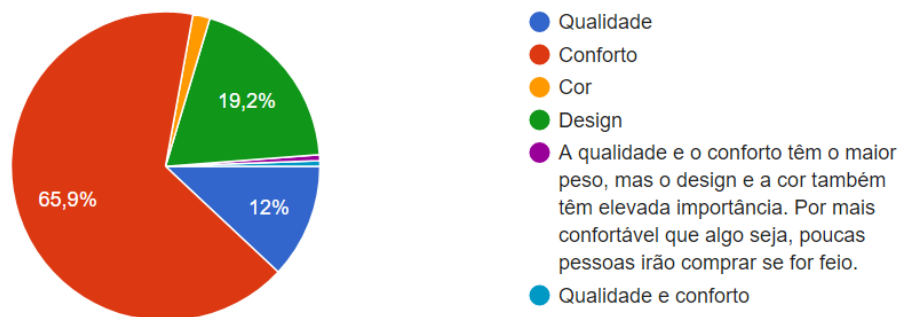


Figura 3- Preocupações ao adquirir lingerie

Novamente com uma participação de 100% a consideração da lingerie como afirmação do poder feminino apresentou com uma grande maioria de seleção afirmativa de 143 (85,1%) amostras para 23 (13,7%) amostras negativas .

Sobre a sedução como forma de comunicação 150 (89,8%) participantes consideram a frase afirmativa enquanto 17 (10,1%) discordaram. A última questão do Grupo I pretende compreender quão compreendida está a lingerie como moda antes das suas funções primordiais, questionando se roupa íntima já foi usada como roupa exterior, comum dando como exemplo um soutien mais trabalhado e objeto de admiração como peça de elevada importância. Com apenas uma diferença de 16 amostras, 92 (54,8%) participantes negam essa utilização enquanto 76 (45,2%) a afirmam. Os resultados das últimas questões estão ilustrados seguidamente.

167 respostas

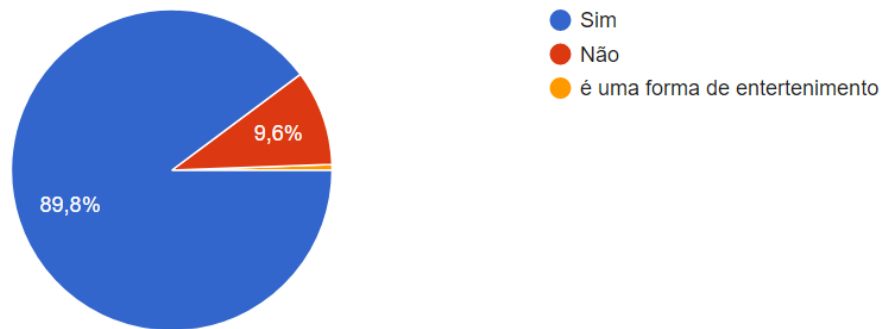


Figura 4- Sedução como forma de comunicação

168 respostas

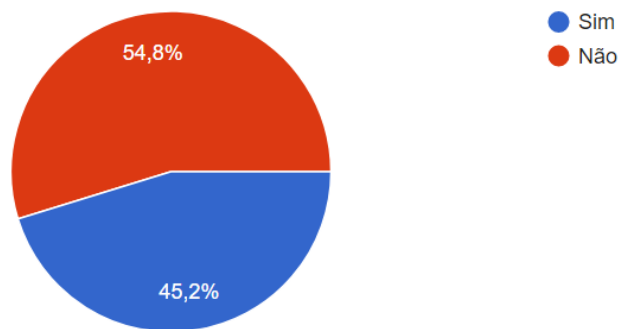


Figura 5- Utilização de lingerie de forma ostensiva ao olhar

6.1.3 Consumo e Experiência

No Grupo II procura-se uma amostra de identidade feminina atual através dos seus pontos de vista em torno de uma concordância.

Foram ativas as 158 participantes quando questionadas sobre uma marca de eleição 54 (32,1%) afirmaram não ter, e as que apresentaram um maior destaque foram a Intimissimi com 55 (32,7%) apelos, seguida pela Triumph com uma seleção de 10 (5,9%) a Oysho e Victoria Secret's apresentaram os mesmos valores 8 (4,7%) nas escolhas analisadas. Restando 32 (19%) respostas diferenciadas sobre outras marcas íntimas.

A segunda questão permitiu verificar uma reticência por parte de 21 participantes (12,5%) pela primeira vez considerando o grau de intimidade que carrega quando são questionadas pela peça íntima de eleição, também 10 (6,8%) das participantes escolheu a opção de não ter nenhuma peça favorita. A resposta mais frequente foi "soutien" com 58 amostras (39,4%), seguidamente peças como "cuecas e soutiens" por 45 (30,6%). Os bodys são a terceira escolha 13 (8,8%), seguidamente os bralettes 12 (8,1%). As restantes respostas elegem também o corpete, meias, ligas e camisas de noite.

Também na cor eleita 5 (2,9%) há uma hesitação, no entanto bastante menor que na questão anterior. Das 163 participantes, 115 (70,5%) elegem a cor preta como a predileta, 18 (11%) selecionam os tons bordeaux e vermelhos, passando para os variados tons de pele 12 (7,3%). As restantes 15 (9,2%) respostas variaram entre tons pasteis. Há ainda a construção de 2 amostras mais extensas como “*Depende do estado de espírito/ ocasião*”.

A parte final do inquérito visou a compreensão do motivo genuíno da mulher sobre a utilização de lingerie onde participaram 154 mulheres. 86 (55,8%) escolhem o “*conforto*” como principal motivo, 19 (12,3%) selecionaram a “*sensualidade*”. Com a mesma aprovação, o sentir-se “*sexy*” e “*confiança*” apresentaram entre os dois 20 amostras (12,9%). As restantes 26 (16,8%) amostras encontram-se mais dispersas entre o sentir-se “*bonita*”, “*livre*”, “*elegante*” entre outros aspetos positivos atribuídos à mulher, e concluindo assim a recolha de dados.

Por fim foi dada a oportunidade a todas as participantes de acrescentar ou sugerir algum assunto que considerem pertinente para a restante investigação, das 14 sugestões recebidas todas foram consideradas enriquecedoras para uma melhor conclusão da recolha de dados.

Algumas das participantes acrescentaram :

“Considero que o que torna a lingerie tão importante numa mulher é a confiança que esta lhe dá! Sendo ela a única que sabe aquilo que está a usar, sentindo-se bem com isso e sentindo que pode ser sedutora sem mostrar nada”;

“Seria interessante envolver uma dimensão mais psicológica e social sobre os fatores que envolvem a relação entre a mulher e o uso da lingerie”;

“Sim o facto de se amar roupa interior tem a ver com a forma que olhamos para o nosso corpo é como cuidar da imagem, essencial para no dia a dia sentirmos completas o máximo possível, a roupa interior faz parte”;

“Não é clara a distinção entre roupa interior/lingerie, se existe diferença.. Lingerie assumo como sendo peças de renda, mais trabalhadas, conjuntos, bodies, camisas de noite vs básicos de algodão”.

“Sentir me confortável e sexy. Quando uso um tipo de lingerie mais sofisticada ou sensual dá-me uma confiança que depois transparece.”

6.2. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A discussão dos resultados dos inquéritos encerram o processo de investigação, com a certeza da importância da moda íntima para o reforço da identidade feminina. Verificou-se, suportando a teoria apresentada nos capítulos anteriores a elevada importância que a lingerie ocupa na vida da mulher.

A aplicação do questionário visou compreender a veracidade dos registos explorados sobre a importância da lingerie e adornos sedutores procurando uma resposta tendência unânime sobre a moda erótica, objetivo justificado ao longo dos capítulos onde é apontada pela procura intensa da satisfação. Grande parte das inquiridas encontra-se entre as idades de 21 a 26 apontando para uma estabilidade financeira recente, o que justifica o não reconhecimento da lingerie como item valioso uma vez que se encontra acessível perante qualquer condição.

Não sendo considerado um item luxuoso pela maioria das participantes, pode concluir-se que também é consumida como tal, usada quase diariamente, reforçada de forma positiva e indispensável, e realçar que, das 168 mulheres que participaram, 74 são estudantes, que ainda não detêm um orçamento fixo independente, que representam uma grande quantidade da amostra jovem consumidora representando 44% da amostra de investigação, onde se confere que o preço que permite vestir essa parte da individualidade se situa na casa dos 20€ e 30€, garantindo seguramente alguma qualidade.

Sobre a questão da utilização diária, maioritariamente positiva, mostra a vontade geral de se sentirem sedutoras e confortáveis.

O design não será tão elaborado ou fantasioso dentro do orçamento anterior, já na adição até aos 70€ o design elaborado e a fantasia prometem a satisfação completa da mulher que estiver disposta a vesti-la. A principal exigência nas peças é a do conforto, seguida pelo design e por fim pela qualidade.

Curiosamente o ornamento de forma geral passa para segundo plano dando, destaque à necessidade do suporte da nudez como razão principal a atender. A importância que a mulher detém quando usa peças de moda exclusivas para o seu corpo é perceptível através da sua transformação de comunicação e confiança, onde se encontram semelhanças com o estudo que acompanhou a investigação presente sobre o tema da Lingerie como assistente feminino.

“Hoje a compra da lingerie, ainda que apresente um carácter íntimo, é um meio de criação e afirmação de identidade (...) tornou-se um artigo que demonstra diretamente a personalidade da mulher, o seu estado de espírito, o grupo a que pertence e que contribui diretamente para a elevação da sua autoestima.” (Bueno, 2017, p. 5)

A sua comunicação e sedução encontram diálogos constantes de acordo com o grande indicativo do exemplo, sendo considerada pela maioria ainda uma arma de sedução e poder

feminino como apurado ao longo dos capítulos anteriores. A mulher renasce acompanhada dessas peças.

Revelando também que quase metade do corpo feminino estudado já usara roupa íntima como roupa exterior, para que fosse notada como tal, sugerindo alguma dificuldade na definição de roupa interior e exterior. Pensamento conquistado graças à persistência da libertação do corpo e da mente da mulher. Afirma a função erótica mas pode não deter essa intenção vulgarizando-a, portanto, quando usada perto do corpo revela também uma relação muito próxima.

Ainda que grande número das mulheres participantes não tivessem qualquer marca íntima de eleição, aquelas que foram identificadas conquistaram já um lugar de destaque com grande reputação entre as consumidoras como é o caso das marcas Intimissimi e Triumph, que correspondem aos valores sobre as peças bem como o conforto e design. Com maior destaque, a Intimissimi é uma marca Europeia com uma visibilidade de dimensão internacional apresentando-se de acordo com a sua apresentação no site oficial, uma marca que *“realiza o sonho quotidiano de cada mulher. Um estilo refinado e simples, sem exageros e agressividade”*.

Sobre as peças íntimas de eleição concluímos que o soutien é a peça com mais distinção, pela sua função secundária importante como o suporte, a sedução e signo de acordo com os registos práticos e teóricos analisados, a primeira a ser considerada como peça íntima feminina, bastante próxima do conjunto pelas peças destinadas à zona da pubis. Consequentemente, registou-se, embora em reduzida amostra, uma abstenção de 10 respostas nas 168 mulheres reunidas, o que revela maioritariamente um sentido de proteção ao não revelar a sua pele/ roupa íntima indicando alguma proteção sobre si próprias.

Todos os restantes adereços sugeridos são possíveis de pensar devido à libertação sexual da mulher, por ser também eleita a cor preta como imprescindível. Há uma interpretação de mistério, luxo e respeito pelas zonas que vestem, e, quem as veste simultaneamente. Entre as 163 respostas obtidas, 115 identificaram a cor sem margem de dúvida como a protagonista na roupa íntima. Posteriormente o bordeaux, é selecionado em menor quantidade, 18 foi o número desta amostra, e com menos 6 escolhas ficam as tonalidades da pele.

O corpo da mulher envolvido estrategicamente em negro transmite um estatuto pelas partes cobertas de sofisticação, mistério e postura, sendo a tendência atual segundo a análise proposta ao corpo feminino que recolhe as aspirações pessoais quando vestidas de acordo com a ocasião.

Após o mistério procura dominar o prazer de sedução, só por fim assume a preferência pela nudez sobre si. A identidade feminina de acordo com a análise mostra conservar três principais características que lhe pertencem, a fantasia, romance, e ausência de proteção.

Verificando neste aspeto a teoria de Gellacic, (2013) que aponta para a relação abstrata que existe entre a mulher e os adornos íntimos devido ao imaginário estabelecido sobre o órgão sexual como lugar de mistério e segredo.

Um dos motivos que mais sustenta esta ligação analisada em 154 respostas é a de proporcionar em primeiro lugar o conforto selecionado por 86 respostas, seguido pela sensualidade com 19 recolhas. As diversas 49 opções foram bastante positivas com desejos relativos ao sentimento de “poder”; “sentir-se bonita”; “confiante” concluindo que a sua utilização é um meio de satisfação feminino. Comprovando outra análise teórica de Correia (2012) em “Autoconceito e Uso de Lingerie Feminina” que enuncia que para além de um meio de obter conforto a lingerie rapidamente se torna num meio de sedução para si mesma.

“A mulher sabe que aquilo que consome emite sinais que são interpretados pelos outros que partilham consigo o mesmo código e significado. Como tal, a compra de lingerie, que é um produto com carácter íntimo e social simultaneamente, torna-se um meio de socialização e criação e afirmação de identidade.”(Ana Lúcia Pires Correia, 2012, p. 3)

Porém há que procurar interpretar o conforto apontado, quando exploramos o adjetivo conforto num corpo adornado para ser admirado, ele pode ter outro sentido, como o do conforto mental que há sobre o físico. O conforto envolve outras preocupações já que a lingerie tem de envolver as formas da mulher e envolvê-la numa sensação de perfeita utilização privada.

Na parte final da recolha, 14 participantes escolheram divulgar assuntos pertinentes ao mundo íntimo, como a importância da lingerie para a confiança e atitude perante qualquer assunto, também o envolvimento abstrato entre quem usa e o que usa, trazendo sensações positivas para o estar e ser feminino como a sensualidade e a confiança.

A comparação da utilização de lingerie como reflexo da forma como avaliamos o corpo merece alguma atenção, já que existe entre as mulheres modernas uma dificuldade em distinguir, qual a diferença entre roupas íntimas e exteriores. Se é que existe, resultando numa escolha pessoal de utilização e ostentação.

“Mesmo sendo uma peça que não seja, na maioria das vezes mostrada, tem a capacidade de desenvolver sentimentos na mulher como peças de roupas e acessórios que sempre estão expostos”(Bueno, 2017, p. 6)

O desejo mostra-se cumprido com a utilização da pele certa, seguindo a ideia popular de que nos devemos vestir para a ocasião. Experimentada ao longo da construção social feminina, haverá sempre uma concordância que é a tendência natural da época. Com um olhar jovem cada vez mais independente relacionado com a procura da atenção feminista e correta não como tendência mas sim como necessidade social.

CAPÍTULO 7.

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

A presente conclusão finda o longo processo de investigação, enquadramento teórico assim como a análise e discussão dos resultados obtidos. Este capítulo apresenta uma visão crítica sobre as concepções examinadas bem como os dados recolhidos que propõem uma resposta clara à pergunta de partida, decorrendo dos resultados teóricos bem como os recolhidos após a discussão de resultados. Assim, as hipóteses são verificadas as suposições da pesquisa, bem como as suas respostas confirmando os objetivos traçados inicialmente. Posteriormente é referido o raciocínio final, bem como as adversidades.

O objetivo geral da presente pesquisa constitui no estudo do erotismo de modo a potencializar a moda e os seus signos, inserindo ambos nos temas quotidianos, procurando a sua compreensão ao nível social. Para isso identificou-se a importância do “Erotismo”, onde foi possível notar a sua falta de inserção aceite aberta por ser um tema associado a adjetivos pouco compreendidos, como acontece com o assunto “Moda” de acordo com as teorias exploradas.

Ao analisar a história que envolve os aspetos Erótico, Mulher e Moda é possível as semelhanças entre os três temas, a sua luta pela integração e compreensão que ainda não alcançou mundialmente, justificada devido às suas funções é também contestando sobre as suas intenções, já que é uma expressão essencialmente atribuída ao género feminino, inferior e não capaz como a teoria esclarece. Ainda numa fase inicial, ao procurar a sua voz social, a mulher foi apercibida negativamente, já que estava a alterar o rumo natural que o homem construiu, onde a referida em questão não existia na esfera pública, nem qualquer tema que estivesse associado como foi o caso da moda. O erótico é uma fantasia celebrada muito antes da formação da cultura ocidental, tratado como um tema sem qualquer tipo de tabu ou censura, já que este estava ao serviço do plano superior.

Com o reconhecimento da Moda como ofício que envolve a criatividade e sedução sofreu rótulos como o da futilidade e da falta de importância, por ser uma capacidade destinada maioritariamente à comunidade feminina, negligenciada outrora. Por ser excluída durante um grande período registado, as suas consequências promoveram a ignorância que, parece transformar-se a partir essencialmente do final do século XIX, uma data relativamente recente para a compreensão de temas que completam a identidade feminina, compreendendo a longa opressão vivida, que se traduziu nos comportamentos públicos e privados trazendo o movimento necessário, o Feminismo já no século XX.

Este marco influenciou uma mudança de atitudes que beneficiou a mulher, e a sociedade positivamente a partir do momento que a reconhece como membro ativo com características e símbolos próprios. Ainda que se encontre em desenvolvimento a adição de liberdade à

mulher foi sinónimo de libertação física, provocadora de estímulos mentais reputados de erotismo onde se projeta a consciencialização do corpo e identidade.

A importância dos estímulos criativo e psicológico é sem qualquer incerteza um aspecto que acompanha a Moda, vestida pelo corpo da mulher atinge a sua representação suprema traduzindo ao máximo as suas aspirações e semelhanças. A sedução torna-se oficialmente um meio de comunicação que é compreendido como necessário para a construção da identidade própria através daquilo que escolhe como substituto da pele, a moda e os seus adornos que estão carregados de significados públicos ou privados.

Para as circunstâncias privadas, graças ao crescimento da indústria foi possível concentrar a atenção para as zonas íntimas da mulher graças aos adornos fantasiosos, dotadas de sedução e erotismo que necessitaram de ser cobertas com cuidados mais delicados, devido aos seus propósitos originando a lingerie, meio que concentra a feminilidade máxima imperativa de caracteres exclusivos que completam o ser.

Por ter um lugar tão próximo da nudez, também a lingerie acompanha as mudanças urbanas, surgindo de forma pública de modo a ser vista e compreendida essencialmente na década de 60 permitindo uma exploração simbólica das peças. A moda feminina denunciou e exigiu a mudança da forma desigual que viveu para um destaque entre a sociedade onde se procurou o reconhecimento da sua capacidade intelectual independentemente dos signos físicos, estando também conscientes do poder de sedução.

De proteção da nudez a meio de sedução do próximo, e ,principalmente de si própria a função de vestir torna-se rapidamente um meio de satisfação para quem usa e quem admira, confirmando a erotização que existe na fantasia visual onde se insere o corpo e o que o adorna, provocando a sua projeção. A moda é erótica, a capacidade de transformar o corpo essencialmente a nível mental quando o pensa e idealiza de acordo os ideais de beleza de cada ciclo, de modo a construir uma sensação que irá provocar através de um meio externo uma sensação agradável interior.

“Na verdade, a decoração visa atrair a atenção dos outros, enquanto o pudor tende a ocultar as qualidades do corpo e fazê-las passar inobservadas; a decoração anda pari passu com o exibicionismo, enquanto o pudor anda a par da modéstia; a decoração gosta de revelar, o pudor tende a esconder; a decoração é busca de originalidade e o pudor de conformismo. Em suma, entre a decoração (o ornamento) e o pudor existe um conflito perene que dá origem a uma série de compromissos cujo conteúdo muda continuamente ao longo da vida .”(Baldini, 2006, p. 11)

Porque o corpo nu não detém a fluência comunicativa como o adornado, não se insere no discurso culturalmente erguido, logo a sua compreensão é limitada pela inexistência de vocabulário visual que a moda detém. A nudez dispõe da sua relação dependente com ela, sendo a sua máxima inspiração, o corpo como base para a projeção das suas criações únicas como cada pensamento que se pretende traduzir. Caberá ao criativo recolher o máximo de

informações sobre o contexto específico atual onde se encontre uma identidade do espírito da época.

A arte de vestir retém um longo processo de compressão de mensagens breves, que podem ser desconstruídas e reescritas de acordo com os diversos meios existentes, cada vez mais desenvolvidos para uma visualização global, formando uma tendência de igualizar a possibilidade de ser conhecida e adquirida. Qualquer elemento de moda de vestir faz parte de um discurso particular influenciado por diversos factores, incluindo o da sua origem criativa. Como Moore (2013) defende não basta haver boa moda, a história da marca tem de possuir analogia com a consumidora, função cada vez mais intensa com a velocidade da procura e oferta atual apresentada.

7.1. RESPOSTA À PERGUNTA DE PARTIDA DA INVESTIGAÇÃO

.Após respondidas as questões derivadas segue-se a resposta à pergunta de partida:” De que forma o erotismo domina a compreensão da moda feminina para a construção do prazer de vestir?”

Se é verdade que o erotismo é uma adoração ancestral, também é verdade que a sua definição está longe de ser inteiramente compreendida. Assim, todos os registos sobre o tema são pertinentes para o seu conhecimento. Alinhando a sua importância com a necessidade de compreender o fenómeno com os resultados práticos.

Para confirmar a moda como erótica, na medida em que estimula a mente simulando experiências subjetivas foi concluído através da análise de inquéritos que a moda íntima é necessária para a afirmação do ser feminino. Num primeiro momento uma maioria esmagadora define a lingerie como fundamental, havendo também um consumo dentro de diferentes orçamentos, o que aponta também uma diferente visão sobre a valorização e exigências mantidas sobre o próprio corpo, já que a escolha de usar moda de qualidade revela uma intuição superior.

É um item que é entendido como forma de expressão e conforto pessoal, que não excluindo a função sedutora que é esperada através da sua utilização, deposita um enorme aguardo nas peças exclusivas da mulher. Neste segundo momento entende-se uma certa esperança depositada nos itens de utilização considerada mais íntima para uma afirmação feminina necessária para a sensação de bem estar com o seu corpo e consequentemente com a sua mente, que transparece na sua atitude compreendida socialmente. Podendo ser alterada rapidamente dado as mudanças sociais e mentais que andam sempre lado a lado na intenção da sua apresentação.

7.2. REFLEXÕES FINAIS

Das considerações retiradas encontra-se o estímulo erótico como competente para a decisão de qualquer criação física apelado pela Moda. Como verificado nos resultados, a importância do adorno íntimo é semelhante independente da idade e posto das inquiridas, portanto todas estas diferenças encontram a necessidade de procurar ser cobertas e enfeitadas para algum momento. Assim, trata de elevada importância o tema de estudo aplicado, visando o conhecimento correto sobre o erotismo e a sua forma de apresentação.

É possível a materialização do erótico feminino através da sedução aplicada nas criações exaustivas apresentadas para servir o universo idealizado para a satisfação da mulher, tema assinalado recentemente na narrativa explorada. Abordar o assunto ainda compreende algumas reticências duvidosas relativas às críticas precedentes que ainda estão bastante atuais na memória social, percebe-se também uma compreensão limitada para a área da instrução que de forma pouco perceptível o acompanha abertamente porque aborda vertentes lascivas que não são consideradas próprias para discussão da comunidade civilizada com comportamentos distintos.

Tendo em vista os aspectos observados a melhor forma de propor o prazer de vestir depende de produtos de moda que promovam a erotização do corpo santuário da mulher, apostando em elevar cada vez mais o nível da relação, e, diversidade sobre as peças, influentes para o comportamento de personalidade que idealiza desempenhar.

7.3. LIMITAÇÕES E INVESTIGAÇÕES FUTURAS

No decorrer da procura e apuração surgiram algumas limitações na pesquisa bibliográfica relativamente dispersa para a sua realização concreta. Outro obstáculo encontrado foi o de haver um escasso acesso ao contributo exemplar sobre o tema de forma rigorosa e científica, que fica na tentativa de completar o estudo. Também como investigação futura propõe-se um estudo sobre as cores selecionadas sobre a lingerie e as suas potencialidades para as consumidoras.

Para as investigações futuras propõe-se a análise mais aprofundada e elaborada bibliograficamente sobre o erotismo e a sua promoção física como vertente da Moda visando a capacidade de novas descobertas sobre o ser feminino, como é pensado e informado permitindo a compreensão sobre as exaustivas mudanças registadas que lhe são inerentes. Para terminar, também se sugere um estudo de caso sobre as marcas apontadas como dominantes no mercado de modo a compreender que a percepção existente sobre as mesmas corresponde à sua utilização. Reduzindo qualquer incerteza sobre este tema tão particular e

elaborado que detém uma grande importância para a comunidade feminina ao longo da sua vivência.

BIBLIOGRAFIA

Acom, A. C. (2010). Experiência Estética: A Moda em algumas intersecções com a arte futurista e surrealista. *Iara- Revista de Moda, Cultura e Arte*. Disponível em: : http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wpcontent/uploads/2015/01/10_IARA_v0l3_n3_Artigo.pdf. Visitado em 15/05/2018

Alberoni, F. (1997). *O Erotismo*. Círculo de Leitores.

Almeida, L., Silva, R., & Santos, R. (2007). Um olhar sobre corpo e moda em psicanálise, 1-25. Disponível em : <http://www.psicologia.pt/artigos/textos/TL0064.pdf>. Visitado em 30/01/2018

Ana Lúcia Pires Correia. (2012). *AUTOCONCEITO*. Lisboa. Disponível em : <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/11008/1/DM-ALPC-2012.pdf>. Visitado em 7/02/2018

Araujo, D., & Schemes, C. (2011). CORPO , SAÚDE E VESTIMENTAS : O (DES) CONFORTO FEMININO E A LINGERIE , ANÁLISE DE ANÚNCIOS. Disponível em: <https://www.corpo+saude+e+vestimentas&oq=corpo+saude+e+vestimentas&aqs=chrome..69i57j0l5.4594i0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8>. Visitado em 1/03/2018

Baldini, M. (2006). *A INVENÇÃO DA MODA*. Edições 70.

Bataille, G. (1987). *O Erotismo*. Antígona.

Berger, M. (2008). Corpo e identidade feminina - Parte 1. Disponível em: http://www.mirelaberger.com.br/mirela/download/corpo_e_identidade_apresentacao.pdf. Visitado em 2/05/2018

Brembatti, K., & Taketani, Y. (2016). Moda e Identidade. *Comunicação- Reflexões, Experiências, Ensino*, 9-16. Disponível em: <http://ojs.up.com.br/index.php/comunicacao/article/view/531/200>. Visitado em 17/11/2017

Buarque, D. C. (2006). *O artifício, a moda, o corpo: ritos da sedução* (Vol. 2002). Disponível em : <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0765-1.pdf>. Visitado em 26/04/2018

Bueno, M. S. (2017). A LINGERIE COMO AUXILIAR NA FORMAÇÃO DA AUTOESTIMA FEMININA. *INICIAÇÃO CIENTÍFICA DE DESIGN E MODA*, 1-8. Disponível em: <http://docplayer.com.br/59749930-A-lingerie-como-auxiliar-na-formacao-da-autoestima-feminina.html>. Visitado em 28 /02/2017

Bueno Fernandes, A. C. (2010). *CORPO ESPARTILHADO E CORPO LIBERTADO*. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/28758/000772703.pdf?sequence=1>. Visitado em 3/03/2018

Camara, S., Pimentel, C., & Medeiros, V. (2016). *MODA ÍNTIMA : DO IMAGINÁRIO FEMININO A CONTEMPORANEIDADE DA LINGERIE*. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20moda%20-%202016/COMUNICACAO-ORAL/CO-03-Cultura/CO-03-MODA-INTIMA-DO-IMAGINARIO-FEMININO-A-CONTEMPORANEIDADE-DA-LINGERIE.pdf>. Visitado em 1/03/2018

Campos, Q. A. (2010). *CONSIDERAÇÕES SOBRE MODA*; v.3 N°3. Disponível em: http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/05_IARA_vol3_n3_Dossie.pdf. Visitado em 17/05/2018

Cardoso, A. A. (2014). *A Criação do Vestuário Feminino*. Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.trabalhosfeitos.com/ensaios/a-Cria%C3%A7%C3%A3o-Do-Vetu%C3%A1rio-Feminino/56907396.html>. Visitado em 17/12/2017

Castanho, C. (2005). *Lingeries Glamourosas*. Disponível em : <http://tcconline.utp.br/wp-content/uploads/2013/05/LINGERIES-GLAMOUROSAS.pdf>. Visitado em 16/02/2018

Cidreira, P. R. (2008). *Moda e estilo : introdução a uma estética da moda **. n°36. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/4414/3314>. Visitado em 17/05/2018

Cordeiro, M. (2011). *O valor do corpo na construção da identidade*. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/index.php/estudosdecomunicacao/article/viewFile/22354/21452>. Visitado em 29/04/2018

Cruz, Z., Augusto, C., Vieira, F., & Natt, E. (2012). *O processo de transferência de significados : um estudo sobre o consumo simbólico de lingerie por mulheres de baixa renda. Comunicação,Mídia e Consumo*. Disponível em:

<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/315/pdf>. Visitado em 28/02/2018

Dias, W. S. (2015). *O sex-appeal do inorgânico : reflexões sobre moda e fetichismo sexual em Walter Benjamin*. Disponível em: <http://www.periodicos.unimontes.br/poiesis/article/view/385>. Visitado em 17/04/2018

Domingues, J. (2017). *EROTISMO E SEXUALIDADE: POSSIBILIDADES DE ENGENDRAMENTO*. Disponível em: http://www.sbece.com.br/resources/anais/7/1495418704_ARQUIVO_Textocompleto-Estudosculturais2017-JosianeDomingues.pdf. Visitado em 19/04/2018

Duarte, Cristina L. (2004) *O que é Moda*. Quimera.

Embacher, A. F. (1996). *Moda e identidade - A importância do vestuário no ponto de vista psicológico no processo de desenvolvimento da identidade de jovens do sexo feminino*. Anhembi Morumbi São Paulo.

Ferreira, C. M., & Aragão, A. M. C. (2015). *A expressão social da roupa como estímulo à violência contra a mulher*. Disponível em: http://www.modadocumenta.com.br/anais/anais/5-Moda-Documenta-2015/02-Sessao-Tematica-Design-Moda-e-Cultura-Digital/Carla-Moura_CamilaAragao_ModaDocumenta2015_A-expressao-social-da-roupa....pdf. Visitado em 29/04/2018

Fogg, Marnie (2014) *Quando a Moda é genial*. G.Gilli Ltda

Gellacic, G. B. (2013). *UMA BREVE HISTÓRIA DAQUILO QUE NÃO SE VÊ : AS LINGERIES E AS FUNÇÕES SOCIAIS FEMININAS* (Vol. 10). Disponível em: http://www.fg2013.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/20/1380742751_ARQUIVO_UMA_BREVE_HISTORIA_DAQUILO_QUE_NAO_SE_VE.pdf. Visitado em 9/02/2018

Gomes da Silva, S. (2010). Preconceito e Discriminação: As Bases da Violência Contra a Mulher. *PSICOLOGIA; CIÊNCIA E PROFISSÃO*, 30(3), 556-571. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/262702619_PRECONCEITO_E_DISCRIMINACAO_AS_BASES_DA_VIOLENCIA_CONTRA_AS_MULHERES_Prejudice_and_discrimination_the_bases_of_violence_against_women. Visitado em 20/04/2018

Gonçalves, F. (2017). *Moda e Teoria Queer : Por uma Moda Emancipada e Emancipatória*.

Gostinski, C. (2009). RELEVÂNCIAS DA HISTÓRIA DA MODA : DOS ANOS 10 À VIRADA DO SÉCULO XX, 48-91. Disponível em: http://www.intelectoc.com.br/files/artigos/Relevancias_da_historia_da_moda_dos_anos_10_a_virada_do_seculo_XX.pdf. Visitado em 7/03/2018

Gracino Viana, C. (2013). *Desenvolvimento de Coleção de Roupas Femininas para Momentos Íntimos*. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/POSTER/EIXO-1-DESIGN_POSTER/Desenvolvimento-de-colecao-de-roupas-femininas-para-momentos-intimos.pdf. Visitado em 11/02/2018

Grant, Linda (2009) *A arte de vestir, o que a roupa diz sobre nós*. Civilização Editora

Iwanow Carvalho, C. S. de. (2016). *Infográfico: Moda como expressão da identidade feminina*. Disponível em: https://moda+expressao+da+identidade+feminina&oq=moda+expressao+da+identidade+feminina&gs_l=psy-ab. Visitado em 27/04/2018

Juliana, B. (2016). *MODA , DESIGN DE MODA E AS RELAÇÕES DE PRAZER PROVOCADOS PELO VESTUÁRIO*. Disponível em <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20moda%20-%202016/COMUNICACAO-ORAL/CO-01-Design/CO-01-MODA-DESIGN-DE-MODA-E-AS-RELACOES-DE-PRAZER-PROVOCADOS-PELO-VESTUARIO.pdf>. Visitado em 26/04/2018

Kratz de Sousa, L. (2010). *As Vivências dos Designers de Moda em relação ao seu trabalho : uma abordagem psicodinâmica*. Disponível em: <http://tede2.pucgoias.edu.br:8080/handle/tede/1776#preview-link0>. Visitado em 15/05/2018

Krause, Rubén (2005) *Erotismo, a cultura libertina*. Editorial Estampa.

Leão Teixeira, L. H. de O. (2015). *História da moda: a estética da indumentária no período do renascimento*. Disponível em: <ftp://revista.ciesa.br/R3/MOD01.pdf>. Visitado em 28/02/2018

Leoratto, D., & Araújo, D. (2013). Alterações da silhueta feminina : a influência da moda. v.35,n.3, 35. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbce/v35n3/14.pdf>. Visitado em 1/01/2018

Lins, B. (2012). *Construção da Identidade Feminina nos Cordéis Sul-Baianos The Construction of Female Identity in Southern Bahia Cordel Literature* (Vol. 2). Disponível em: [https://www.google.pt/search?q=Constru%C3%A7%C3%A3o+da+Identidade+Feminina+nos+Cord%C3%A9is+Sul-](https://www.google.pt/search?q=Constru%C3%A7%C3%A3o+da+Identidade+Feminina+nos+Cord%C3%A9is+Sul-Baianos&aq=chrome..69i57.11960j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8)

[Baianos&aq=chrome..69i57.11960j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.pt/search?q=Constru%C3%A7%C3%A3o+da+Identidade+Feminina+nos+Cord%C3%A9is+Sul-Baianos&aq=chrome..69i57.11960j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8). Visitado em 29/04/2018

Lipovetsky, G. (1987). *O Império do Efêmero*. França. Dom Quixote.

Lopes, M. (2010). Para a história conceitual da discriminação da mulher. *Cadernos de Filosofia Alemã*, nº15, 81-96. Disponível em:

<http://www.revistas.usp.br/filosofiaalema/article/view/64831>. Visistado em 20/04/2018

Lopes, S., & Borges, S. (2015). A representação do Erotismo na Arte e na Literatura. Disponível em: <https://www.revistamirabilia.com/sites/default/files/pdfs/20-09.pdf>.

Visitado em 17/04/2018

Lurie, Alison (1997) *The language of Clothes*. Vintage Books.

Magalhães Oliveira, S. P. (2009). *A MULHER DO RENASCIMENTO*. Disponível em <https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/1374/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20Mestrado%20Susana%20Oliveira.pdf>. Visitado em 22/02/2018

Maria, C., Carlos, G., & Santos, S. (2012). O Género e as Roupas, 92-103. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rap/article/view/8635736>. Visitado em 30/01/2018

Mendes, P. (2013). *A importância da linguagem do vestuário e a influência da globalização sobre a mesma*. Disponível em

https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/1724/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Final_PL%C3%A1cida%20Mendes.pdf. Visitado em 11/05/2018

Mendes Araújo Vieira, O. M. (2006). *A imagem da mulher nas propagandas de lingerie*. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/277733620_A_IMAGEM_DA_MULHER_NAS_PROPAGANDAS_DE_LINGERIE. Visitado em 10/03/2018

Mesquita, C. (2009). *A evolução do vestir*. v.2. Disponível em

http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/IARA_vol2_n2_Completa_2009.pdf. Visitado em 22/05/2018

Moore, Gwyneth (2013) *Promoção de Moda*. G.Gilli ltda

Nogueira, C. (2001). Feminismo e Discurso do Género na psicologia Social Conceição, 1-28. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/4117/1/feminismo%20e%20discurso%20do%20g%C3%A9nero%20na%20psicologia%20social.pdf>. Visitado em 21/04/2018

Oliveira, A., Torres, T., & Cantanhêde, T. (2015). CORPO NU: uma análise do ensaio fotográfico de nudez como arte, (2004), 115-125. Disponível em http://www.cambiassu.ufma.br/cambi_2015.1/corpo_nu.pdf. Visitado em 22/05/2018

Oliveira, M. (2013). Vestir , seduzir e significar: da dimensão simbólica da moda ao imaginário erótico contemporâneo. *Comunicação e Sociedade*, vol.24. Disponível em: <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1780>. Visitado em 15/04/2018

Pedro, C. B. (2010). *As conquistas do movimento feminista como expressão do protagonismo social das mulheres*. Disponível em: <http://www.uel.br/eventos/gpp/pages/arquivos/1.ClaudiaBraganca.pdf>. Visitado em 21/04/2018.

Pereira, J. (2009). *MADAME SHER CORSETS: Em busca de reconhecimento no mercado internacional*. Disponível em: http://www2.espm.br/sites/default/files/madame_sher_corsets.pdf. Visitado em 2/03/2018

Peruzzolo, A. C. (2010, Novembro). Persuasão , Erotismo e Sedução. *Comunicação, Mídia e Consumo*, v.7, n.20, 18. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/287>. Visitado em 17/11/2018

Quivy, R., & Campenhoudt, L. Van. (2013). *Manual de Ivestigação em Ciências Sociais* (6ª ed.). Lisboa: Gradiva.

Queirós, Eça (2016) *A relíquia* . Clássicos Porto Editora

Rodrigues, A. B. (2011). *A MODA E A SEDUÇÃO DAS APARÊNCIAS*. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/31801>. Visitado a 11/05/2018

Rodrigues, F. (2009). A nudez no jogo do erótico e do sensível. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/6470>. Visitado em 19/12/ 2017

Saldanha Iensen, T. (2014). *O SEGREDO DE VICTORIA: UM ESTUDO SOBRE AS ESTRATÉGIAS PUBLICITÁRIAS EVIDENTES NO VICTORIA'S SECRET FASHION SHOW*. Disponível em: <https://lapecpp.files.wordpress.com/2011/05/o-segredo-de-victoria-um-estudo-sobre-as-estrategias-publicitarias-evidentes-no-victorias-secrets-fashion-show-tads-iensen.pdf>. Visitado em 10/03/2018

Santos, F. (2007). *Da sedução ao merchandising , o fetiche e o empreendedorismo que envolvem a indústria de lingerie*. Disponível em: <http://pantheon.ufrj.br/handle/11422/588>. Visitado em 10/02/2018

Silva, C., & Camurça, S. (2013). Feminismo e Movimentos de Mulheres. *Mulheres em Movimento*. Disponível em: <http://soscorpo.org/wp-content/uploads/Feminismo-e-Movimento-de-Mulheres-2013-2a-edicao.pdf>. Visitado em 21/04/2018

Silva, K., Assis, L., & Lopes, F. (2012). «*Madonna no chão*»: um estudo sobre fetichismo, moda e indústria cultural em peças publicitárias da Dolce e Gabbana. Disponível em: http://www.anpad.org.br/adm/pdf/2012_EnEO30.pdf. Visitado em 1/06/2018

Simili Guilherme, I. (2016). *As roupas como documentos nas narrativas históricas*. Disponível em: <http://pem.assis.unesp.br/index.php/pem/article/view/484/885>. Visitado em 8/05/2018

Soares, G. (2016). *A REPRESENTAÇÃO DO ERÓTICO E DA SEXUALIDADE NO STAR SYSTEM*. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20moda%20-%202016/COMUNICACAO-ORAL/CO-03-Cultura/CO-03-A-representacao-do-erotismo-e-da-sexualidade-no-star-system.pdf>. Visitado em 20/05/2018

Svendsen, L. (2010). *Moda, uma Filosofia*. (Zahar, Ed.). São Paulo.

Ticianel, M. A. (2007). *Diferentes imagens de enunciatário em anúncios de lingerie*. Disponível em: <https://www.google.pt/search?q=Diferentes+imagens+de+enunciat%C3%A1rio+em+an%C3%BAnuncios+de+lingerie.&aq=chrome..69i57.4392j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>. Visitado em 2/04/2018

Xefonte. (2008). *Banquete, Apologia de Socrates*. Série Textos.

ANEXOS

ANEXO 1.QUESTIONÁRIO

O questionário apresentado enquadra-se numa investigação no âmbito de uma tese de Mestrado em Design de Moda, orientada pelo Prof. Doutor José Mendes Lucas realizado na Universidade da Beira Interior (UBI)

Tem como objetivo de compreender a posição que ocupa a relação sedutora entre a mulher e a moda, sendo o mesmo destinado exclusivamente ao público de género feminino. Os resultados obtidos serão utilizados apenas para fins académicos.O questionário é anónimo, assim, todas as respostas serão confidenciais .

As questões são breves, e a sua sinceridade fundamental para resultado de estudo correto. Obrigada pelo seu tempo e colaboração.

IDADE:

PROFISSÃO:

Grupo I

1.1-Interpreta a compra de lingerie uma aquisição luxuosa ?

Sim()

Não(.)

Outro:_

1.2-Descreveria roupa íntima como “fundamental” na sua indumentária ?

Sim (.)

Não (.)

Outro:_

1.3- Usa lingerie diariamente?

Sim (.)

Não (.)

Outro:_

1.4- Qual o valor máximo que está disposta a gastar em lingerie?

Entre 20 € a 30 € (.)

Entre 40 a 60 € (.)

Entre 70 € a 100 € (.)

Outro: _

1.5-Quais as principais preocupações ao adquirir uma peça de lingerie?

Qualidade (.)

Conforto (.)

Cor (.)

Design(.)

Outro :_

1.6- Considera a utilização de lingerie uma afirmação da sedução e poder feminino?

Sim (.)

Não (.)

Outro :_

1.7- A seu ver, a sedução é uma forma de comunicação?

Sim (.)

Não(.)

Outro (.)

1.8- Já utilizou roupa íntima de forma ostensiva ao olhar (exemplo: brallete)?

Sim(.)

Não (.)

1.9- Tem alguma marca de lingerie de eleição?

Sim(.)

Não(.)

Se sim, qual :_

GRUPO II

2.1- Qual é a sua cor de eleição nesse tipo de peças?

2.2-Qual é a sua peça íntima de eleição?

2.3- O que espera sentir quando usa lingerie?

3.3-Gostaria de acrescentar alguma informação ou sugerir algum assunto relacionado que não tenha sido abordado no questionário?
