IV enanparq
Encontro da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo
Porto Alegre, 25 a 29 de Julho de 2016

IMAGINÁRIO ESPACIAL E REPRESENTAÇÕES DA 'MULHER MODERNA' NOS PERIÓDICOS BRASILEIROS DE MODA E DECORAÇÃO (1960-1970)

SESSÃO TEMÁTICA: ARQUITETURA, GÊNERO E SEXUALIDADE

Pamela Bostelmann
UTFPR
pam.bostelmann@yahoo.com.br

Marinês Ribeiro dos Santos
UTFPR
ribeiro@utfpr.edu.br

IMAGINÁRIO ESPACIAL E REPRESENTAÇÕES DA ‘MULHER MODERNA’ NOS PERIÓDICOS BRASILEIROS DE MODA E DECORAÇÃO (1960-1970)

RESUMO

Neste trabalho, apresentamos aspectos relacionados às opções teóricas que estão pautando o desenvolvimento de uma pesquisa de mestrado acerca do design afiliado à linguagem espacial produzido no Brasil nas décadas de 1960 e 70. O imaginário mobilizado pela corrida espacial no período pós-guerra inspirou uma iconografia que ajudou a compor as materialidades cotidianas em diálogo com a revolução comportamental iniciada nos anos 1960 e com os avanços tecnológicos da época, tornando-se uma importante fonte de inspiração nos diversos campos da produção cultural.O objetivo do texto é discutir conceitos e categorias de análise utilizadas para responder à pergunta de pesquisa: “quais as articulações entre as relações de gênero e o repertório material inspirado pelo imaginário espacial, a partir dos recursos imagéticos e textuais veiculados em periódicos brasileiros?”. O recorte do estudo está centrado nas representações de interiores domésticos e mobiliário divulgados pela revista *Casa & Jardim* em articulação com editoriais de moda no vestuário divulgados pela revista *Claudia*. A escolha por privilegiar a articulação entre decoração de interiores e vestuário se dá em função da percepção acerca de como o diálogo entre essas materialidades podia influenciar as escolhas individuais, caracterizando-se como parte integrante na construção de identidades de gênero, classe e de geração. Os títulos escolhidos publicaram diversas reportagens e anúncios publicitários inspirados pela iconografia espacial durante o período em estudo. Com a argumentação aqui defendida, pretendemos evidenciar que as materialidades dos interiores domésticos e do vestuário inspirados pela iconografia espacial atuavam como dispositivos que criavam e reforçavam representações de feminilidades. Queremos, com isso, investigar como os corpos femininos são construídos nesse processo e como a figura da “mulher moderna” está sendo atualizada juntamente às tranformações nas formas de domesticidades.

Palavras-chave: Interiores domésticos. Design brasileiro. Relações de Gênero.

SPACE IMAGERY AND REPRESENTATIONS OF THE “MODERN WOMAN” IN BRAZILIAN’S FASHION AND DECORATION MAGAZINES (1960s-1970s)

ABSTRACT

In this paper, we present aspects related to theorical options that are guiding the development of a Master's research about design affiliated with spage age language produced in Brazil in the 1960s e 70s. In the post-war period, the imagery mobilized by the space race inspired an iconography that helped compose the daily materiality in dialogue with the behavioral revolution started in the 1960s and with the technological advances of the time, making it an important source of inspiration in various fields of cultural production. The aim is to discuss concepts and categories that will be used to answer the following question: “Which are the links between the gender relations and the visual repertoire inspired by space imagery, from the pictorical and textual resources served in brazilian’s magazines?”. The study is focused on furniture and domestic interior representations featured by *Home & Garden* magazine along with the fashion editorials featured by *Claudia* magazine. This choice is based on the perception we had of how the dialogue between these materiality could influence individual choices, being characterized as an integral part in the construction of gender identities, class and generation. The selected titles published several articles and advertisements inspired by the space age iconography during the period of the study. With the argument here argued we aim to highlight that the materiality of domestic interiors and clothing acts as devices that create and reinforce femininity representations. We aim to investigate how women's bodies

are built in this process and how the figure of the " modern woman" is being upgraded along with updates on domesticity.

Keywords: domestic interior. Brazilian Design. Gender relations.

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo faz parte de uma pesquisa de mestrado em desenvolvimento que tem como objetivo investigar a construção da figura feminina “moderna” associada à linguagem da era espacial. O imaginário mobilizado pela corrida espacial disputada entre as duas superpotências emergentes da Segunda Guerra Mundial, os EUA e a URSS, foi um importante recurso incorporado pela linguagem *pop* para dialogar com as conquistas tecnológicas em curso, sendo evocado na criação de diversos produtos nas décadas de 1960 e 70.

Neste texto apresentamos alguns conceitos e categorias que serão utilizados para responder à pergunta de pesquisa: “quais as articulações entre as relações de gênero e o repertório visual inspirado pelo imaginário espacial, a partir dos recursos imagéticos e textuais veiculados em periódicos brasileiros?”. A partir do que já foi desenvolvido, percebemos uma articulação entre o vestuário e a decoração na construção da figura da “mulher moderna”. Nos interessa compreender as materialidades afiliadas à linguagem espacial como parte integrante na construção de identidades de gênero, classe e geração.

Como fonte de pesquisa definimos os discursos textuais e imagéticos veiculados nos periódicos *Casa & Jardim* e *Claudia*, entre as décadas de 1960 e 1970. Delimitamos a pesquisa a esses periódicos em função da temática que ambos apresentam, que nos ajuda a pensar na articulação entre vestuário e decoração. *Casa & Jardim* foi o primeiro título especializado no arranjo dos interiores domésticos publicado no Brasil, tendo iniciado suas publicações em 1952. Já *Claudia* foi a revista pioneira na produção de reportagens sobre moda, sendo lançada em 1961 pela Editora Abril[1]. Além disso, um número significativo de exemplares dos dois periódicos está disponível para consulta no acervo da Biblioteca Pública do Paraná.

---

[1] A revista Manequim, também da Editora Abril, foi lançada em 1959. No entanto, apesar de abordar moda como um de seus assuntos principais, o foco estava nos moldes de roupas para as leitoras copiarem e nas fotonovelas.

Nesse artigo, para discutir a articulação entre vestuário e decoração serão problematizados conceitos que se mostram importantes para a compreensão dessa conexão. A partir da noção de domesticidades, pretendemos entender como ocorreu a construção da relação das mulheres com o espaço doméstico. Para tanto, recorremos à autoras como Penny Sparke (2008), Beverly Gordon (1996) e Vânia Carneiro de Carvalho (2008). Em seguida, apresentamos características e exemplos da linguagem espacial incorporada no mobiliário e nas roupas. Por fim, propomos pensar nas materialidades como tecnologias de gênero que estão construindo o corpo feminino, de acordo com o conceito de Teresa de Lauretis (1994), visando contribuir para uma reflexão sobre a construção de identidades femininas a partir da relação com as materialidades.

2. DOMESTICIDADES

Nessa seção trabalhamos com o conceito de domesticidades para entender a relação histórica das mulheres com o espaço doméstico. Joanne Hollows (2008) afirma que no período anterior ao processo de modernização das sociedades as moradias eram caracterizadas como espaços onde homens, mulheres e crianças contribuíam para a produção econômica e para a reprodução da vida em família. Foi o processo de industrialização e urbanização que segregou a casa e o trabalho remunerado em esferas diferentes, com funções, significados e valores específicos (HOLLOWS, 2008). Essa ideia das esferas separadas se consolidou no contexto dos valores da família burguesa, nuclear, branca e heterossexual, e reformulou a noção de casa como espaço privado, refúgio da família e da vida pessoal. Em contrapartida, o espaço público foi caracterizado como o lugar do trabalho, da política e da economia (HOLLOWS, 2008). O espaço público passou a ser fortemente identificado como um espaço masculino, em oposição ao privado que foi caracterizado como feminino.

Hollows (2008) afirma que, nesse contexto, a família ideal era estruturada pela ideia de um homem provedor, responsável pelo suporte econômico da esposa e das crianças. A mulher, uma vez que financeiramente dependente do marido, ficava responsável pela manutenção da casa e educação dos filhos. Mas a autora aponta que mesmo no contexto da classe-média esse ideal não era completamente reproduzido, muito menos nas classes mais baixas nas quais, não tendo a família condições econômicas, as mulheres precisavam trabalhar fora de suas moradias.

Para a autora, essa ideia da separação das esferas sustenta a forma de organização das sociedades modernas. A partir dela, consolidou-se a noção de que as mulheres seriam naturalmente preparadas para as funções do lar. Contudo, os homens também exerceram papel fundamental no reforço da noção de domesticidade. Hollows (2008, p. 19) explica que "por causa do papel masculino de provedor, aos homens foi requisitado um forte engajamento no competitivo mundo do trabalho, assim eles eram os mais prováveis membros da família a viver a casa como um 'refúgio' da esfera pública" [2]. Com isso, acentuou-se a ideia da mulher como cuidadora do lar e responsável pelo conforto da família.

No entanto, a associação do espaço público com a produção e ganho financeiro fez com que todo o trabalho extensivo para manter e produzir o lar fosse 'camuflado', como se não existisse (HOLLOWS, 2008). Isso aconteceu por tratar-se de um trabalho sem rendimentos financeiros numa sociedade que valoriza as atividades mercantis. Joan Scott (2007) aponta que a construção dos significados sociais é sempre relacional e permeada por hierarquias que são construídas em termos de diferenças. A valorização do trabalho no espaço público foi construída em oposição ao trabalho realizado dentro de casa. Assim, percebe-se que a noção de esferas separadas foi construída de forma a atribuir significados opostos entre a casa e o trabalho, identificados como, respectivamente, espaços femininos e masculinos, reforçando desigualdades nas relações de gênero.

Hollows aponta também para a importância da cultura material doméstica na ideia da distinção das esferas. Essa imagem da casa como um espaço pacífico, um abrigo contra o caos do mundo público, era reforçada através de diversas escolhas de decoração. Hollows (2008) e Sparke (2008) afirmam que, no contexto da casa Vitoriana do século XIX, por exemplo, essas escolhas envolviam o uso de cores claras, texturas e superfícies macias, além de referências à natureza. Assim, podemos pensar nas escolhas das materialidades, que fariam parte da decoração, como estratégias de afirmação do lar enquanto um refúgio, fortalecendo também a relação das mulheres com o espaço doméstico, pois estas eram responsáveis pela decoração (SPARKE, 2008).

Todavia, Hollows (2008) e Sparke (2008) ponderam que as esferas nunca foram de fato totalmente separadas. A ideia abstrata de separação era, na prática, fluída e

---

[2] Tradução livre do orginal: "because the masculine role of breadwinner required men to engage in the competitive world of the market, they were also the family members most likely to experience the home as 'haven' from the public sphere".

móvel. Segundo Sparke (2008) a ideologia para manter as esferas como separadas era extremamente influente, mas também o eram as forças que procuravam romper com essa divisão. Apesar do esforço para posicionar os espaços públicos e privados em extremos opostos, as tensões entre essas esferas eram constantes e os próprios ambientes eram configurados de forma híbrida. A autora evidencia, então, que certos valores ligados ao espaço privado passaram também a fazer parte da esfera pública. Sparke (2008) argumenta que a linguagem dos interiores domésticos passou para esfera pública dos cafés, restaurantes, clubes femininos, hotéis, lojas de departamentos, entre outros lugares, da mesma forma que o oposto também ocorreu. Prescrições relacionadas ao espaço público foram incorporadas ao espaço privado, por exemplo, nas cozinhas domésticas configuradas de acordo com os princípios de racionalização e da organização do traballho nas fábricas, evidenciando-se assim a instabilidade dessa divisão.

Para Penny Sparke (2008) a ideologia das esferas separadas criou um espaço onde as subjetividades femininas modernas foram amplamente negociadas. A autora explica que, a partir da metade do século XIX, a ideia de construção da identidade feminina expressa por meio da decoração de suas casas estava bastante difundida. Vânia Carneiro de Carvalho (2008), ao problematizar as relações entre as identidades de gênero e os artefatos – através da organização material dos espaços domésticos da burguesia paulistana entre os anos de 1870 e 1920 – afirma que estes são portadores de valores sociais e são fundamentais na “formação de identidades sociais diferenciadas pelo gênero” (CARVALHO, 2008, p. 26).

Considerando a relação dos artefatos na constituição dos sujeitos, a autora desenvolveu as noções de ações centrípetas e centrífugas. As ações centrípetas caracterizam o processo de construção de identidades masculinas. A partir desse conceito, a relação entre o corpo e os artefatos é orientada segundo um princípio auto-referencial, que estimularia o desenvolvimento de uma identidade masculina fortemente individualizadora. Assim a individualidade masculina é constituída e reforçada nos ambientes domésticos. Já a ação centrífuga é "uma forma abrangente e difusa de produção de representações femininas no espaço doméstico, [que] inclui ativamente o corpo na constituição de sua identidade. O resultado disso é uma continuidade entre corpo, objeto e espaço da casa [...]" (CARVALHO, 2008, p. 223). Dessa forma, a identidade feminina é pouco individualizada em função da ampla e inespecífica forma com que ocupa o espaço doméstico e, ao mesmo tempo, da naturalização dessa relação.

Beverly Gordon (1996), ao analisar o contexto norte-americano, destaca que a relação entre corpo e espaço doméstico se tornou particularmente associada às mulheres, sendo que essa ideia permance até a atualidade. Para a autora, a naturalização da decoração como prática feminina fez com que as mulheres fossem vistas como uma personificação da casa. Gordon afirma que

> [...] A conexão entre as mulheres e suas casas na cultura da classe média ocidental era tão forte que ajudou a moldar a percepção de ambas. Neste período (final do século XVIII e início do XIX), o que parecia ser uma analogia – mulheres e interiores eram um como o outro – foi transformado em sinônimo. As mulheres eram vistas como uma personificação da casa, e em troca, a casa era vista como uma extensão delas – uma extensão de seu eu físico e corporal[3] (GORDON, 1996, p. 282).

Ocorria assim, uma fusão metafórica entre o corpo feminino e o espaço doméstico em função da ausência de distinções entre eles. A codificação do mobiliário e da decoração servia como suporte para a auto-construção da identidade feminina (SPARKE, 2008). Além da configuração dos interiores, o vestuário também fazia parte dessa relação. Segundo Sparke (2008),

> Ambos desempenharam um papel importante na formação de identidades modernas (particularmente femininas). Em suas capacidades como camadas materiais e espaciais em torno do corpo, as roupas e os interiores tiveram um papel importante no processo da "interioridade", através da qual os sujeitos modernos desenvolveram uma noção de "si". Essa ligação foi primeiramente desenvolvida na esfera privada, mas enquanto as mulheres moviam-se para a arena pública, moveu-se com elas para o mercado do consumo (SPARKE, 2008, p. 74)[4].

Em outras palavras, a articulação das materialidades das roupas e da decoração tem uma função importante na construção da 'interioridade' dos sujeitos, especialmente femininos, auxiliando no desenvolvimento da consciência de suas identidades. Dessa forma, a relação entre o vestuário e a decoração constrói o corpo feminino como parte do entorno doméstico. A ação centrífuga que, como visto, significa uma forma abrangente e difusa de produção de representações femininas no espaço doméstico, inclui ativamente o corpo na constituição das identidades de gênero (CARVALHO, 2008).

---

[3] Tradução livre do original: (...) the connection between women and their houses in Western middle-class culture was so strong that it helped shape the perception of both. In this period it seemed that a simile – women and interiors were like one another - was transformed into a synonym. The woman was seen as the embodiment of the home, and in turn the home was seen as an extension of her – an extension of both her corporeal and spiritual self."

[4] Tradução livre do original: "Both played a key role in identity formation, especially in the creation of (particularly feminine) modern identities. In their capacity as material and spatial layers around the body dress and interior both played a role in the process of 'interiority' through which modern subjects developed a notion of 'themselves'. That link developed first within the private sphere but, as women went into the public arena, moved out with them into the marketplace".

Penny Sparke (2008) destaca que muitas mulheres faziam a decoração de suas próprias casas de forma amadora. Por isso, recorriam à literatura disponível no mercado como referência para as composições. Nisso, mídias como as revistas de decoração e moda feminina tiveram um papel fundamental na disseminação das informações (SPARKE, 2008). Nos anos 1970, a partir da investigação acerca da linguagem inspirada no imaginário espacial, percebemos a atualização dessas estratégias de associação do corpo feminino ao espaço doméstico sendo veiculada por meio das revistas de moda e decoração. Na próxima seção apresentamos as características dessa linguagem espacial e, em seguida, trabalhamos com o conceito de tecnologia de gênero para problematizar a relação das materialidades na construção das subjetividades femininas.

3. A LINGUAGEM ESPACIAL

Os anos de 1960 e 70 foram marcados por diversas manifestações culturais protagonizadas pela juventude da época na busca por renovações nos valores e práticas sociais. Uma das formas que a juventude encontrou para expressar seus valores e aspirações foi através da linguagem do movimento *pop*, “corrente estética ligada à juventude urbana de camadas médias e aos movimentos de contracultura” (SANTOS, 2010, p. 25). O *pop* nasceu em um período de crescimento econômico, de ascensão da cultura jovem, de diversas mobilizações sociais – como os movimentos *hippie*, negro, *gay* e feminista – além de grande efervescência no mundo da moda, da música e das artes. O *pop* ocorreu primeiramente na Inglaterra e nos EUA, mas logo se espalhou para diversos outros países, incluindo o Brasil. O termo que define o movimento é uma referência à “cultura popular”, entendida como a produção cultural relacionada às mídias de massa, como o cinema, a televisão e as revistas ilustradas de grande circulação (SANTOS, 2010). A linguagem *pop*, irônica, irreverente e por vezes bem humorada, foi expressa nos campos das artes plásticas, da música, do cinema, do vestuário e, também, do design de produtos (SANTOS, 2010). Entre suas referências estavam os produtos industrializados, as embalagens, os anúncios publicitários, as histórias em quadrinhos e as celebridades hollywoodianas.

Frequentemente, os artefatos afiliados ao design *pop* eram de baixo custo e qualidade, mas a descartabilidade estava de acordo com a obsolescência do consumo, logo tornando-se parte atrativa da produção *pop* (BHASKARAN, 2005). Essas concepções efêmeras incentivavam a troca de mercadorias, já que não

duravam muito. Mas isso era uma resposta ao desejo constante da juventude por novidades (SANTOS, 2010). Em função de sua conexão com a juventude, a linguagem *pop* também sustentava "novos padrões de uso do corpo no espaço doméstico" propondo comportamentos e posturas corporais mais relaxadas e informais (SANTOS, 2010).

Como forma de diversificar a oferta de produtos, o *pop* dialogou com diversas fontes de inspiração. Entre elas, os avanços tecnológicos articulados ao imaginário espacial. O cenário político internacional pós Segunda Guerra Mundial foi marcado pela oposição entre as duas superpotências emergentes, os EUA e a URSS, na chamada Guerra Fria (HOBSBAWN, 1995). Não havendo o combate direto, a corrida espacial – disputa entre os programas de pesquisa espacial das nações envolvidas, iniciada com o lançamento do satélite Sputnik em 1957 pela URSS – e a corrida armamentista – na qual os envolvidos buscavam adquirir armas nucleares – foram os principais campos de conflito (HOBSBAWN, 1995). Segundo Jane Pavitt (2008, p. 8) isso "fomentou uma cultura de desconfiança, vigilância e espionagem, o que teve grande impacto na arte, no design, no cinema e na literatura do período"[5].

Apesar das preocupações com uma possível guerra, essa época foi marcada por uma visão otimista de futuro que, em parte, também foi reforçada pela afirmação do então presidente John F. Kennedy de que os astronautas norte-americanos iriam caminhar na lua antes do final da década (GARNER, 2008). As conquistas tecnológicas impulsionadas pelo programa espacial pareciam determinadas a transformar ficção científica em fatos científicos e a possibilidade de estilos de vida maravilhosos surgia como uma promessa (GARNER, 2008). A população passou a ver com otimismo as possibilidades tecnológicas e o seu uso para um futuro melhor. Os impactos da era espacial foram, a partir disso, sentidos na moda e no design.

Sendo assim, o imaginário espacial serviu de inspiração para a criação de diversas produções associadas ao design *pop*. Essas produções ganharam relevo na revista *Casa & Jardim*, no final da década de 1960 e início de 70, como uma forma de configurar espaços domésticos voltados para a juventude (SANTOS, 2010), bem como também se destacaram nos editoriais de moda no vestuário divulgados pela revista *Claudia*.

As características dessa linguagem encontradas nas reportagens e anúncios veiculados na revista *Casa & Jardim* incluíam a inspiração nas naves espaciais e nos trajes de astronautas. Isso possibilitou novas tipologias formais para os móveis,

---

[5] Tradução livre do original: "fostering a culture of suspicion, surveillance and spying, all of which impacted strongly on the art, design, film and literature of the period".

mediante os recursos das formas orgânicas conformadas a partir de materiais sintéticos, das superfícies polidas e refletoras, da combinação do prateado com o branco e do uso de acabamentos metálicos (SANTOS, 2010). O plástico foi um dos materiais mais usados, por ser extremamente flexível e versátil, o que possibilitou a sua aplicação na obtenção das mais diversas formas orgânicas (JACKSON, 2000). Além disso, "alguns plásticos eram literalmente orgânicos, no sentido de que eram realmente macios, uma característica explorada nos móveis infláveis de PVC e nos móveis de espuma de poliuretano" [6] (JACKSON, 2000, p. 193). Estes móveis, também chamados de monoblocos de espuma, foram configurados em contornos orgânicos explorando a proposição de formatos incomuns que incitavam posturas mais relaxadas e confortáveis, associadas com a juventude (SANTOS, 2010).

Nos interiores, as alvenarias arredondadas para atenuar os limites entre chão, parede e teto foram usadas em propostas ligadas à linguagem espacial (SANTOS, 2010). O chão e os assentos, muitas vezes, eram revestidos de tapetes felpudos cujas "propriedades térmicas [...] tornam-se indispensáveis para o conforto" (SANTOS, 2010, p. 255). Além disso, os assentos eram trabalhados em diversos formatos e alturas, para que as/os jovens pudessem sentar ou até mesmo deitar, propiciando posturas corporais mais relaxadas (SANTOS, 2010). Algumas dessas características podem ser observadas nas figuras 01 e 02.

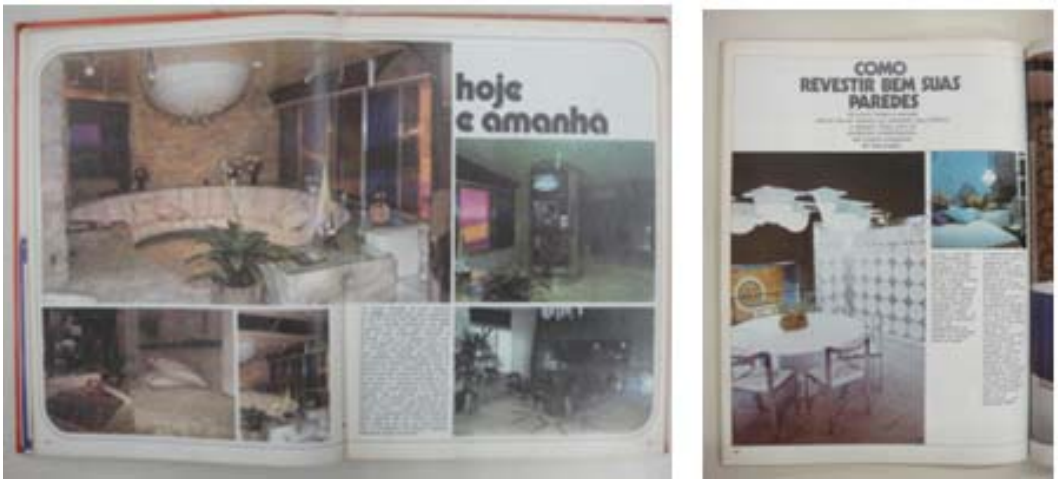

Figura 01: Representações de ambientes inspirados pela linguagem espacial. *Casa & Jardim*, n. 229A, edição do ano de 1974, e *Casa & Jardim*, n. 249, outubro de 1975. Acervo Biblioteca Pública do Paraná.

[6] Tradução livre do original: "Some plastics were literally organic in that they were actually soft, a characteristic exploited in inflatable PVC furniture and polyurethane foam furniture".

Figura 02: Representações de ambientes inspirados pela linguagem espacial. *Casa & Jardim*, n. 192, janeiro de 1971, e *Casa & Jardim*, n.246, julho de 1975. Acervo Biblioteca Pública do Paraná.

Já na revista *Claudia*, a divulgação de roupas associadas ao imaginário espacial privilegiou editoriais que destacavam a criação de três estilistas estrangeiros: o francês André Courrèges, o espanhol Paco Rabanne e o italiano Pierre Cardin[7]. Entre as características da produção desse tipo de vestuário estavam o uso de vestidos e saias curtas, calças compridas, túnicas e capas – essas últimas remetendo ao uniforme de super-heroínas. Todas as peças eram idealizadas com formas e recortes geométricos. A paleta de cores envolvia, principalmente, a combinação do branco com cores fortes e o prateado. Além disso, as roupas eram combinadas com o uso de sapatos brancos e outros acessórios como óculos, toucas e capacetes, remetendo ao uniforme dos astronautas (PAVITT, 2008; SANTOS, 2010). Os tecidos eram sintéticos, fruto do desenvolvimento tecnológico decorrente da Guerra Fria, combinados ao uso de plástico e metal (PAVITT, 2008). Nas figuras 03 e 04 abaixo apresentamos alguns exemplos.

---

[7] É importante problematizar que a historiografia do design muitas vezes privilegia o protagonismo de alguns designers, invisibilizando outros sujeitos que também contribuíram para as produções (SANTOS, 2010 e 2015; CAMPI, 2003). Sabe-se, por exemplo, que as roupas de Courrèges eram produzidas sob seu nome, mas que Coqueline, sua esposa, também participava do processo de criação (PAVITT, 2008).

Figura 03: Representações de vestuário inspirado pelo imaginário espacial, respectivamente, de Cardin, Courrèges e Rabanne. *Claudia*, n. 84, setembro de 1968, *Claudia*, n. 42, março de 1965, e *Claudia*, n. 71, agosto de 1967. Acervo Biblioteca Pública do Paraná.

Figura 04: Representações de vestuário inspirado pelo imaginário espacial. *Claudia*, n. 42, março de 1965, *Claudia*, n. 55, abril de 1966, e *Claudia*, n. 79, abril de 1968. Acervo Biblioteca Pública do Paraná.

O uso comum da linguagem espacial na produção de roupas e de arranjos de decoração representava uma forma de atualização, nos anos 1960 e 70, da associação do corpo feminino ao espaço doméstico. Como vimos na seção sobre domesticidades, a articulação entre as materialidades das roupas e da decoração tem uma função importante na construção de identidades femininas.

Marinês Ribeiro dos Santos (2010)[8], argumenta que a relação com as materialidades serve de referência para a construção da figura da mulher moderna associada à linguagem *pop*. Como parte das referências *pop*, essa afirmação se estende à linguagem espacial forjada nas materialidades de ambientes domésticos e de roupas veiculados em *Casa & Jardim* e na revista *Claudia*. A articulação entre o vestuário e a decoração constrói, assim, o corpo feminino como algo que combina e

[8] Para mais informações ver SANTOS (2010).

faz parte da casa. Na sequência, discutimos como tal articulação entre roupas e decoração doméstica pode ser entendida como uma tecnologia de gênero.

4. TECNOLOGIAS DE GÊNERO

Nessa seção, problematizamos as materialidades informadas pela linguagem espacial como tecnologias de gênero que estão construindo o corpo feminino "moderno" no contexto dos anos 1960 e 70. O conceito de tecnologias de gênero foi proposto por Teresa de Lauretis (1994) a partir da "premissa conceitual da teoria da sexualidade de Foucault como uma tecnologia do sexo" (DE LAURETIS, 1994, p. IX)[9]. No entanto, as proposições do filósofo francês não consideravam questões de gênero. Tendo isso em conta, a autora propôs pensarmos que o gênero também é o produto de várias tecnologias sociais (DE LAURETIS, 1994). Nas palavras de De Lauretis, o "gênero representa não um indivíduo e sim uma relação" (DE LAURETIS, 1994, p. 211). Assim, o gênero vai além dos limites da diferença sexual entre mulheres e homens, sendo uma relação social que constrói posições de sujeito implicadas em noções culturais de feminilidades e masculinidades.

As tecnologias de gênero acarretam a produção, propagação e implantação de "representações de gênero" (DE LAURETIS, 194, p. 228). A autora afirma que essas representações acontecem através de discursos de diferentes instituições, como o Estado, a Igreja, a família e a escola, que podem exercer poder no campo do significado social e, assim, promover e instituir representações de gênero (DE LAURETIS, 1994). No entanto, mesmo que de forma menos evidente, a construção dessas representações também ocorre em outros espaços, como na comunidade intelectual, no meio artístico, na arquitetura, no cinema e no próprio movimento feminista. Essas representações envolvem tanto o processo de construção das representações de gênero, quanto os produtos de tais representações.

Para De Lauretis (1994, p. 217) as tecnologias de gênero envolvem também a construção de auto-representações. Uma vez comprometidas com as auto-representações, as tecnologias de gênero participam da constituição das subjetividades dos sujeitos, mediante o investimento em determinadas representações em detrimento de outras (DE LAURETIS, 1994).

O conceito de tecnologia de gênero possibilita compreender que a construção das identidades de gênero acontece a partir da relação entre as

---

[9] Tradução livre do original "its conceptual premise from Foucault-s theory of sexuality as 'technology of sex'".

materialidades e os sujeitos. As materialidades do vestuário e da decoração informadas pelo imaginário espacial podem ser entendidas como parte das prescrições culturais que colocam em circulação e operam na construção e reforço de representações de gênero. Podemos pensar, então, nas estratégias materiais de associação do corpo feminino com o entorno doméstico como uma tecnologia de gênero. As imagens das materialidades veiculadas nas revistas *Casa & Jardim* e *Claudia* colocaram em circulação representações de gênero ligadas à noção de "mulher moderna".

A articulação entre moda e decoração, informada pela linguagem do imaginário espacial, contribuiu para reificar a ideia de que o corpo feminino faz parte do universo doméstico. Apesar da atualização quanto à linguagem utilizada nos artefatos, o que se percebe é uma continuidade histórica quanto à associação da figura feminina com a esfera da vida privada. Promovida pelas ações centrífugas da presença feminina no entorno material "havendo uma continuidade entre corpo, objeto e espaço da casa" (CARVALHO, 2008, p. 223), a articulação entre roupas e decoração contribui para a naturalização do espaço doméstico como arena de atuação e de interesse das mulheres. Dessa forma, os espaços domésticos são entendidos como expressões, ou externalizações, da personalidade da dona de casa. No entanto é a própria subjetividade feminina que se constitui nesse processo, mediante a identificação e o investimento em materialidades vinculadas a determinadas representações de gênero.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Com a modernização e urbanização das sociedades reformulou-se a noção de casa como espaço privado, enquanto o espaço público foi caracterizado como o lugar do trabalho remunerado. Assim, ambos eram comprendidos como esferas separadas. Como afirmado por autoras como Joanne Hollows (2008) e Penny Sparke (2008), essa ideia da separação das esferas sustenta, ainda hoje, a forma de organização das sociedades. A partir dela, estabeleceu-se a noção de que as mulheres seriam naturalmente preparadas para as funções de cuidadoras do lar e responsáveis pelo conforto da família. Essa ideologia também sustentou a ideia de construção da identidade feminina nas classes médias, expressa por meio da decoração de suas casas. Beverly Gordon (1996) afirma que a naturalização da decoração como prática feminina fez com que as mulheres fossem vistas como uma personificação da casa. Decorreu disso uma fusão metafórica entre o corpo feminino e o espaço doméstico, relação esta que é complementada, também, pelo

vestuário (SPARKE, 2008). Dessa forma, a relação entre o vestuário e a decoração constrói o corpo feminino como parte do entorno doméstico.

Nos anos 1960 e 70, a partir da linguagem do imaginário espacial, percebemos uma atualização nas estratégias de associação do corpo feminino ao espaço doméstico, sendo veiculada nas revistas de moda e decoração. Essa linguagem deu suporte para a codificação das materialidades que informaram tanto os interiores domésticos divulgados em *Casa & Jardim*, quanto as roupas veiculadas na revista *Claudia*, servindo como parâmentro para a construção da figura da "mulher moderna" associada ao imaginário espacial. Mediante essa atualização, percebemos uma continuidade histórica quanto à associação da figura feminina com os interiores domésticos.

A partir disso, procuramos compreender essas materialidades como tecnologias de gênero, tendo como referência o conceito desenvolvido por Teresa De Lauretis (1994). Pensar os artefatos como tecnologias de gênero permite-nos evidenciar a sua participação na construção das identidades de gênero. O vestuário e a decoração informadas pelo imaginário espacial participaram das prescrições culturais que contribuíram e deram continuidade para a naturalização dos interiores domésticos como espaços de atuação e de interesse femininos. Todavia, conforme evidenciamos, essa identificação das mulheres com o âmbito doméstico não é algo *a priori*, mas um constructo sociocultural reforçado pelo investimento nas materialidades, que participam da constituição das subjetividades femininas.

BIBLIOGRAFIA

Bhaskaran, Lakshmi. "Pop Art". In: Design of the Times. Suíça: RotoVision, 2005, p.184-5.

Carvalho, Vânia Carneiro de. "Casa versus rua: a conspicuidade feminina e o trabalho doméstico". In: Gênero e artefato: o sistema doméstico na perspectiva da cultura material – São Paulo, 1870-1920. São Paulo: Edusp/Fapesp, 2008, p. 219-271.

De Lauretis, Teresa. "A tecnologia do gênero". In: Hollanda, Heloisa Buarque de (org.).Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994, p. 206-242.

Garner, Philippe. "A Era Espacial". Sixties Design. Lisboa: Taschen, 2008, p. 95-100.

Gordon, Beverly. Woman's domestic body: The conceptual conflation of women and interiors in the industrial age. Winterthur Portfolio, 31: January, 1996, p. 281-301.

Hobsbawn, Eric. “Guerra Fria”. In: A Era dos Extremos: o breve século XX (1914-1991). São Paulo: Companhia das Letras, 1995, p. 223-252.

Hollows, Joanne. “Histories of domestic culture: gender and domestic modernity”. In: Hollows,Joanne. Domestic cultures. UK, Maidenhead: McGraw-Hill, 2008, p. 15-33.

Jackson, Lesley. “Design in Revolt”. The Sixties Design: decade of design revolution. UK, London: Phaindon, 2000, p. 174-226.

Pavitt, Jane. “Fashion in an age of anxiety”. In: Fear and Fashion in the Cold War. London: V&A Publishing, 2008, p. 8-18.

Santos, Marinês Ribeiro dos. “O design Pop no Brasil dos anos 1970: domesticidades e relações de gênero na revista Casa & Jardim”. Tese (Doutorado em Ciências Humanas). Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas, Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

Santos, Marinês Ribeiro dos. 2015. “Questionamentos sobre a oposição marcada pelo gênero entre produção e consumo no design moderno brasileiro: Georgia Hauner e a empresa de móveis Mobilinea (1962-1975)”. In: Caderno atempo: histórias em arte e design. Barbacena: EdUEMG, vol. 2 2015, p. 25-44.

Sparke, Penny. “The private interior”. In:The Modern Interior. London: Reaktion Books, 2008, p.21-36.

Sparke, Penny. “The fashionable interior”. In:The Modern Interior. London: Reaktion Books, 2008, p.73-90.

Scott, Joan. “Gênero: uma categoria útil de análise histórica. In: Revista Educação e Realidade, 20 (2), (1995): 71-99.