



## **Construindo uma metodologia para análise de imagens de moda fundamentada na semiologia<sup>1</sup>**

**Autor(a) Samara Kalil<sup>2</sup>**

**Orientação: Bibiana de Paula Friedrich<sup>3</sup>**

**Universidade de Passo Fundo**

### **Resumo**

Este trabalho apresenta uma reflexão teórico-metodológica sobre a imagem de moda como um código universal que chega à percepção humana. No entanto, faz-se uma contextualização para que se interprete/leia tal imagem. Isso requer um aprofundamento do significado do texto, para que se possa explicar o que se está pesquisando. Para tal aprofundamento, utiliza-se da semiologia barthesiana, em principal da técnica de Roland Barthes, para que os signos da imagem de moda sejam entendidos. Então, são delimitadas categorias de análise para que se faça uma verificação dos significados. As análises são, de certa forma, “subjetivas”, pois trabalham com a idéia de produção de sentido pessoal em que, se olha a indumentária e se pensa coisas a respeito. Esses pensamentos remetem a idéia de que a roupa está dizendo coisas, comunicando. Descreve-se uma proposta de análise piloto sobre o vestuário de moda feminino, procurando verificar a aplicabilidade do método.

Palavras-chave: semiótica da moda, análise de imagens, comunicação e vestuário

### 1. Introdução

**A moda sempre esteve presente em minha vida. A família de meu pai foi herdeira e comandou uma fábrica de roupas durante trinta anos e, meu avô, antes de montar este negócio, era alfaiate.**

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT de Jornalismo, do VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

<sup>2</sup> Aluna do curso de graduação em Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade de Passo Fundo, e-mail samarakalil@gmail.com.

<sup>3</sup> Jornalista, Mestre em Comunicação Social, docente do curso de graduação em Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da Universidade de Passo Fundo, e-mail bibiana@upf.br.



**A produção de sentido através das roupas tornou-se efetivamente foco de meus estudos após participar de aulas de estética e palestras de comunicação e moda. Comecei então, a me perguntar se, realmente a moda comunicava coisas relativas às nossas escolhas e contexto. Partindo desta reflexão, passei a observar a moda e os eventos na sociedade que me instigavam buscando assim, significados para estes acontecimentos e, ou relações.**

**A partir deste artigo, portanto, pretendo analisar alguns discursos de moda dos anos 1950 relacionados, principalmente às mulheres e ao contexto da época. A problemática encontra-se, assim, ancorada na produção de sentidos que uma fotografia de moda têm, de poder comunicar algo daquele tempo – 1950.**

**Objetivo entretanto, verificar que a moda efetivamente comunica, através de uma fundamentação teórica e revisão bibliográfica, explicando sobre as categorias que escolhi, contextualizando o ano em que a fotografia foi tirada e, principalmente, aplicando tais conhecimentos analíticos na fotografia.**

2. Fundamentação teórica: reflexões sobre relações de comunicação e vestuário (moda)

**Para conceituar as relações de comunicação, moda e vestuário, busco em autores atuais, e relacionados aos estudos de moda, uma fundamentação básica do que eles evidenciam sobre a atualidade, se tratando deste assunto.**

Diariamente tomamos decisões sobre o status e o papel social das pessoas que encontramos, baseados no que elas estão vestindo. A moda e a indumentária podem ser as formas mais significativas pelas quais são construídas, experimentadas e compreendidas as relações sociais entre as pessoas. Barnard (2003) defende o argumento de que moda é comunicação. Ele destaca como são gerados e comunicados os significados e como, a partir deles se estabelecem relações de poder, ideologia e identidades.

Partindo, portanto, da comunicação remetida à moda, Barnard (2003, p. 49) afirma que moda e indumentária classificam-se como formas de comunicação não-verbal uma vez que não usam palavras faladas ou escritas.



Assim, a moda pode ser compreendida como a expansão de um conteúdo e, pode ser lida como um texto, que por sua vez veicula um discurso. (KASTILHO, 2004, p.34)

Diante da leitura de moda, Kastilho escreve que se está trabalhando, então, com o discurso do corpo e com o discurso da moda. Cada um deles mantém suas especificidades, mas, na conjunção de um com o outro, ambos constroem e presentificam um determinado sujeito, localizando-o num momento histórico e numa sociedade em particular. (KASTILHO, 2004, p.34).

Engajada nesta linha de que os discursos da moda mostram contextos, Lurie (1997) defende a roupa como um sistema de signo que por milhares de anos os seres humanos têm se comunicado. Fala ainda que a afirmação de que a maneira de vestir tem uma linguagem não é nova. Ela coloca que, se a maneira de vestir é um idioma, deve ter um vocabulário e uma gramática como qualquer outro. Alison Lurie insiste dizendo que, assim como no discurso humano, não existe uma única língua das roupas, mas várias. E, em cada língua das roupas há vários dialetos e sotaques diferentes e variações de tom e significados.

Entretanto, as roupas em seu papel de comunicação simbólica, tiveram fundamental importância no século XIX, como meio de transmitir informações tanto sobre o papel e a posição social daqueles que as vestiam quanto sobre a natureza pessoal. As mulheres das classes média e alta, por exemplo, na falta de outras formas de poder, usavam deste símbolos não-verbais como meio de se expressar. As roupas da moda, apoiadas por outras instituições sociais, ilustravam a doutrina das esferas separadas e favoreciam os papéis submissos e passivos que as mulheres deveriam desempenhar. (CRANE, 2006, p. 199).

## **2. As categorias de análise**

### **2.1 Identidade**

A moda desperta o interesse dos estudos culturais por ser uma influência importante no mundo contemporâneo. Kellner (2001, p. 336), fala que a moda oferece modelos e material para a construção da identidade. Para ele, as sociedades tradicionais tinham papéis sociais e códigos suntuários relativamente fixos, de tal modo que o traje e a aparência indicavam instantaneamente a classe social, a profissão e o status da pessoa.



Nessas sociedades a identidade costumava ser fixada pelo nascimento, pelo casamento e pela realização pessoal; o repertório de papéis sociais era restrito. Kellner (2001, p.336) diz ainda que, os papéis sexuais eram especialmente rígidos enquanto o status e o trabalho se circunscreviam estritamente por códigos sociais estabelecido por um sistema obturado de atribuição de status.

Na sociedade moderna, diferente da Idade Média, as sociedades foram eliminando os códigos rígidos de vestuário e moda. A moda então se democratizou nos países que passaram por transformações, de modo que qualquer um que pudesse pagar por certas roupas poderia vestir e exibir o que bem entendesse, o que antes era proibido por lei às classes sociais baixas.

Uma vez que a moda tornou-se democratizada com a modernidade, possibilitou uma nova construção da identidade. Kellner (2001, p.337) coloca que as sociedades modernas permitiam que o indivíduo produzisse – dentro de certos limites – a sua própria identidade e passasse por crises de identidade.

Segundo, o autor na modernidade, a moda é um componente importante da identidade, ajudando a determinar de que modo cada pessoa é percebida e aceita. Possibilita escolher as roupas, os estilos e as imagens por meio dos quais será possível produzir uma identidade individual. Moda e modernidade aliam-se para produzir personalidades modernas a cata de identidade em constantes renovações e atualizações de roupas, aparência, atitudes e estilos, com medo de estar desatualizadas e fora de moda.

Mesmo assim, evidencia-se que, nas sociedades modernas, a moda foi limitada por códigos sexuais, pelas realidades econômicas e pela força do conformismo social que continuava a ditar aquilo que cada um deveria ou não usar, aquilo que cada um deveria ou não ser. Foi no início do século XX que houve uma racionalização dos trajes, e o mercado começou a produzir para as massas. No entanto, os códigos da moda continuam a ser relativamente fixos para algumas classes e regiões. (KELLNER, 2001).

Na percepção de Embacher (1999, p.19), o conceito de identidade traduz dois modos antagônicos de pensa-la. Recorrendo ao dicionário Aurélio, encontramos que identidade é “qualidade de idêntico” e que idêntico é “perfeitamente igual”; semelhante análogo; consubstanciado”. Esses significados concebem a identidade como estática, algo que identifica o sujeito e que se mantém inalterado ao longo do tempo.



Já a Psicologia Social, segundo Embacher (1999, p. 19), adota um conceito de identidade-metamorfose. A psicologia explica que somente por meio dessa concepção podemos pensar num sujeito que pode negar o que está sendo para desenvolver suas potencialidades e interferir racionalmente em sua história, transformando-se de ser-feito-pelo outro em ser-feito-por-si.

Contudo, “entender a identidade-metamorfose é entender o próprio processo que a constitui e que se dá no mundo social, uma vez que o homem é um ser social”. O processo de identificação como um papel e sua respectiva interiorização necessitam de uma dialética entre a identidade dada pelos outros e a auto-identificação. Ou seja, o homem nunca lutou tanto para tentar ser ele mesmo como na cultura ocidental contemporânea. Hoje os arranjos sociais deixam-no livre para escolher o estilo de vida que mais lhe agrade. (EMBACHER, 1999)

O semiólogo Embacher (1999, p. 23) faz uma analogia com o teatro, falando que em termos de identidade, podemos pensar que um papel designa um personagem. Ele diz que o papel é uma atividade padronizada previamente e que, no entanto, uma identidade é pressuposta ao sujeito para ele ser o que está sendo. A personagem é assim, apenas um momento de identidade, uma identidade parcial. A identidade-metamorfose é a articulação de todas as personagens, articulação de igualdades e diferenças, constituindo e constituída pela história do sujeito no movimento diacrônico. Para identificarmos essas personagens interpretadas na vida do sujeito, basta pedir a ele que narre sua história – seja através de discurso falado, escrito ou da leitura de imagens.

A partir dessa base conceitual, assume-se como conceito de identidade a identidade-metamorfose, uma vez que esta engloba todos os ângulos de uma personagem/imagem/texto para definir o que está em jogo.

## 2.2 Cultura

Thompson (1995, p. 174) desenvolve o conceito de cultura por meio da concepção simbólica. “Muito embora animais não-humanos possam emitir e responder sinais de vários tipos, somente os seres humanos, afirmou-se, desenvolveram com precisão, linguagens em virtude das quais expressões significativas podem ser construídas e trocadas. Os seres humanos não apenas produzem e recebem expressões



lingüísticas significativas, mas também conferem sentido a construções não-lingüísticas – ações obras de arte, objetos materiais de diversos tipos”.

O caráter simbólico da vida humana, segundo Thompson (1995, p. 174), tem sido um tema constante de reflexão entre os filósofos interessados, e entre os usuários envolvidos no desenvolvimento das ciências sociais e humanas. No contexto da antropologia, esta reflexão tomou a forma de uma elaboração daquilo que pode ser descrito como uma “concepção simbólica da cultura”.

Partindo para o campo da moda e da indumentária, Barnard (2003, p. 63), afirma que estas são fenômenos culturais. Defende a cultura como sendo “o sistema significante através do qual... uma ordem social é comunicada, reproduzida, experimentada e explorada”. E, a partir disto, passa a caracterizar moda, vestuário e adorno como algumas das práticas significantes da vida cotidiana, que irão fazer da cultura um sistema geral de significados.

A moda e a indumentária são, portanto, algumas das maneiras pelas quais a ordem social é experimentada, explorada, comunicada e reproduzida. Englobam assim, práticas significantes, modos de gerar significados, que produzem e reproduzem aqueles grupos sociais ao mesmo tempo que suas posições de poder relativo. Ou seja, moda e indumentária não são usadas apenas para indicar ou fazer referência a posições sociais e culturais, mas para construir e marcar, em primeiro lugar, aquela realidade social e cultural. Se caracterizam, por conseguinte, nas maneiras pelas quais a sociedade é produzida e reproduzida, e não meramente uma reflexão de grupos sociais. (BARNARD, 2003, p. 64).

Todavia, assume-se como conceito de cultura o argumento de que esta, remete a ordem social que está sendo trabalhada através de práticas simples do cotidiano, expressando assim, construções não lingüísticas de discurso.

### 2.3 Indumentária

Malcon Barnard (2003) define a indumentária segundo o *Oxford Dictionary* como não possuidora de sentido de adornação, mesmo que pareça ter estreita ligação com estas. Mas, o que pode-se verificar é que esse sentido de adornação, sempre existiu, por mais que não existisse a moda propriamente dita.



Fazendo uma regressão histórica, contata-se que a roupa tem acompanhado o homem desde o início de sua evolução. O homem pré-histórico cobria-se com a pele de animais para enfrentar situações climáticas adversas. Mas é incorreto dizer que o fizesse apenas por esse motivo. As pelos de animais amarradas sobre o corpo, embora tornassem o homem mais agasalhado contra o frio e mais protegido, tolhiam-lhe os movimentos, fazendo com que tivesse menos agilidade ao fugir de predadores. (TREPTOW, 2003).

Na época dos egípcios, a roupa já era relacionada às opções do povo em matéria prima e condições tecnológicas. No Império Bizâncio (atual Istambul) os tecidos tingidos eram privilégio do imperador e sua esposa para uso, exclusivamente, de adornação. As demais pessoas, nem mesmo os membros da corte, poderiam fazer uso de cor. Até o final da Idade Média podemos constatar que existia indumentária, roupa, mas não MODA. (TREPTOW, 2003, p. 25).

Com a Revolução Comercial, a burguesia enriqueceu e tinha, também, acesso aos tecidos trazidos do oriente. Em busca de ascensão social os comerciantes compravam títulos de nobreza e, conseqüentemente adotavam outra forma de vestir. Aí surge o impasse de como se diferenciar de tanta gente e como se destacar dentre os demais membros da corte? A resposta estava nas roupas, e aqui e acolá começavam a surgir detalhes de vestimenta, que eram copiados muitas vezes pela influência do usuário. Os estilos eram ditados pelo domínio e influência política nas nações, fazendo com que cada época apresentasse, na roupa, detalhes característicos do país mais influente da Europa no momento. (TREPTOW, 2003, p. 25)

Baseando-se na história da indumentária, para a contemporaneidade portanto, a torna-se interessante o conceito de Lurie (1992), que insere a indumentária como expressão cultural, lingüística e simbólica.

A indumentária é uma língua, deve ter um vocabulário e uma gramática como o resto das línguas, e há muitas delas e com muitos dialetos e sotaques distintos, alguns quase ininteligíveis para os membros de outra cultura. (LURIE, 1992)

### 2.2.1 Moda



A moda surge no momento histórico em que o homem passa a valorizar-se pela diferenciação dos demais através da aparência, o que podemos traduzirem individualização. Na era do consumo em massa podemos concluir que moda são valores materializados nos bens de consumo massificados, e que, a medida que vão sendo consumidos, pautam as relações entre as pessoas a partir das aparências e de um ciclo de obsolescência programada que privilegia aquilo que é novo. Simplificando: moda é um fenômeno social de caráter temporário que descreve a aceitação e disseminação de um padrão ou estilo, pelo mercado consumidor, até a sua massificação e conseqüente obsolescência como diferenciador social. (TREPTOW, 2003).

Sendo assim a moda resulta em um sistema que acompanha o vestuário e o tempo, que integra o simples uso das roupas no dia-a-dia a um contexto maior, político, social e sociológico”. (PALOMINO 2003, p. 14).

É possível enxergar moda em uma revolução e, principalmente na evolução dos tempos. Segundo Palomino (2003, p. 14), essas mudanças é que são moda. Com ela, é possível entender um grupo, um país, o mundo naquele período pela moda então praticada.

Chantaigner (1996) estabelece uma interessante conexão de história e moda

A história é um caminho meio escondido da moda, misturando-se com sociologia, psicologia, as mais diversas formas de arte, como pintura, desenho, escultura, arquitetura, artes gráficas e cênicas, enfim, uma colcha de retalhos na qual o pano principal fica por conta da moda (CHANTAIGNER, 1996).

Para fins de análise, tomamos o conceito de que moda como sendo um sistema simples de vestuário temporário, integrado a um contexto maior, relacionado, especialmente com o tempo em que está localizado. Moda passa a ser algo, extremamente ligado às características momentâneas e individuais de escolha.

## **1.2 A década de 1950 na moda do mundo**

Após a devastação da guerra (Segunda Guerra Mundial), as economias de todos os países europeus participantes estavam exauridas, muitas delas a ponto de bancarrota.





A recuperação foi lenta, à medida que as populações se adaptavam ao clima de paz e as forças armadas retornavam à vida civil. (MENDES E HAYE, 2003, p. 125).

A década de 1950, em especial na moda, tem um caráter marcante de extrema sofisticação. Muito luxo e glamour marcaram esse período dos “anos dourados” onde a alta costura teve seus momentos de grande esplendor. (BRAGA, 2004, p.83).

Esta sofisticação, era originária de Paris, na França, lugar onde ditavam-se as regras da moda feminina através de nomes como Christian Dior (1905-1957), Hubert Givenchy (nascido em 1927), entre outros. Tratava-se de um período conturbado, em que a Segunda Guerra Mundial havia pairado. No entanto, já se falava em uma divisão do espaço de moda com Estados Unidos e Inglaterra, que tornavam-se cada vez mais independentes e com uma linguagem própria para suas respectivas realidades. (BRAGA, 2004, p. 83).

Tratando de moda, o padrão estético influencia muito nos modelos de roupa da época. Segundo Braga (2004), a estética era de uma cintura marcada com saias rodadas, “chegavam a usar uma cintura muito apertada para obterem a tal *cintura de vespa*”. Os sapatos eram *scarpins* de salto alto e bico fino e o uso de bijuteria tornou-se um hábito.

Dentre os estilistas consagrados, Christian Dior era o estilista que melhor representou a década.. Caracterizou-se como o formador do *New Look*, ou seja, aspectos que remetiam a luxo e glamour, resgatando a feminilidade perdida nos anos de guerra.

É nos anos 50 que a moda começa a adquirir características próprias e também a fazer intercâmbios de influência pelo mundo. Um exemplo é a busca de identidade, pelos jovens norte-americanos, para sua própria moda, associando-a a determinados comportamentos. Rebeldia essa, que veio através do cinema, que agora tinha ícones como Marlon Brando e Elvis Presley.

A vontade de imitar, e se parecer com um determinado grupo, fez com que a indústria do prêt-à-porter<sup>4</sup> ficasse cada vez mais significativa, especialmente por influência norte americana e o sportswear<sup>5</sup> ia se popularizando cada vez mais. (BRAGA, 2004, p. 86).

Referente às mulheres dos anos 50, houve uma divisão curiosa da moda. De repente parecia que existiam duas espécies diferentes de mulheres. Uma parte era mundana, sofisticada e usava roupas elegantes com cortes adultos; a outra era composta

---

<sup>4</sup> Prêt-à-Porter: Traduzido como “Pronto para ser usado”

<sup>5</sup>



de “adolescentes” ou “garotas”, que podiam ter dos 13 aos 30 anos e, usavam suéteres e saias largas, jeans e bermuda. A moda desenhada para o primeiro grupo era fotografada em modelos arrogantes, com maçãs do rosto acentuadas, neurastênicas, na faixa dos 30 e poucos anos; a desenhada para o segundo grupo, em adolescentes de redondo com aparência convencionalmente saudável. Na realidade essas mulheres díspares, eram muitas vezes a mesma mulher em ocasiões diferentes. (LURIE, 1997, p. 92)

Pitombo (2005, p. 53) fala que os estilistas da década de 1950 priorizam a feminilidade através dos quadris. Mas, descreve que a alta costura somente perdura até 1953. A partir de então, novos costureiros – Yves Saint Laurent, Pierre Cardin – desenvolvem o Prêt-à-porter, que não passam de imitações sensatas da alta costura.

O Brasil, em especial o Rio de Janeiro, seguiu o padrão internacional. Até os anos 50, a moda era ocupação dos ateliês, versões adaptadas das *maisons* de alta costura francesas. A adaptação ao calor carioca e ao movimento era feita com fusões da Nova América, bordados ingleses da América Fabril e os cetins de algodão da Bangu, na época o centro de um bairro industrial idêntico aos ingleses. (KASTILHO E GARCIA, 2001, p. 77).

As moças e adolescentes brasileiras tinham outros sonhos de estilo. Elas queriam ser iguais às Garotas do Alceu, personagens desenhadas pelo mineiro Alceu Pena na revista *O Cruzeiro*. Eram as idéias mais vistas nas salas das costureiras da cidade. Uma época com características ingênuas, uma prévia do verdadeiro prêt-à-porter, que também era lançado em Paris. (KASTILHO E GARCIA, 2001, p.78).

### 1.3 A Revista “O Cruzeiro”

*O Cruzeiro* foi a principal revista ilustrada brasileira do século XX. Começou a ser publicada em 10 de novembro de 1928 pelos Diários Associados de Assis Chateaubriand. Entre diversos assuntos, *O Cruzeiro* tratava sobre a vida dos astros de Hollywood, cinema, esportes e saúde. Ainda contava com seções de charges, política, culinária e moda. (WIKEPEDIA, 2006)

No século XX, a revista *O Cruzeiro* destacou-se como um periódico de grande penetração em todos os cantos do Brasil. De longa duração e de circulação nacional, a revista alcançou em várias décadas uma tiragem que variava de quinhentos e vinte e



cinco a setecentos mil exemplares por edição, tiragem ainda não alcançada, atualmente, por revistas de grande circulação. Apesar da importância da revista *O Cruzeiro*, são raros os estudos sobre o seu formato e sobre a função dos textos literários no seu interior. (SILVA, 2005, p.1)

Silva (2005) ressalta que a revista obteve êxito durante muito tempo por meio da exploração dos seus núcleos de textos variados: um núcleo jornalístico com reportagens sintéticas e entrevistas, um núcleo literário com romances e contos, um núcleo híbrido com crônicas, um núcleo de matérias ligadas a variedades e um núcleo de publicidade; a capa era, também, um fator importante para atrair os leitores. As seções eram geralmente as seguintes: artigos, reportagens, seções de variedades, humorismo, literatura, cinema, assuntos femininos. O formato geral da revista *O Cruzeiro* era de tamanho médio.

### **3. A técnica: O que é semiologia e principais aspectos**

“Semiologia”, da qual deriva o termo “semiológico” é uma palavra formada por duas palavras gregas, *semeion e logos*. *Semeion* significa “sinal” e *logos* significa “história”, “relato” ou ciência”. Assim, segundo Barnard (2003) “semiologia” será a ciência ou um relato de signos, do mesmo modo que “biologia” é a ciência ou relato dos seres vivos.

Por se construir como um aparato teórico e metodológico que pretende dar conta da significação e da comunicação, além das especificidades intrínsecas de determinados objetos textuais, a semiologia aproxima-se demasiada e positivamente das produções de texto e de discursos realizadas em nosso mundo contemporâneo. (KASTILHO e MARTINS, 2005, p. 52)

Semiologia, segundo Barthes (1978), pode ser definida como a ciência dos signos. Ela é a “prima” da lingüística <sup>6</sup>, uma vez que está ligada à literatura e, que a parte melhor desenvolvida dela foi a análise das narrativas.

Roland Barthes descreve a pessoa do semiólogo, como alguém que faz um jogo com os signos como se fosse um artista. Este signo é considerado imediato, mas com predileção a textos do imaginário (imagens, narrativas, retratos, paixões).

---

<sup>6</sup> Lingüística: Refere-se, segundo Barthes, a não divisão de conceitos como língua e discurso.

A técnica de análise deste trabalho é inspirada nessa ciência geral dos signos, a semiologia, tentando assim, reconstituir passo a passo um sistema de sentido através de categorias de análise, presentes na obra de Roland Barthes.

Portanto, neste estudo, analisa-se uma fotografia de moda, publicada em revista da década de 1950. Para tal, serão utilizadas as categorias de análise identidade, tendo como sub-categoria cultura e a categoria indumentária, tendo como sub-categoria moda, a fim de mostrar a comunicação expressa de forma não-verbal.

Partindo do pressuposto de que produzimos sentidos quando estamos diante de um texto, a roupa é texto. Esta possui sentidos subjetivos que são produzidos e que não estão descontextualizados, ou seja, relacionam-se com o momento histórico e social, com a bagagem cultural de cada indivíduo, com o sexo, com a psicologia...

As análises vão trabalhar com a idéia de produção de sentido pessoal em que, se olha a indumentária e se pensam coisas a respeito. Esses pensamentos remetem a idéia de que a roupa está dizendo coisas, comunicando.

Lembrando que a fotografia é apenas o suporte de estudo e a preocupação da análise é com a moda e o vestuário, a aplicação desta técnica se dá em razão de que existem eventos que ajudam a entender as relações como uma fundamentação através das categorias.



Figura 1 – Fotografia de moda

#### 4. A Análise: aplicação das categorias

A Figura 1, escolhida para a análise semiológica, foi retirada da revista “O Cruzeiro” de dezembro de 1954. Pode-se observar na fotografia, que se trata de uma moça jovem, parada em uma calçada, vestida com um vestido branco. Ela tem os cabelos loiros e curtos. A saia do vestido é levemente rodada e, na cintura, localiza-se uma faixa preta e vermelha, presa ao vestido. Ela também veste luvas e *scarpins*, ambos brancos.

A moça está com a mão direita posta sobre a cintura, formando um triângulo com o braço, enquanto a outra mão está escondida atrás de seu corpo. A cabeça está virada para a direita enquanto seu corpo projeta-se para a esquerda. Seus pés estão

colocados de forma que a sua perna direita está à frente da esquerda. A parte superior de seu vestido possui decote discreto, e não possui mangas.

Partindo do plano da categoria Identidade, verifica-se que a moça da imagem está em primeiro plano na fotografia, evidenciando a presença dela. Entretanto, o contexto em que ela está inserida parece de cidade grande, identificando assim uma industrialização por vir. Ela está parada em uma calçada de uma rua que aparenta ser comercial, e um ônibus está passando em suas costas, tendo seu movimento congelado na foto, dando um ar futurista. Estabelecimentos comerciais estão localizados, igualmente ao fundo e, aparentam ter residências num segundo piso, característica da época.

Tais evidências sociais listadas acima, aparecem relacionadas a identidade, uma vez que a moça é um ser social e está inserida em uma contexto. Pode-se dizer que a imagem evidencia que a mulher da foto é um ícone do contexto da época.

Tendo a categoria Identidade e, como sub-categoria a Cultura observa-se que a imagem manifesta as características típicas da mulher dos anos 1950 da classe média, ou seja, bela e bem arrumada. A pose da moça remete sofisticação e elegância, uma posição bem feminina, mas ao mesmo tempo uma busca da identidade que foi perdida com os anos de guerra. Portanto, uma ordem social está sendo comunicada, e a partir disso, pode-se deduzir algumas das práticas cotidianas marcando a realidade social e cultural.

Ainda na categoria Cultura, verifica-se o cumprimento do vestido da moça como uma revolução para a época. O corte de cabelo e a tintura nele empregada, mostram um aspecto cultural interessante: o de ser atribuído que, moças brancas e loiras são tidas com mais credibilidade na sociedade que outras.

A Cultura como sub-categoria, tratando da vestimenta pode remeter a classe social tradicional a que a mulher pertence. Exprime, com o vestido cavado, uma certa rebeldia da época, mas ao mesmo tempo ainda encontra-se em uma transição de épocas, ou seja, tem uma identidade-metamorfose. Há uma busca por atitude e estilo de modo que pareça dona de si e dona de uma identidade.

A imagem evidencia a categoria moda pelo uso de *scarpins*, luvas, vestido com três abotoaduras e cabelo tingido. A cor branca do conjunto vestido, sapato e luva mostram um aspecto imposto na época que era o de “branco-paz”, e “branco-boia moça”.



Olhando para a indumentária, vê-se que o corte de roupa da moça pode significar a simplicidade, e que o período estava passando por mudanças. O vestido ainda marcava a cintura, mas não era “cintura de vespa”. Portanto, uma certa rebeldia pairava, uma vez que os estilos eram ditados pelo domínio e influência da política.

Sua indumentária ainda trata de uma busca por ascensão social, mas ao mesmo tempo remete à questões de moda, pois está integrada ao contexto social da época em que a moda é copiada do cinema e, principalmente das atrizes que eram o símbolo da beleza.

## **5. Considerações finais**

Com a aplicação da metodologia semiológica de Barthes, pôde-se verificar que a fotografia de moda analisada, e principalmente a mulher dos anos 1950, quer representar o funcionamento social dominante. A roupa dela passa a impressão de ser o que parece mais correto, e não o que realmente se está vivendo. O branco quer passar um ar de tranqüilidade, mas o ônibus que passa atrás dela, mostra que tudo está se transformando no mundo.

Assim, com tais pareceres preliminares, pode-se dizer que a metodologia semiológica funciona quase que com exatidão para que haja a compreensão da imagem. Todavia, ela necessita, indiscutivelmente, de contextualização e de conhecimentos prévios para que efetivamente seja bem empregada.

## **6. Referências**

BARNARD, Malcolm. Moda e Comunicação. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARTHES, ROLAND. Aula. São Paulo: Editora Cultrix, 1978.

BRAGA, João. História da moda: uma narrativa. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

CASTILHO, Kathia. Moda e linguagem. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

CRANE, Diana. A Moda e seu papel social: classe, gênero e identidade da roupas. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

CHATAIGNER, Gilda.



Todos os caminhos da moda. Rio de Janeiro: Rocco, 1996. EMBACHER, Airton.  
Moda e identidade: a construção de um estilo próprio. São Paulo, Editora Anhembi Morumbi, 1999.

FERNANDES, Francisco. Dicionário brasileiro Globo. São Paulo: Globo, 1993.

KELLNER, Douglas. A Cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LURIE, Alison. A linguagem das roupas. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

PITOMBO, Renata Cidreira. Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura. São Paulo: Annablume, 2005.

RODRIGUES, Iesa. O clima irresistível da moda carioca. In: CASTILHO, Kátia; GARCIA, Carol. Moda Brasil: fragmentos de um vestir tropical. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2001, p. 77- 83.

SILVA, A. R.. A revista O Cruzeiro e as crônicas de Raquel de Queiróz. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2005. Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.

THOMPSON, John B. Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

TREPTOW, Doris. Inventando moda: planejamento de coleção. Brusque: D. Treptow, 2003.

Wikipedia. Revista O Cruzeiro. Disponível em:  
<[http://pt.wikipedia.org/wiki/Revista\\_O\\_Cruzeiro](http://pt.wikipedia.org/wiki/Revista_O_Cruzeiro)>. Acesso em 28 mar.2007..