

TÁ NA HORA DOS RELÓGIOS DESPORTIVOS PARA HOMEM * OS PADRÕES EM ALTA PARA O OUTONO-INVERNO * CAMISAS PER

NOTÍCIAS

magazine

20 outubro 2019
/ Número 1430 Esta revista
faz parte integrante do Jornal de Notícias
n.º 141/132 e não pode ser vendida
separadamente

ESPECIAL MODA

NUNO BALTAZAR ENTRE AS MULHERES



A cintura chegou a ter 40 centímetros e os seios andavam tão subidos como um desafio descarado à lei da gravidade. Durante 400 anos, o corpo feminino viveu apertado num espartilho feito de barbas e ossos de baleia, madeira, aço. A mulher queria-se fina na cinta, seios a saltar do peito, costas direitas, postura hirta. Asfixiado numa armadura, o corpo molda-se ao gosto da época. O século XX despenca e nada fica como dantes. Mais liberdade, menos tecido.

Pin-ups de olhares provocantes, roupas sensuais, ligas à mostra. Híppies a clamar liberdade. O primeiro sutiã. Feministas contra a exploração do corpo. Modelos com roupa interior à vista. Desfiles em cuecas. A lingerie acompanha a evolução dos tempos. Por dentro e por fora. Símbolo de uma luta, objeto de desejo, a segunda pele da mulher é hoje uma mistura de conforto e sensualidade. A prova de um caminho feito de espinhos e rosas.

O espartilho apertou a mulher demasiado tempo. O berço exato nunca foi esclarecido, terá nascido em Inglaterra, em Itália ou em Espanha no século XVI para adelgaçar a cintura, elevar o colo, prolongar a linha airosa da juventude, a elegância da mocidade. As feministas da época, poucas, muito poucas, chamavam-lhe instrumento de tortura, a prisão do corpo. Os médicos avisavam para malformações nos ossos, costelas partidas, perfurações de órgãos, males dos duros materiais que controlavam as formas naturais. Atravessou séculos, bailes de reis e rainhas, príncipes e princesas, até que começou a cair em desuso nas primeiras décadas do século XX, com a guerra à porta. O espartilho que condensava um paradoxo – corpo comprimido, símbolo de feminilidade – tinha os dias contados. Ou talvez não.

No século XX, acontece tudo muito depressa. Eis o sutiã, senhoras e senhores. Em 1914, reza a história, Mary Phelps Jacob, do jet set de Nova Iorque, farta do espartilho, pediu à criada dois lenços de bolso de seda e um pedaço de fita cor-de-rosa. Costurava-se o primeiro sutiã, macio, confortável, adaptado ao peito. A invenção da socialite faz furor. Amigas e familiares fazem as primeiras encomendas. Mary acabaria por vender a patente à Warner Brothers Company. Nos anos 1920, as combinações acompanham o corpo sem marcar cintura e peito. E o espartilho define com um conselho, camuflado de ordem, dos Estados Unidos. Atenção, o aço é para o armamento, não para as armaduras femininas.

Os anos 1930 e 1940 trazem novos tecidos, fibras sintéticas, há mais vida além do algodão e da seda. Começa a produção em massa, o modo de vida da mulher influencia o que veste junto à pele. Praia, desportos, mais tempo ao ar livre. Mais movimentos, mais liberdade.

O século avança e as mulheres querem mostrar as curvas ao Mundo. Atrizes de Hollywood, fogosas e sensuais, as pin-ups com roupas que mostram mais do que o costume, o Moulin Rouge ao rubro, os cabarés em intensa atividade. A atriz-cantora Marilyn Monroe torna-se símbolo sexual, Bettie Page, a rainha das pin-ups, posa para a Playboy, e Christian Dior abre o baú para colocar na moda cinturas vincadas e



↑ Bettie Page, a rainha das pin-ups, posa para a Playboy

↗ Dois lenços de bolso de seda e um pedaço de fita cor-de-rosa. Costurava-se, assim, o primeiro sutiã: macio, confortável e adaptado ao peito

→ Marilyn Monroe, atriz, cantora e símbolo sexual

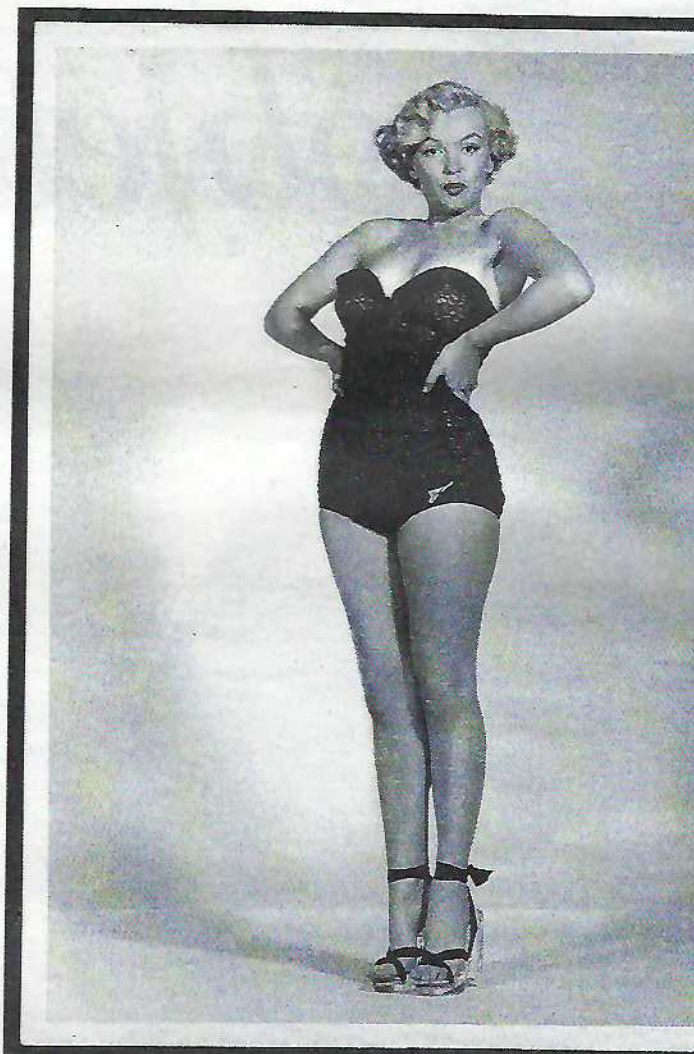
↓ Frederick Mellinger, homem de negócios de Nova Iorque, criou, em 1947, o primeiro sutiã almofadado e, um ano depois, costurou o primeiro push-up



peitos generosos. Pelo meio, em 1947, um homem de negócios, Frederick Mellinger, de Nova Iorque, cria o primeiro sutiã almofadado e, um ano depois, costura o primeiro push-up, depois de um inquérito aos colegas do exército sobre a lingerie que queriam que as namoradas usassem. Seios empinados, pois claro. Frederick, o visionário, tinha sido despedido por ter sugerido à empresa de roupa íntima feminina, onde trabalhava, vender lingerie preta. Vendeu o primeiro push-up e o primeiro sutiã almofadado.



← Ma figura lorque idealiz



Passo a passo, a roupa interior feminina ganha importância como símbolo da afirmação da sua sexualidade.

“A capacitação e a afirmação do corpo não dependem só delas, mas de toda a mulher”, diz Cristina Duarte, socióloga, investigadora convidada da ESAD - Escola Superior de Artes e Design de Matosinhos, que fez a tese de doutoramento com o título “A lingerie e a mulher: um estudo sobre a evolução da lingerie e a sua importância na vida da mulher”.



← Desfile em lingerie organizado pela Dama de Copas. A empresa portuguesa surgiu no mercado há uma década para “dar resposta a todas as mulheres”

“O espartilho serve-me, na tese, como metáfora para trabalhar as questões de dominação, submissão, desigualdade. Como peça estruturante e estruturada (para o corpo), ele aparece ciclicamente nas coleções de criadores de moda, com outros materiais. Depende de nós, aceitá-lo ou não.” A história da roupa interior reflete, conforme a década em análise, a “libertação e emancipação das mulheres”. Cristina Duarte recua ao filme “A duquesa”. Ralph Fiennes pergunta à duquesa por que razão as mulheres têm tanta roupa interior. E ela responde-lhe: porque é a nossa forma de comunicar. “O diálogo é feito a pensar no século XVIII. Hoje está tudo mais simplificado, não é? Mas tudo depende das mulheres que, como se sabe, não são todas iguais.”

O design evoluiu, a tecnologia também.

Silvana Mota-Ribeiro, socióloga e comunicóloga, professora do departamento de Ciências da Comunicação do Instituto de Ciências da Universidade do Minho, estudiosa na área dos discursos de género, olha para o percurso feito e vê mulheres mais velhas que compram lingerie sexy sem causar espanto social, lingerie por todo o lado no Dia dos Namorados, um objeto de consumo cada vez mais interessante. Mais do que um bem necessário, um bem que projeta a autoestima, a aparência, a atratividade sexual. “As próprias revistas femininas encorajam as mulheres a saírem da zona de conforto, a seduzirem o parceiro, o empoderamento em termos da sua sexualidade”, observa. “A lingerie é algo que apela à sedução e ao desejo. A ideia da mulher emancipada, dona do seu desejo, que encontra na lingerie o poder de desejar e de ser desejada”, acrescenta. Silvana Mota-Ribeiro olha para o mercado e vê dois tipos de roupa interior. Uma mais confortável, em que a mulher pode fazer do corpo o que quiser. “Uma lingerie mais roupa interior, menos dependente das dietas, dos implantes mamários, das cirurgias estéticas.” E uma lingerie confortável e sexy que apela à sedução e ao desejo.

Madonna e o corpete de seios cónicos

Sete de setembro, 1968, Atlantic City, Miss America, 400 ativistas do Movimento de Libertação da Mulher protestam contra a exploração comercial do corpo feminino. Cá fora, as mulheres livram-se dos objetos que as oprimem: batons, esfregões da louça, saltos altos. Lá dentro, elege-se a mulher mais bonita da América. Cá fora, uma jovem tira o sutiã e manda-o pelo ar. O gesto corre Mundo e a manifestação crava-se na História. Não houve queima de sutiãs, mas o mito perdura.

O que também perdura é o corpete com sutiã em forma de cone de Madonna, desenhado por Jean Paul Gaultier, na tourné Blonde Ambition. A estreia acontece a 13 de abril de 1990 no Japão. Nada fica como dantes. Madonna, em seios fálicos, mostra que as mulheres também mandam. Seios empinados num espartilho maleável que permite todos os movimentos sensuais da “loura ambiciosa”. Já antes, Madonna coloca fora o que era de dentro. Rendas num vestido de noiva em Like a Virgin. Um corpete preto sem alças e sem costas em Papa Don’t Preach. Uma combinação justa, alças de sutiã ao léu, em Like a Prayer.



→ Em 1990, o corpete com sutiã em forma de cone, desenhado por Jean Paul Gaultier para Madonna, fez furor