

Pin-ups de ontem e hoje: metodologia de comparação de imagens de feminilidades performadas



Fernanda Miranda

Mestranda em Comunicação Social pela UFMG
Email: fcultura@gmail.com

Resumo: As imagens da mulher circulam socialmente e assim constituem o imaginário daquilo que é compreendido como a performance adequada do gênero. Neste artigo, apresentamos a metodologia desenvolvida a partir de Peter Loizos (2002), objetivando uma análise comparativa entre imagens *pin-ups* do século XX e da atual *pin-upização* de celebridades brasileiras, aliada aos processos socio-culturais envolvidos na concepção de tais representações. Isto nos permite identificar as feminilidades performadas.

Palavras-chaves: Gênero, *pin-up*, performance, imagem, metodologia.

Pin-ups from yesterday and today: methodology for the comparison of images of performed femininities

Abstract: The images of women circulate socially and therefore they constitute the imaginary of what is understood as the proper performance of the genre. In this paper, we present the methodology that we developed based on the work of Peter Loizos (2002), aiming a comparative analysis between the images of pin-up girls from the twentieth century and of the current *pin-upization* of Brazilian celebrities, combined with the sociocultural processes involved in the conceiving of these representations. This will allow us to identify the performed femininities.

Keywords: Gender, *pin-up*, performance, image, methodology.

Les pin-ups d'hier et d'aujourd'hui: méthodologie de comparaison des images des féminités performées

Résumé: Les images des femmes se font mises en circulation socialement et, pour ça, constituent l'imaginaire de ce que se comprend comme la performance propre du genre. Dans cet article, nous présentons la méthodologie développée à partir de Peter Loizos (2002). Le but est une analyse comparative entre les images pin-ups du XXème siècle et celles de la plus récente pin-upisation des célébrités brésiliennes, par rapport aux procès sociaux et culturels qui sont à la base de telles représentations. Ce que nous permet d'identifier les féminités performées.

Mots-clés: Genre, *pin-up*, performance, image, méthodologie.

Imagens do feminino: a *pin-upização* na mídia brasileira

A problematização do par sexo e gênero, presente em diferentes trabalhos feministas, tem suas matrizes fundamentadas na obra de Simone de Beauvoir que, em 1949, já sentenciava que “ninguém nasce mulher: torna-se mulher” (Beauvoir, 1980, p. 9). A obra que veicula esta frase é constantemente acionada como um importante marco para o conceito de gênero, tendo em vista seu contundente questionamento a uma construção acerca da feminilidade que, submetida a relações assimétricas de dominação do masculino, é um mito estruturado pelo “estado atual da educação e dos costumes” e, portanto, não pode se configurar como “essência imutável” (idem, 1980, p. 7).

Em consonância com a premissa de Beauvoir, Silvana Mota-Ribeiro (2005) defende que as representações visuais da mulher tecem relações com as imagens sociais de feminilidade, que são construções coletivas atravessadas por valores de modo a conceber a ideia compartilhada de feminino, orientan-

do assim a performance¹ do gênero, cujos parâmetros são sempre da ordem do ideal, em uma dada cultura. É nesse sentido que ser do sexo feminino, no âmbito biológico (sexo) é a face da mesma moeda do ser mulher, uma construção sociocultural (gênero), cuja materialidade só pode ser apreendida pela linguagem (Butler, 2013), havendo diferenças discursivas, e também assimétricas, para homens, em condição central, e mulheres, que

Modelos da beleza ideal, as pin-ups foram, originalmente, garotas propagandas de bens, serviços e ideais norte-americanos do segundo terço do século XX



se constituem como o Outro. O argumento central de Mota-Ribeiro é que as imagens do feminino veiculadas na mídia criam o imaginário do que deve ser um comportamento de gênero adequado, aproximando-se assim do pensamento de Linda Hutcheon sobre o movimento feminista: “o que se argumenta é que, de fato, as mulheres APRENDEM a se adaptar a uma noção socialmente determinada de feminilidade que é em si um PRO-

¹ Ainda que M. Carlson (2010) defenda a dificuldade de delimitar o conceito de performance, dada a sua ampla aplicação, aqui afiliamo-nos à acepção de E. Goffman, para quem “um ‘desempenho’ pode ser definido como toda atividade de um determinado participante, em dada ocasião, que sirva para influenciar, de algum modo, qualquer um dos outros participantes” (GOFFMAN, 2011:24). A partir da metáfora do teatro, a noção de papel social de Goffman está relacionada a uma interpretação repetitiva de um mesmo papel para uma mesma audiência, em situação contextualizada, exigindo assim uma constante boa atuação. Deste modo, o papel social da mulher é uma repetição balizada por aquilo que é socialmente construído como sendo idealmente adequado à performance do gênero. Aqui, vale, ainda que brevemente, a ressalva de que Judith Butler opera com o conceito de *performatividade* ao invés de performance (cf. Butler, 2013), mas vamos nos limitar a sua proposta de gênero como uma construção discursiva e, portanto, social.

DUTO dessas representações” (1989, p. 26, grifos da autora, tradução nossa).²

Diante disso, interessa-nos investigar o recorrente anúncio, caracterização e/ou reconhecimento de celebridades brasileiras como *pin-ups*, em diferentes produtos midiáticos do Brasil, sobretudo a partir dos anos 2000. Neste fenômeno social que denominamos de “*pin-upisação*”³, a imagem idealizada do feminino dos idos anos 1940 e 1950⁴ vem se estabelecendo, e se atualizando, como uma importante referência para a estetização da aparência feminina, de modo a enquadrar as performances de mulheres famosas ao compromisso do gênero com a beleza, o que significa cada vez mais ser/parecer jovem, magra (Lipovetsky, 2000), e também branca. Com isso, a celebridade se associa a um universo imagético que já passou por um processo de significação tal que positivamente valoriza o seu *design*, como é notório nas e pelas reapropriações midiáticas contemporâneas da *pin-up*.

Aqui vale a ressalva de que acionamentos deste imaginário do passado não são exclusivos ao Brasil. O que nos chama atenção na mídia do país são, além da regularidade, aparições mais significativas, em que algumas celebridades brasileiras são mais do que anunciadas e caracterizadas com elementos *retrô*: são reconhecidas ou autopromovidas como

² “What is argued is that, in fact, women LEARN to adapt to a socially determined notion of femininity which itself is a PRODUCT of those representations”.

³ “Ao mesmo tempo, a *pin-up* se torna símbolo estético da qualidade, indica que, em seu domínio, o produto dispõe das virtudes encantadoras da beldade. Essa ‘*pin-upisação*’ se acrescenta à nova estética da oferta vendável (...)” (MORIN, 1967 apud SAGGESE, 2008:35).

⁴ Existe uma grande dificuldade em se precisar a data de criação da *pin-up*. Buszek (2006) a localiza em meados do século XIX, com os *cartes-de-visit* das atrizes burlescas; e Martignette (2008) afirma que a Gibson Girl – figura feminina com ares vitorianos criada em 1887 por Charles Dana Gibson – é a primeira *pin-up* da história. No entanto, compreendemos que o design dessas duas representações se distingue daquilo que se reconhece e se representa hoje como sendo *pin-up*, como veremos adiante. Destacamos então que não se deve assumir o segundo terço do século XX como a data de criação da *pin-up*, mas sim da constituição de uma estética *pin-up*, quando o termo se torna corrente e ocorre o período mais produtivo da história da indústria da ilustração norte-americana, que elevaram às *pin-ups* à condição de protagonistas.

pin-ups, ainda que nem todas assumam esse papel ou estilo fora de uma inserção midiática específica. É o caso da dançarina e cantora de *funk*, Andressa Soares, a Mulher Melancia, apresentada como a *pin-up do terceiro milênio*, na revista *Playboy* de Julho de 2009; a ex-*big brother* e atriz Grazi Massafera como a *pin-up* brasileira, na revista *GQ Brasil* de novembro de 2011; além da apresentadora Eliana e a cantora Pitty que protagonizam ensaios fotográficos temáticos, publicados, em 2009, em seus *sites* oficiais⁵.

Modelos da beleza ideal, as *pin-ups* foram, originalmente, garotas propagandas de bens, serviços e ideais norte-americanos do segundo terço do século XX, que ao serem compreendidas como representação da *all american girl*, ou seja, de *toda garota americana*, constituíram-se como parte da cultura do país. Logo, a atual convocação deste imaginário tradicional no contexto brasileiro gera, necessariamente, novas significações e reapropriações, além de suscitar questionamentos acerca das motivações envolvidas na eleição recorrente e privilegiada de um imaginário pré-feminista para a estetização de corpos contemporâneos.

Pin-ups: conceito tradicional e reapropriações na cultura contemporânea

Etimologicamente, o verbo em inglês *to pin-up* significa pendurar, numa referência às imagens femininas consideradas dignas de serem pregadas em paredes, prática que remete aos soldados da II Guerra Mundial, que tinham seus alojamentos, aviões, tanques e navios tomados por imagens idealizadas e sexualizadas do feminino. Dentre suas

várias conceituações, compreendemos a *pin-up* pelo imaginário relativo ao ápice do gênero: fotografias e ilustrações produzidas entre 1940 e 1950, em que meninas/mulheres de boa aparência – bem vestidas, penteadas e maquiadas – são retratadas em situações, normalmente no espaço privativo do doméstico, que as fazem revelar sua lingerie, ou partes do corpo que supostamente deveriam estar cobertas por sua indumentária.

Esta delimitação se respalda não apenas na nossa compreensão acerca da história da estética, mas, sobretudo, num certo conjunto de direção de arte identificado nos acionamentos midiáticos atuais da estética *pin-up* que remete ao período em questão. Ainda que as imagens sejam produzidas nos anos 2000, com influências contemporâneas identificáveis, a referência a elementos estéticos próprios desse passado são característicos, tais como figurino (estampa poá, cintura alta, frente única, corte evasê), maquiagem (uso de iluminador, olhos destacados com traço de delineador do tipo *gatinho*, boca carnuda em tom avermelhado, bochechas levemente destacadas com *blush* rosado), penteado (cabelos soltos com ondas e franja em evidência, topetes do tipo *victory rolls*, cabelos presos com lenços), poses (leves contorções que evidenciam a silhueta, principalmente as pernas; normalmente em situações de desajeito) e, por fim, expressões faciais (traços juvenis com olhar sedutor e boca carnuda contraída de modo a expressar emoções, recorrentemente de modo simpático). No eventual caso de estarem nuas, a tensão sexual tende a ser menor do que nas imagens vestidas.

Para Saggese (2008), a *pin-up* se expressa pelo pudor, bom-mocismo, inocência, características próprias de um contexto em que a mulher possuía compromisso moral e papel social estratificados, condição que não só se distancia da observada hoje, como a partir dos anos 1960 passa a ser fortemente criticada pelos movimentos feministas, e ressignificada por processos sociais, de modo tal que essa re-

⁵ Embora o ensaio de Pitty tenha sido retirado do *site* oficial de sua banda, este, em maio de 2009, foi divulgado na revista *Rolling Stone*. Disponível em: <<http://rollingstone.com.br/noticia/pitty-encarna-pin-ups/>>. Acesso em: 12 fev. 2014). Já as fotografias de Eliana, publicadas inicialmente em 2009 no Blog da Eliana (disponível em: <<http://blogdaeliana.net/ensaios/pin-ups/ver-ensaio-completo>>. Acesso em: 12 fev. 2014), também estão disponíveis no seu atual *site* oficial. Disponível em: <<http://daquidali.com.br/ensaios/pin-up/>>. Acesso em: 12 fev. 2014.

gulação não se apresenta hoje com a mesma força coerciva de antes. Por isso, não se pode crer que as imagens tradicionais das *pin-ups* tenham sido concebidas no contexto dos Estados Unidos do segundo terço do século XX da mesma forma que são hoje no Brasil. As reapropriações atuais, tomados os exemplos de Andressa Soares, Grazi Massafera, Eliana e Pitty, tensionam o imaginário tradicional do conceito *pin-up* em corpos atravessados por questões do tempo em que se situam, no caso, a cultura contemporânea, marcada pela midiaticização, consumismo e culto da aparência.

Tendo em vista a proposta do corpo generificado de Butler (2013), pode-se afirmar que a corporalidade feminina é concebida de acordo com valores socialmente compartilhados: posto que o gênero é uma construção discursiva, é a linguagem que constitui o corpo, não apenas o biológico. Os contornos corporais que idealmente são atribuídos à mulher não se mantêm os mesmos ao longo do tempo, envolvendo valorizações outras, sendo então preciso desenvolver uma análise que considere tais questões para a apreensão do acionamento contemporâneo da estética *pin-up* como um artifício de estetização especificamente contextualizado.

O procedimento metodológico de Peter Loizos

Pensando as *pin-ups* pela proposta de R. Chartier (1993) da dupla dimensão das representações visuais, que são tanto tradutoras (dizem de significados contextualizados e compartilhados) quanto transmissoras (possuem caráter sedutor, atraindo públicos), é pertinente afirmar que se trata de duas dimensões imbricadas: os sentidos comuns de um contexto social influenciam os elementos que podem ser compreendidos como sedutores, bem como aquilo que seduz age sobre as convenções, podendo tanto fortalecer quanto desestabilizar crenças, além de poder contribuir com a constituição de novas. Posto que os sentidos são construídos na inte-

ração (paradigma interacionista), a relação entre interlocutores e representações visuais, que se afetam mutuamente, possibilita atualizações, reapropriações e ressignificações do que se compreende como atrativo.

Neste sentido, a nossa proposta de análise deve transcender a uma categorização do tipo *é ou não é pin-up*, uma vez que as mulheres famosas tomadas como objeto de estudo já são assim reconhecidas, ao menos em uma inserção midiática significativa. A questão é, por meio da comparação entre a iconografia do século passado e as performances atuais, entender quais elementos são reapropriados e quais são acrescentados, bem como os processos socioculturais envolvidos. Visando a análise comparativa desses textos visuais, parece-nos pertinente nos apropriar do procedimento metodológico oferecido pelo antropólogo visual Peter Loizos (2002), que indica o emprego de imagens fotográficas com aplicações potenciais para pesquisa⁶. Tal proposta se justifica uma vez que os registros imagéticos, ainda que representações bidimensionais de um todo mais complexo, possuem valor como documento concreto e material de ações e acontecimentos de uma época, possibilitam o emprego de informação visual como dados primários, além das imagens serem expressão de uma sociedade cada vez mais midiaticizada, ou seja, os elementos visuais se tornam fatos sociais.

Para a aplicação do método, destacamos duas possibilidades. A primeira é o uso de imagens históricas visando traçar um comparativo de mudanças entre o antes e o depois. De forma análoga, adaptamos o procedimento para a proposta do estudo das celebridades *pin-upisadas*, permitindo assim a constatação de particularidades e similaridades entre a mulher/imagem do século passado e a mulher/celebridade contemporânea estetizada como tal, levando-se em conta figurino, maquiagem, penteado, cenário, pose,

⁶ Esse método foi aplicado antes na definição inicial do conceito *pin-up* (cf. Miranda, 2013), tendo se mostrado também profícuo para a análise do nosso *corpus* de pesquisa, como apresentamos aqui, de forma resumida.

expressão e corporalidade, de acordo com o quadro primário (Goffman, 2012) traçado anteriormente. Para cada celebridade, estabelecemos pares de referência da iconografia tradicional que parecem mais pertinentes: *Andressa Soares/ Marilyn Monroe* (Fig. 1); *Grazi Massafera/ Elvgren Girl* (Fig. 2); *Eliana/ Varga Girl* (Fig. 3); *Pitty/ Bettie Page* (Fig. 4).

Uma segunda possibilidade que a imagem como documento de pesquisa permite é, através de uma leitura atenta, a obtenção de informações culturais e sócio-históricas manifestas tanto pelo que está capturado no espaço pictórico, quanto pelo ausente. No caso específico da problematização da estética *pin-up* do século XX e a reapropriada no século XXI, são notórias, por exemplo, práticas de *body modifications*, tais como próteses de silicone, tatuagens e *piercings*, observadas, em maior ou menor grau, nas quatro celebridades brasileiras que nos propomos analisar. Embora tais estetizações não sejam exclusivas do presente momento, são raras as mulheres e representações do gênero com corporalidades alteradas nesses moldes em um momento anterior ao feminismo, quando o autoagenciamento do corpo era entendido como algo próprio e exclusivo do universo masculino.

Por fim, para a aplicação das possibilidades do seu método, que aqui adaptamos, Loizos chama a atenção para a necessidade dos resultados obtidos serem sustentados por padrões identificáveis, conhecimento histórico detalhado do tempo e do lugar ou informação adicional que apoie. É a partir de tal cuidado de pesquisa que o procedimento metodológico aqui apresentado nos faz crer na possibilidade de identificar e analisar o enquadramento e performance das celebridades, além de permitir a compreensão de representações *pin-ups*, tradicionais e atuais, como transmissoras e tradutoras (Chartier, 1993), reforçando tanto a condição de celebridade das artistas Andressa Soares, Grazi Massafera, Eliana e Pitty, quanto de renovar a dimensão simbólica da estética *retrô* pelos acionamentos recontextualizados.

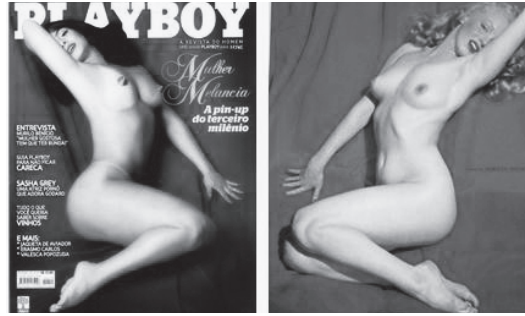


Figura 1: Poses semelhantes de Andressa Soares (2009) e Marilyn Monroe (1949). Fonte: Miranda, 2013, p.13



Figura 2: Foto do ensaio de Grazi Massafera para a revista GQ Brasil (2011) em que posa tal qual uma *Elvgren Girl* (1948), nome dado às *pin-ups* de Gil Elvgren



Figura 3: Uma das imagens que compõe o ensaio de Eliana, inspirado nas *Varga Girls*, as ilustrações femininas de Alberto Vargas. Fonte: Miranda, 2013, p. 15



Pitty por Adrian Benedykt (2008), estetizada como a famosa modelo dos anos 1950, Bettie Page. Fonte: MIRANDA, 2013, p.16.

Considerações finais

Ainda que em um primeiro momento as imagens de Mulher Melancia, Grazi Mas-safera, Eliana e Pitty possam sugerir mais uma reprodução da estética original do que seu tensionamento, a aplicação do procedimento metodológico de comparação de textos visuais baseado em Peter Loizos nos permite superar essa impressão superficial.

Ao levar em conta não apenas o *design* das imagens, mas também os processos socio-culturais envolvidos na concepção das mesmas, acreditamos que o método que aqui apresentamos possibilitará tanto a caracterização da imagem do feminino edificada com a atual *pin-upisação*, como também a identificação das expectativas sociais quanto a performance adequada do gênero feminino implicadas nesse movimento.

Referências

- BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo: a experiência vivida**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.
- BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**. Feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.
- BUSZEK, Maria Elena. **Pin-up girls: feminism, sexuality, popular culture**. Durham: Duke University Press, 2006.
- CARLSON, Marvin. **Performance: Uma introdução crítica**. Belo Horizonte: UFMG, 2010.
- CHARTIER, Roger. Imagens. In: BURGUIÈRE, André (Org.). **Dicionário das ciências históricas**. Rio de Janeiro: Imago, 1993, p. 405-408.
- GASKELL, George (Orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2011.
- _____. **Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise**. Petrópolis: Vozes, 2012.
- HUTCHEON, Linda. Feminism and Postmodernism. In: TESTAFERRI, Ada (Org.). **Donna: Women in Italian Culture**. Ottawa: Dovehouse Editions, 1989, p. 25-37.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher: permanência e revolução do feminino**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- LOIZOS, Peter. Vídeo, filme e fotografias como documentos de pesquisa. In: BAUER, Martin W.; MARTIGNETTE, Charles; MEISEL, Louis. **Gil Elvgren: the complete pin-ups**. Köln: Taschen, 2008.
- MIRANDA, Fernanda. O que são pin-ups? Uma proposta metodológica para definição do objeto de pesquisa. In: LIMA, Cristiane (Org.) [et al]. **Comunicação & Desafios Metodológicos**. Belo Horizonte: FAFICH/UFMG, 2013. Disponível em: <http://ecomig2012.files.wordpress.com/2013/02/lima_et_al_comunicacao_desafiosmetodologicos_20131.pdf>. Acesso em: 05 ago. 2013.
- MOTARIBEIRO, S. **Retratos de mulher: construções sociais e representações visuais do feminino**. Porto: Campo das Letras, 2005.
- SAGGESE, Antonio Jose. **Imaginando a mulher – Pin-up, da chérette à playmate**. São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8133/tde-29012009-150456/publico/ANTONIO_JOSE_SAGGESE.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2012.