

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

PAULO ANTÔNIO STÖLBEN JÚNIOR

UNIFORMES COMO ELEMENTOS DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL:
o caso das mulheres na Marinha do Brasil

PORTO ALEGRE
2017

PAULO ANTÔNIO STÖLBEN JÚNIOR

UNIFORMES COMO ELEMENTOS DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL:
o caso das mulheres na Marinha do Brasil

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção de grau de Bacharel em Relações Públicas.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Mônica Bertholdo Pieniz

PORTO ALEGRE
2017

CIP - Catalogação na Publicação

Stölben Júnior, Paulo Antônio
Uniformes como elementos da comunicação
organizacional: o caso das mulheres na Marinha do
Brasil / Paulo Antônio Stölben Júnior. -- 2017.
122 f.

Orientadora: Mônica Bertholdo Pieniz.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Comunicação
Social: Relações Públicas, Porto Alegre, BR-RS, 2017.

1. comunicação organizacional. 2. uniforme. 3.
Marinha do Brasil. 4. mulheres militares. I.
Bertholdo Pieniz, Mônica, orient. II. Título.

PAULO ANTÔNIO STÖLBEN JÚNIOR

UNIFORMES COMO ELEMENTOS DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL:
o caso das mulheres na Marinha do Brasil

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção de grau de Bacharel em Relações Públicas.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Mônica Bertholdo Pieniz

Aprovado em: 20 de julho de 2017.

BANCA EXAMINADORA:

Prof^ª Dr^ª Mônica Bertholdo Pieniz – UFRGS
Orientadora

Prof^ª Dr^ª Daniela Maria Schmitz – UFRGS
Examinadora

Prof^ª Dr^ª Joana Bosak de Figueiredo – UFRGS
Examinadora

*Nos naufrágios que o destino
Vem tentando me pregar
Vou nadando meus caminhos devagar
Desde os tempos de menino
Aprendi a navegar
Com as bússolas que eu mesmo inventar
Hoje eu sei as armadilhas
E os segredos desse mar
Que viver não é preciso nem será
Tenho os olhos no Cruzeiro
As sereias como guia
E Netuno me protege noite e dia
E nem piratas, nem borrascas nem dragões
Vão me impedir de ser feliz
De levantar a minha âncora e partir
Navega coração
As águas desse mar
Voa coração
Pra lá do arco-íris
(Navega Coração – Kleiton & Kledir)*

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço à professora Mônica por acompanhar a ideia dessa monografia desde o início, nunca duvidando da minha capacidade e sempre me incentivando a produzir e ser cada vez mais curioso. Você é um exemplo admirável de profissional e pessoa.

Às professoras Ana Karin Nunes e Joana Bosak de Figueiredo que também me marcaram e comprovaram que é possível existir um discurso acadêmico sadio e interessante. Vocês foram responsáveis por reviver a minha vontade de continuar dentro da universidade.

À FABICO por me mostrar que o mundo é muito maior do que eu pensava e me fazer crescer como pessoa.

À todas e todos que me acompanharam e apoiaram até esse momento, vocês estão no meu coração e agradeço a paciência que tiveram comigo durante todo esse tempo.

À minha família que sempre esteve ao meu lado, respeitando minhas escolhas, acreditando no meu potencial e sonhos e fazendo o possível para torna-los reais.

Mas principalmente à minha mãe, que teve grande influência na escolha do tema dessa monografia. Foi graças ao teu pioneirismo e bravura – e a pesca de um certo Marinheiro, que depois de um tempo se tornaria o meu pai – que esse trabalho, e a minha existência, foram possíveis.

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo geral compreender como as mulheres militares marinheiras são apresentadas na comunicação organizacional da Marinha do Brasil através dos seus uniformes. A base teórica consiste em autores que dialogam com cultura, identidade e comunicação organizacional, bem como moda, corpo e vestimenta. A metodologia consiste em um estudo de caso de caráter qualitativo através da pesquisa bibliográfica, análise documental e de conteúdo. Ao final, o aporte metodológico nos permite dividir os materiais em história da instituição, a feminização das Forças Armadas brasileiras, como foco na Marinha do Brasil, passando por sua hierarquia e uniformes. A monografia se encerra com uma leitura flutuante do website e das redes sociais, com o recorte do vídeo “Mulheres na Marinha do Brasil” do canal oficial da Marinha no Youtube e considerações sobre o apanhado geral

Palavras-chave: comunicação organizacional, uniforme, Marinha do Brasil, mulheres militares

ABSTRACT

The present study has as overall objective the understanding of how the military marines' women are presented by the organizational communication of the Brazilian Navy through their uniforms. The theoretical basis consists of authors that dialogue with culture, identity and organizational communication, as well as fashion, body and garment. The methodology consists of a case study with a qualitative aspect through the medium of bibliographical research, and documental and content analysis. By the end, the methodological input allows us to separate the materials into history of the institution, the feminization of the Brazilian Armed Forces, focusing on the Brazilian Navy, noting its hierarchy and uniforms. The monograph closes with a fluctuating reading of the website and social medias, an analysis of the *Mulheres na Marinha do Brasil* video from the Brazilian Navy's official Youtube channel, and considerations about the studied topics.

Keywords: Organizational communication, uniform, Brazilian Navy, military women

RÉSUMÉ

La présente étude a comme objectif général de comprendre comment les femmes de la marine militaire sont présentées dans la communication organisationnelle de la Marine du Brésil par leurs uniformes. La base théorique consiste en auteurs qui dialoguent avec la culture, l'identité et la communication organisationnelle, aussi bien que la mode, le corps et le vêtement. La méthodologie consiste en étude de cas à caractère qualitatif par la recherche bibliographique, l'analyse documentaire et de contenu. À la fin, la contribution méthodologique nous permet de séparer les matériels dans l'histoire de l'institution, la féminisation des Forces armées brésiliennes, en se focalisant sur la Marine du Brésil et suivant sa hiérarchie et ses uniformes. La monographie se clôt avec une lecture rapide de sites internet et des réseaux sociaux, avec l'extrait de la vidéo *Mulheres na Marinha do Brasil* de la chaîne officielle de la Marine dans Youtube et des considérations générales sur le thème choisi.

Mots clefs : communication organisationnelle, uniforme, Marine du Brésil, femmes militaires

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Insígnia de punho (Almirante).....	57
Figura 2 – Insígnia de ombro (Almirante).....	58
Figura 3 – Insígnia de gola (Almirante).....	58
Figura 4 – Insígnia de peito (Almirante).....	58
Figura 5 – Insígnia de gorro (Almirante).....	58
Figura 6 – Insígnia de punho (Almirante-de-Esquadra).....	58
Figura 7 – Insígnia de ombro (Almirante-de-Esquadra).....	59
Figura 8 – Insígnia de gola (Almirante-de-Esquadra).....	59
Figura 9 – Insígnia de peito (Almirante-de-Esquadra).....	59
Figura 10 – Insígnia de gorro (Almirante-de-Esquadra).....	59
Figura 11 – Insígnia de punho (Vice-Almirante).....	59
Figura 12 – Insígnia de ombro (Vice-Almirante).....	60
Figura 13 – Insígnia de gola (Vice-Almirante).....	60
Figura 14 – Insígnia de peito (Vice-Almirante).....	60
Figura 15 – Insígnia de gorro (Vice-Almirante).....	60
Figura 16 – Insígnia de punho (Contra-Almirante).....	60
Figura 17 – Insígnia de ombro (Contra-Almirante).....	61
Figura 18 – Insígnia de gola (Contra-Almirante).....	61
Figura 19 – Insígnia de peito (Contra-Almirante).....	61
Figura 20 – Insígnia de gorro (Contra-Almirante).....	61
Figura 21 – Insígnia de ombro (Capitão-de-mar-e-guerra) – Corpo da Armada.....	61
Figura 22 – Insígnia de ombro (Capitão-de-mar-e-guerra) – Intendente.....	61
Figura 23 – Insígnia de ombro (Capitão-de-Fragata) – Corpo da Armada.....	62
Figura 24 – Insígnia de ombro (Capitão-de-Fragata) – Fuzileiros Navais.....	62
Figura 25 – Insígnia de ombro (Capitão-de-Corveta) – Corpo da Armada.....	62
Figura 26 – Insígnia de ombro (Capitão-de-Corveta) – Escola Naval.....	62
Figura 27 – Insígnia de ombro (Capitão-Tenente) – Corpo da Armada.....	63
Figura 28 – Insígnia de ombro (Capitão-Tenente) – Ministério da Defesa.....	63
Figura 29 – Insígnia de ombro (Primeiro-Tenente) – Corpo da Armada.....	63
Figura 30 – Insígnia de ombro (Primeiro-Tenente) – Ministério da Defesa.....	63

Figura 31 – Insígnia de ombro (Segundo-Tenente) – Corpo da Armada.....	64
Figura 32 – Insígnia de ombro (Segundo-Tenente) – Quadro de Oficiais Auxiliares da Armadas.....	64
Figura 33 – Insígnia de ombro (Suboficial).....	64
Figura 34 – Insígnia de braço (Primeiro-Sargento).....	64
Figura 35 – Insígnia de braço (Segundo-Sargento).....	65
Figura 36 – Insígnia de braço (Terceiro-Sargento).....	65
Figura 37 – Insígnia de braço (Cabo).....	66
Figura 38 – Insígnia de braço (Marinheiros e Soldados).....	66
Figura 39 – Insígnia de ombro (Guarda-Marinha) – Corpo da Armada.....	66
Figura 40 – Insígnia de ombro (Guarda-Marinha) – Intendente.....	66
Figura 41 – Insígnia de ombro (Guarda-Marinha) – Fuzileiros Navais.....	66
Figura 42 – Insígnia de ombro (Aspirante do quarto ano da Escola Naval) – Corpo da Armada.....	67
Figura 43 – Insígnia de ombro (Aspirante do quarto ano da Escola Naval) – Intendente.....	67
Figura 44 – Insígnia de ombro (Aspirante do quarto ano da Escola Naval) – Fuzileiros Navais.....	67
Figura 45 – Insígnia de braço (Aspirante do quarto ano da Escola Naval) – Corpo da Armada.....	67
Figura 46 – Insígnia de braço (Aspirante do quarto ano da Escola Naval) – Intendente.....	67
Figura 47 – Insígnia de braço (Aspirante do quarto ano da Escola Naval) – Fuzileiros Navais.....	67
Figura 48 – Insígnia de ombro (Aspirante do terceiro ano da Escola Naval) – Corpo da Armada.....	68
Figura 49 – Insígnia de ombro (Aspirante do terceiro ano da Escola Naval) – Intendente.....	68
Figura 50 – Insígnia de ombro (Aspirante do terceiro ano da Escola Naval) – Fuzileiros Navais.....	68
Figura 51 – Insígnia de braço (Aspirante do terceiro ano da Escola Naval) – Corpo da Armada.....	68
Figura 52 – Insígnia de braço (Aspirante do terceiro ano da Escola Naval) – Intendente.....	68
Figura 53 – Insígnia de braço (Aspirante do terceiro ano da Escola Naval) – Fuzileiros Navais.....	68
Figura 54 – Insígnia de ombro (Aspirante do segundo ano da Escola Naval).....	69
Figura 55 – Insígnia de braço (Aspirante do segundo ano da Escola Naval).....	69
Figura 56 – Insígnia de ombro (Aspirante do primeiro ano da Escola Naval).....	69

Figura 57 – Insígnia de braço (Aspirante do primeiro ano da Escola Naval).....	69
Figura 58 – Insígnia de ombro (Aspirante do terceiro ano do Colégio Naval).....	70
Figura 59 – Insígnia de braço (Aspirante do terceiro ano do Colégio Naval).....	70
Figura 60 – Insígnia de ombro (Aspirante do segundo ano do Colégio Naval).....	70
Figura 61 – Insígnia de braço (Aspirante do segundo ano do Colégio Naval).....	70
Figura 62 – Insígnia de ombro (Aspirante do primeiro ano do Colégio Naval).....	71
Figura 63 – Insígnia de braço (Aspirante do primeiro ano do Colégio Naval).....	71
Figura 64 - modelos Carla Souza Lima, Liz Machado e Ísis de Oliveira com os uniformes femininos da Marinha do Brasil.....	73
Figura 65 – Modelo de corte de cabelo.....	74
Figura 66 – Início do segmento “Pioneirismo”.....	79
Figura 67 – Roupas Civas.....	79
Figura 68 – Uniforme 4.1. Azul – Cabo/Marinheiro.....	80
Figura 69 – Uniforme 4.1. Azul – Suboficial/Sargento.....	81
Figura 70 – Uniforme 5.5. Branco de Verão – Oficiais e Guarda-Marinha.....	82
Figura 71 – Uniforme 5.1. Branco – Cabo e Marinheiro.....	83
Figura 72 – Uniforme 5.1. Branco – Oficiais e Guarda-Marinha.....	84
Figura 73 – Uniforme 6.2. Azul-Claro – Oficiais, Suboficiais e Sargentos.....	85
Figura 74 – Dalva Maria Carvalho Mendes na troca de platina.....	86
Figura 75 – Início do segmento “Determinação”.....	88
Figura 76 – 7.1. Esportes Terrestres – Cabo/Marinheiro.....	89
Figura 77 – 6.4. Cinza de Verão – Oficiais/Guarda-Marinha.....	90
Figura 78 – 6.6. Camuflado de Inverno – Suboficial/Sargento do Colégio de Fuzileiros Navais.....	91
Figura 79 – 6.6. Camuflado de Inverno – Cabo/Marinheiro/Soldado.....	92
Figura 80 – 6.5. Azul Mescla de Verão para Serviço – Cabo/Marinheiro.....	93
Figura 81 – Início do segmento “Conhecimento”.....	95
Figura 82 – Oficial usando vestimenta considerada masculina para o RUMB.....	95
Figura 83 – 6.4. Cinza de Verão – Suboficial/Sargento.....	96
Figura 84 – AD – Atividades Diversas – Oficiais/Guarda-Marinha.....	97
Figura 85 – 4.1. Azul – Oficiais/Guarda-Marinha.....	98
Figura 86 – Início do segmento “Equilíbrio”.....	100
Figura 87 – MU1. Musicista – Suboficial/Sargento.....	101

Figura 88 – Início do segmento “Otimismo”.....	102
Figura 89 – SS1. Branco Interno – Oficias e Guarda-Marinha.....	103
Figura 90 – Início do segmento “Futuro” com roupas civis.....	105
Figura 91 – 6.8. Bermuda – Suboficial/Sargento.....	105

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Hierarquia militar.....	56
Quadro 2 – Vestimentas do fragmento “Pioneirismo”.....	77
Quadro 3 – Hierarquias do fragmento “Pioneirismo”.....	78
Quadro 4 – Vestimentas do fragmento “Determinação”.....	87
Quadro 5 – Hierarquias do fragmento “Determinação”.....	87
Quadro 6 – Vestimentas do fragmento “Conhecimento”.....	94
Quadro 7 – Hierarquias do fragmento “Conhecimento”.....	94
Quadro 8 – Vestimentas do fragmento “Equilíbrio”.....	99
Quadro 9 – Hierarquia do fragmento “Equilíbrio”.....	99
Quadro 10 – Vestimentas do fragmento “Otimismo”.....	102
Quadro 11 – Hierarquia do fragmento “Otimismo”.....	102
Quadro 12 – Vestimentas do fragmento “Futuro”.....	104
Quadro 13 – Hierarquia do fragmento “Futuro”.....	104
Quadro 14 – Retrospectiva Metodológica.....	106
Quadro 15 – Eventos relevantes na cronologia da mulher na Marinha do Brasil.....	110
Quadro 16 – Vestimentas do vídeo Mulheres na Marinha do Brasil.....	113
Quadro 17 – Patentes do vídeo Mulheres na Marinha do Brasil.....	113

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	16
2. ORGANIZAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS.....	19
2.1. Cultura Organizacional.....	19
2.2. Comunicação Organizacional.....	22
2.3. Identidades culturais e seus desafios para o discurso das organizações.....	25
3. MODA E COMUNICAÇÃO.....	30
3.1. Moda, corpo e linguagem.....	31
3.2. Uniforme como manifestação de identidades.....	34
3.3. O corpo feminino e a vestimenta.....	39
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E ANÁLISE DE DADOS.....	42
4.1. Metodologia.....	42
4.1.1. <i>Pesquisa Bibliográfica</i>	42
4.1.2. <i>Análise documental</i>	44
4.1.3. <i>Análise de conteúdo</i>	45
4.2. Coleta e análise de dados.....	48
4.2.1. <i>História</i>	49
4.2.2. <i>Feminização das Forças Armadas</i>	50
4.2.3. <i>Hierarquia Naval</i>	55
4.2.4. <i>O uniforme</i>	71
4.2.5. <i>Mulheres e seus uniformes nos materiais de comunicação da Marinha do Brasil</i>	75
4.2.6. <i>Como o uniforme aparece na comunicação organizacional da Marinha do Brasil</i>	106
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	116
REFERÊNCIAS.....	118

1. INTRODUÇÃO

O profissional de Relações Públicas, em uma de suas vertentes, trabalha com comunicação organizacional, construção de imagem e assessoria de comunicação para os públicos de uma instituição. Julgo interessante como um futuro Relações Públicas confrontarmos tal trabalho com uma organização que pouco mudou sua estrutura e forma de pensar desde a sua criação em 20 de janeiro de 1567, tendo uma mudança de dogmas institucionais apenas no final do século XX, em plena Ditadura Militar, para se adequar aos novos tempos.

Com isso, pela primeira vez, as mulheres puderam se alistar e, em 1981, finalmente formarem o Corpo Auxiliar Feminino da Reserva da Marinha. Houve uma grande divulgação por parte da Marinha Brasileira, contratando até estilistas famosos da época para desenhar os uniformes, desde o lançamento do concurso até os primeiros dias dentro do Centro de Adestramento da Ilha da Marambaia (CADIM). Além de contar com a primeira turma de mulheres das Forças Armadas Brasileiras, a influência da Marinha em minha vida começa com meu pai e minha mãe – que inclusive estava na primeira turma de marinheiras do Brasil.

Outra questão relevante a ser tratada é a da área de moda, indumentária e comunicação. Através das nossas roupas comunicamos e recebemos discursos já construídos por outros indivíduos. O uniforme é uma das indumentárias que contém a identidade da organização, sendo utilizado para reforçar e transmitir os valores organizacionais.

O trabalho possui como questão norteadora: Como se deu a trajetória das mulheres na Marinha do Brasil e quais as especificidades em relação aos seus uniformes? Sendo o objetivo geral compreender como os uniformes femininos aparecem na comunicação organizacional da Marinha. Os objetivos específicos compreendem: Contextualizar a presença das mulheres diante dos principais fatos históricos relacionados à instituição; apresentar as diferentes hierarquias e seus respectivos uniformes na Marinha do Brasil; investigar como as mulheres aparecem junto aos seus uniformes nos materiais de comunicação.

Para o desenvolvimento deste estudo, foram estruturados dois campos relacionados à conceitualização teórica. O primeiro campo engloba temas que conversam com a área de comunicação, relações públicas e cultura, identidade e comunicação organizacional. Já o segundo campo versa sobre vestimenta, comunicação e sua relação com os indivíduos, sendo

composto pelos seguintes itens: moda, corpo e linguagem; uniforme como manifestação de identidades e o corpo feminino e a vestimenta.

O método escolhido para este trabalho foi o de estudo de caso, prioritariamente qualitativo, segundo Yin (2015). Já as técnicas utilizadas são a de pesquisa bibliográfica segundo Stumpf (2015) e Macedo (1996) e pesquisa documental por Moreira (2005), que colaboram no alcance dos três objetivos específicos. É utilizada também a análise de conteúdo conforme Fonseca Jr. (2005), Krippendorff (1980), Bardin (2011) e Bauer (2002), que se aplica a um dos elementos da comunicação organizacional que foi recortado (o vídeo Mulheres na Marinha do Brasil) do universo de elementos analisados de maneira flutuante no site e espaços de redes sociais, que serão brevemente descritos, para ilustrar a ênfase dada à presença das mulheres na instituição pela assessoria de comunicação organizacional da Marinha do Brasil.

O trabalho foi articulado em cinco capítulos. Sabendo-se que o primeiro capítulo é constituído por esta introdução, o segundo capítulo compreende em aprofundamento teórico na área de cultura organizacional a partir de Schein (1984, 2007, 2009), Marchiori (2009), Ferrari (2009), Fleury (2002), Smircich (1983), Tamayo e Gondim (1996), Capra (2006), Baldissera (2014a), Foucault (1996) e Bourdieu (1998); comunicação organizacional por Ferrari (2009), Iasbeck (2009), Baldissera (2008, 2009, 2014a, 2014b), Freiras e Garcia (2006), Curvello (2012), Fleury (1987), Pagès (1987), Morin (1995, 2008); identidade organizacional por Hall (2000), Almeida (2009), Baldissera (2008), Bauman (2005) e Castells (2007); marca como discurso organizacional através dos seguintes autores: Perotto (2007), Chaves (2005), Verón (2005), Perez (2009) e Kunsch (2009).

Já o terceiro capítulo aprofunda discussões sobre moda, vestimenta, corpo e comunicação, sendo o primeiro item relacionado a moda, corpo e linguagem através do pensamento de Pratt e Rafaeli (1993), Lurie (1981), Palomino (2002), Barthes (2009), Svendsen (2010), Pires (2008), Silva (2014), Nacif (2013), Simmel (1957), Barnard (2003) e Flügel (1966); o segundo item é relativo ao uso do uniforme como manifestação de identidades, que conta com a reflexão de Peres e Barreira (2003), Foucault (1988), Lurie (1981), Laver (1989), Roche (2007), Coelho (1998), Barroso e Rodrigues (1922), Alexandre (1995); o último item versa sobre o corpo feminino e sua relação com a vestimenta, trazendo Bonadio (2007) e Lipovestky (2009) como autores citados.

O quarto capítulo aborda os processos metodológicos e apresenta a análise em si, através da história da Marinha Brasileira, hierarquia, uniforme e o vídeo organizacional “Mulheres na

Marinha do Brasil” à luz dos autores e metodologias trabalhadas. Por fim, no quinto capítulo estão presentes as considerações sobre a pesquisa, com o intuito de retomar as questões que mediaram esta monografia e respondê-las com os resultados originados do procedimento de análise.

2. ORGANIZAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS

Uma das áreas de atuação do profissional de Relações Públicas se dá no trabalho dentro das organizações e na construção ou análise de sua identidade e como ela é transmitida aos seus membros e ao público externo. Neste subcapítulo, versarei sobre comunicação e cultura organizacional e como o discurso é construído dentro dela. É importante salientar que a instituição contemplada neste estudo é de caráter militar, logo, a concorrência mercadológica não é um assunto que se considere. Porém, a mesma faz uso de inúmeros métodos comunicacionais internos e externos para reforçar sua identidade. E, por isso, continua sendo uma área de interesse dentro do campo de Relações Públicas.

2.1. Cultura Organizacional

A cultura é mutável, sofrendo alterações através da passagem de tempo, para Edgar Schein (1984), e é notada através da linguagem, valores, mitos, artefatos, entre outros fatores. Comunicação e cultura se relacionam intimamente dentro do campo do conhecimento, segundo Marchiori (2009). A cultura é formada pela atuação de grupos e estimula a “personalidade da organização” (MARCHIORI, 2009, p.294). Os grupos relacionam-se entre si e desenvolvem inúmeros modos de agir que vão aos poucos sendo incorporados.

A partir do momento em que certo grupo começa a atuar, a cultura se enraíza, os hábitos surgem naturalmente no grupo e são reconhecidos por serem entendidos como a maneira correta de agir e entender determinada situação. Isso ocorre até que um comportamento mais atualizado seja valorizado pelo grupo no lugar do antigo. Desta maneira, as culturas estão continuamente transformadas e formadas pelos indivíduos nos espaços organizacionais. O fato de existir comunicação nos leva à obrigação de construir significados para as atitudes das pessoas e empresas. A dimensão da comunicação é estratégica pois envolve, influencia e constrói a realidade de uma instituição. Desta maneira, as culturas estão continuamente transformadas e formadas pelos indivíduos nos espaços organizacionais. Existir comunicação nos leva à obrigação de construir significados para as atitudes das pessoas e empresas. A dimensão da comunicação é estratégica pois envolve, influencia e constrói a realidade de uma instituição.

A comunicação depende da simbologia, ainda segundo Marchiori (2009). Não podemos criar significados ou dividir experiências no interior das instituições sem símbolos. E se olharmos dentro das organizações, percebemos o quanto a identidade é formada e mantida por

membros que ali compartilham, determinam e discutem caminhos desejados pela empresa. Nesse processo, os significados surgem dos parâmetros de interação entre os participantes. Tais significados estão suscetíveis a mudanças contínuas com o contexto temporal.

A cultura organizacional é uma construção social, coletiva e dinâmica, no pensamento de Ferrari (2009), e que é compartilhada por indivíduos e grupos sociais que percebem, pensam e reagem diante de contextos diferentes. A partir do pensamento de Schein (2007), que também é influenciado por Fleury (2002), nos são dados três níveis necessários para entendermos a cultura organizacional: artefatos, valores e pressupostos básicos. Artefatos são os aspectos tangíveis e visíveis da organização, aqueles que são identificados à primeira vista por indivíduos, como uniformes, por exemplo. Valores são princípios sociais, filosofias, metas, estratégias, normas e regras de comportamento, que são vivenciadas pelos indivíduos durante médio prazo; por fim temos os pressupostos básicos, que representam o essencial da cultura, percebidos a longo prazo pelos indivíduos, como pensamentos, valores fundamentais, percepções e sentimentos.

Acredito ser interessante realçar o pensamento de Smircich (1983), que nos diz que o conceito de cultura pode ser utilizado em dois sentidos: como variável e como metáfora. No primeiro conceito, cultura é algo possuído pela organização, podendo ser considerado como variável externa (cultura nacional) ou como interna (cultura organizacional), sendo essa última utilizada para gerir a organização. No conceito de metáfora (denominada simbólica ou cognitiva), a organização é a própria cultura, sendo o foco o entendimento da realidade social da organização para reflexão.

Outro ponto para focarmos é o entendimento do que é valor para a organização e sua cultura.

Os valores afetam a cultura organizacional, uma vez que eles a constituem e são considerados princípios ou crenças sobre comportamentos ou estados de existência que transcendem situações específicas que guiam a seleção ou avaliação de comportamentos ou eventos e que são ordenados por sua importância (FERRARI, 2009, p.251).

Tais valores são considerados e divididos por Tamayo e Gondim (1996) em quatro dimensões: 1) dimensão cognitiva: valores como crenças referentes com subsistemas da vida organizacional, como produção, qualidade, respeito à autoridade, interações interpessoais, etc.; 2) dimensão motivacional: quando valores expressam interesses de se atingir um objetivo; 3) dimensão funcional: valores funcionam como padrões de conduta, influenciando o

comportamento dos comparadores; 4) dimensão hierárquica: os valores representam a maneira pela qual pessoas e organizações se diferenciam entre si.

Pensar sobre organizações e sua cultura requer que pensemos nos sujeitos que interagem para que ela seja constituída. Através de vários graus de influência, a cultura de grupo é disseminada nos indivíduos que constituem tal formação. Morin (2008) nos traz o conceito de *imprinting*¹ cultural, que é exercida no sentido de suprimir aspectos que são divergentes das teias de significado construídas pelos grupos sociais. Tem caráter coercitivo, normalizador e normatizador para o compreender, o conhecer, o atuar e o conceber sob a esfera de específica cultura. Sua dinâmica se dá modelando, ditando verdades, inibindo dúvidas, questionamentos e pontos de vistas discordantes e naturalizando processos.

A partir do momento que os indivíduos assumem estar dentro dessa rede de significação, a experimentando e vivendo, tendem a reproduzi-la. Porém, isso não significa que os participantes de tal organização sejam “quadros em branco” que podem ser pintados conforme os desejos da instituição. Segundo Capra (2006) nos lembra, pessoas são sistemas vivos, que podem somente serem perturbadas pelo seu entorno e não totalmente determinadas por ele.

Existem então, alternativas desviantes e resistentes. Certos elementos de um determinado grupo sociocultural podem (re) interpretar o mesmo evento com variados nuances significantes, afinal cada um tem sua experiência de vida atravessada por competências cognitivas, processo histórico, psíquico, sistema fisiológico, domínio cultural e linguístico e diversos níveis de memórias e saberes. Embora ocorram tais ressalvas, também ocorrem fendas onde as subjetividades atuam.

Como nosso objeto de análise é uma organização militar, é interessante trazermos o pensamento de Schein (2009) sobre os líderes organizacionais, que tem grande importância para o Exército, a Marinha e a Aeronáutica Brasileiros, e constituem na principal forma e força de estabelecimento de culturas, seja no início (nesse caso, quando os aspirantes adentram as escolas preparatórias), processos de adaptação e redimensionamento, mas que também impõem seus pensamentos ao grupo que lidera.

Então, podemos utilizar Baldissera (2014a), Foucault (1996) e Bourdieu (1998) ao dizer que tais líderes dispõem de potência e poder através do saber, para significarem a cultura

¹ *Imprinting* é um termo utilizado por Kornad Lorentz para definir as primeiras experiências vividas por um jovem animal e sua marca incontestável. Por exemplo, um passarinho ao sair do ovo, segue o primeiro ser vivo que ver, acreditando ser sua mãe. (Morin, 2008)

organizacional, ao impor ou/e orientar valores. Sendo assim, é propício o entendimento do líder, e seu lugar de liderança, como um atributo do processo organizacional. Mas mesmo que se tenha uma figura-guia, tal formato não anula os demais indivíduos que se relacionam entre si para a constituição da organização e de sua cultura através de suas subjetividades. Neste contexto de cultura organizacional, destaca-se a comunicação pois é através dela que a instituição estudada vai se revelar para seus públicos.

2.2. Comunicação Organizacional

As organizações que não se adequam às mudanças que acontecem ao seu redor tendem a não serem tão competitivas dentre as outras diversas opções que podem aparecer, como afirma Ferrari (2009). Embora seja uma instituição militar e por consequência não exista uma concorrência específica, acredito que ela exista no sentido de levantar a questão “Por que escolher entrar na área militar na gama de opções já existentes, seja no mercado, seja na área pública”?

Para isso, é fundamental analisar o contexto organizacional e social em busca de relações de interdependência que visam a harmonia entre os lados. Com isso, a autora busca apresentar o quão relevante é a cultura e valores organizacionais para definir e justificar a prática e estratégias de um profissional de relações públicas. Para Ferrari a comunicação organizacional é compreendida como um fundo-infinito, sendo um

Cenário mutável e sensível à condição humana e ao mesmo tempo, como um agente produtor de significados, na medida em que não apenas facilita a circulação de informações, mas tem a capacidade de produzir significados (FERRARI, 2009, p.245).

Compreendendo a Comunicação Organizacional como um pensamento comunicativo, Iasbeck (2009) nos transmite uma definição necessária para compreender os fenômenos que, ao serem concretos e aparentes, poderão – e deverão – ser administradas pelas Relações Públicas. Embora as duas áreas sejam próximas ao dividirem o mesmo espaço, objetos e buscar resultados similares, operam com aportes teóricos distintos. Para a esfera de estudos da Comunicação Organizacional tem relevância questões que interfiram na dinâmica da instituição, como as políticas, éticas, psicológicas, econômicas, entre outras.

A comunicação, segundo Baldissera (2014a), é a condição para a existência de uma organização. Ou seja, através da comunicação que os indivíduos se relacionam para construir a

instituição, ao mesmo tempo que se organizam em relações de poder. “Organizações são relações e, neste caso, relações são comunicação” (BALDISSERA, 2014b, p. 113).

A área de Relações Públicas age como mediadora na idealização de significados, sendo uma subárea do campo da Comunicação à qual tem como competência a função de planejar e gerenciar assuntos públicos e políticas corporativas para conservação dos relacionamentos entre organização e públicos. Conforme o pensamento de Freitas e Garcia (2006), “há no discurso das organizações uma pluralidade de vozes que constituem a voz corporativa” (FREITAS; GARCIA, 2006, p. 6), sendo esse discurso um poderoso exercício de comunicação com poder de transformar os inseridos em seu meio.

Através da busca por novos significados, as organizações passam a ser veículos de comunicação de e em si mesmas, exercendo funções centralizadoras nas últimas décadas do século XX. A partir do contexto em que estão inseridas, tal significação é atribuída ao sujeito e ao texto através do lugar ocupado por esses ou outros elementos que também podem ser significados (BALDISSERA, 2008). Todos esses fatores contribuem para a manifestação de juízos de valores e conceitos que são atribuídos a algo ou alguma coisa (nesse caso, a organização Marinha do Brasil).

Para descrever a comunicação organizacional como um grupo de valores e pressupostos básicos, Curvello (2012) utiliza Fleury (1987) e Pagès (1987) e nos diz que tais suposições são apresentadas em elementos simbólicos que podem agir como elemento de comunicação e consenso ou ocultação e instrumentalização das relações hierárquicas, através da sua capacidade de ordenação, atribuição de significações e construção de identidade organizacional.

A comunicação organizacional vai muito além de um departamento ou setor cuja função é a de produzir e transmitir informações, segundo Kunsch (2009). Para essa análise é necessário que vejamos a comunicação como uma ocorrência ligado à natureza das organizações, que ocorre em diferentes dimensões e sob fortes influências conjunturais e contextos econômicos, políticos, sociais, tecnológicos e culturais. Na percepção da autora, a Comunicação Organizacional transita por diversas linhas.

Na academia, como disciplina, estuda o fenômeno comunicacional do aglomerado de pessoas integrantes da organização e se ligam a ela ao redor de uma cultura e objetivos comuns. Tentando compreender o sistema, funcionamento, fluxos, redes, processos, barreiras, meios, instrumentos, níveis recepcionais da comunicação que são gerados diariamente na vida dentro

da organização e implicações que estão imersas em tal contexto. Também analisa manifestações e expressões discursivas que são configuradas em diferentes modalidades comunicacionais para se relacionarem com agentes ou grupos internos e externos da organização, ou seja, os públicos, opinião pública e sociedade, através das Comunicações Administrativa, Interna, Institucional e Mercadológica. Esse conjunto forma o que a autora chama de Comunicação Organizacional Integrada.

O paradigma que norteia a reflexão na Comunicação Organizacional, segundo Baldissera (2009), é o da complexidade de Morin (1995; 2008) e ao assumirmos tal paradigma aceitamos que a Comunicação Organizacional não se limita ao âmbito do organizado, à fala autorizada, aos processos formais e à comunicação da e/ou na organização. Devemos olhar além de manifestações para atentarmos a outros fatores dentro da instituição, como: dinamicidade, processos que afetam o equilíbrio da mesma, incertezas e desorganizações/reorganizações, “interdependência ecossistêmica e processos recursivos” (BALDISSERA, 2009, p.117). Os princípios da complexidade são: 1) dialógico, que une processos duais da organização, como ordem/desordem; 2) recursivo, que consiste nos processos que constroem e reconstrói o sujeito que os constrói; 3) princípio hologramático que abrange o conceito de que a parte é o todo e o todo é a parte. Através desses três princípios, a noção de Comunicação Organizacional é redimensionada para cruzar os conceitos de organização comunicada e comunicante.

A sociedade contemporânea trouxe certos traços que se tornaram intrínsecos a ela com o passar do tempo, como iminência de decisões, anseio de poder, redução de vínculos, rapidez de informações, imediatismo, espetacularização e a vontade de mensuração de tudo, inclusive das coisas intangíveis. Entrando em um outro nível, podemos discursar sobre a Comunicação Organizacional vista pelo olhar da organização comunicante que é reforçada de alguma forma ou nível no momento que o sujeito entra em contato e assume relação com a organização. Mesmo que não exista o desejo de comunicar, no momento que alguém atribui sentido a algo ou alguma coisa da organização e interpretar como comunicabilidade, será comunicação. Tais interpretações podem ser relevantes para a organização entender como é vista pelo público e assim, investir em outros processos comunicacionais para expandir ou neutralizar tais pensamentos.

Já processos informais, que ocorrem fora da alçada da organização, são definidos por Baldissera (2009) como organização falada. Porém, mesmo sendo de caráter indireto, podem ter certo acompanhamento por parte da instituição, já que um boato, por exemplo, pode ser originado em um jogo de futebol de funcionários e tomar proporções cada vez maiores, sendo

necessário intervenção da organização através de processos comunicacionais formais para enfim, neutralizá-lo.

2.3. Identidades culturais e seus desafios para o discurso das organizações

Ao dissertar sobre a identidade na pós-modernidade, Stuart Hall (2000) afirma que a visualização de uma identidade estável no mundo social está cada vez mais difícil surgindo em seus lugares novas identidades que dividem o sujeito moderno. A identidade se concebe e se transforma de maneira contínua em momentos distintos. Para lidar com as inúmeras identidades do sujeito, as organizações devem utilizar mecanismos discursivos para que o indivíduo se identifique com a organização. Por mais dispersas que sejam, todas as identidades devem ser atingidas. Existe atualmente um constante crescimento de trabalhos envolvendo análises identitárias nas organizações. Almeida (2009) nos diz que identidade organizacional se refere à sua essência, sendo isso considerado pelos indivíduos que nela estão inseridos, e isso que a distingue das outras.

Conforme dito por Bauman (2005), é habitual a afirmação de que comunidades constroem suas próprias identidades, que podem ser classificadas em dois tipos: as que se unem através de uma ligação absoluta e as que são consolidadas exclusivamente por um conjunto de ideias ou princípios. Ainda segundo o autor, as identidades pairam no ar, algumas por nossa própria conta, outras infladas e impulsionadas por indivíduos ao nosso redor, sendo necessário um estado permanente de alerta para proteger as primeiras das últimas. Isso se torna relativamente difícil em organizações de caráter denso em relação às identidades de seus indivíduos, que se fundem e apropriam-se de conceitos já estabelecidos da identidade da organização.

A identidade é um método de construção de significados, segundo Castells (2007), que se baseia em um atributo cultural específico ou no conjunto desses atributos que se inter-relacionam e que imperam sobre outros elementos significantes, podendo existir múltiplas identidades e, por isso, tensões e contradições. Por essa razão é fundamental distinguir a identidades dos papéis representados pelos indivíduos na coabitação com outros, que é definida por normas estruturadas pelas organizações e instituições da sociedade e sua importância dessas ao influenciar o comportamento das pessoas, necessitando de consenso entre si.

Pode-se afirmar, de acordo com Castells (2007), que identidades estruturam significados, enquanto papéis estruturam funções, que podem ser produzidas através de quê, por quem e para que isso ocorre. Além disso, o autor apresenta três modos e inícios de construção de identidades: 1) a legitimadora, introduzida por organizações dominantes para ampliar e racionalizar sua dominação ; 2) a de resistência, gerada por indivíduos que se localizam em posições desvalorizadas e por causa disso, erguem trincheiras para resistir e sobreviver; e 3) de projeto, onde os atores sociais apropriam-se de quaisquer materiais culturais ao redor para edificar novas identidades que mudam suas posições na sociedade.

Através do pensamento de Perotto (2007) analisaremos o discurso da organização através da marca, aqui sendo definida como a própria Marinha do Brasil, que na contemporaneidade, não tem limites definidos, sendo polissêmica. A marca contemporânea garante grande peso simbólico e ideológico, já que memora valores culturais e sociais. Através do pensamento do autor, descrevemos a marca como uma “construção simbólica compartilhada” (PEROTTO, 2007, p.131) que é resultado de estratégias e processos de significação e objetivação. Sendo um fenômeno de factibilidade histórica e objetiva. Além disso, é um “fenômeno de natureza essencialmente discursiva” (PEROTTO, 2007, p.131). Mas o discurso em questão não é do tipo comum, mas o organizado em determinada estruturação e lógica que transformam a marca em um gênero discursivo com atributos únicos, podendo integrar uma variação de conteúdos e ser aplicados em distintos universos.

A construção de uma marca é um processo que “procura produzir algum sentido e ser significante” (PEROTTO, 2007, p.131), que tem atuação na dimensão simbólica da sociedade, que se relaciona com sistemas ideológicos e valores das pessoas e grupos sociais. O primeiro objetivo da marca contemporânea é a apresentação de um “projeto de sentido” (PEROTTO, 2007, p.131).

A marca também se caracteriza como sujeito pela “construção social de sua identidade” (PEROTTO, 2007, p.131). Verón (2005) nos diz que faz parte do discurso construir uma “imagem de quem fala”, na marca contemporânea, essa qualidade é predominante. Chaves (2005) denomina isso de “protagonismo do sujeito” o que resulta em um processo de subjetivação das mensagens. Em outras palavras, os discursos inclinam-se mais a mostrar quem está comunicando do que o que está sendo comunicado. Perotto (2007) ainda nos diz que pela marca contemporânea

Percorrem fluxos e processos de produção e reconhecimentos de valores e significados sociais, estabelecendo seu sentido discursivo pela sua enunciação,

particularmente no âmbito das relações intertextuais, e poderia ter explicações pela análise de seu “modo de produção” (PEROTTO, 2007, p.133).

Segundo o autor, o modo de produção de sentidos tem dois lados, um é o processo de produção, que através de regras e coerções discursivas, efetua operações de investimento de sentido e, do outro lado, condições de produção, que agem definindo as posições sociais dos sujeitos enunciadoreis.

No ponto de vista da produção de sentido, o sentido é sempre discursivo, mas nunca um lugar de sentido. Ou seja, o discurso de uma marca está nas relações estabelecidas no domínio do extradiscursivo, intertextual e contextual. Sua enunciação corresponde às condições de intertextualidade de sua produção, sendo sempre um fenômeno histórico. Por esse fator, é difícil a marca contemporânea ser entendida fora de suas relações ou especificações da situação da enunciação.

Deste modo, por meio da análise dos processos de produção, foram enumeradas as principais características do seu discurso: 1) centralizante, porque as manifestações da marca são coordenadas estrategicamente por um projeto de sentido; 2) totalizante-convergente, definida desse modo pois as comunicações e ações devem auxiliar na construção da marca e manifestar seu projeto de sentido; 3) multidimensional, dado que as gramáticas de produção se ampliaram para ser capaz de traduzir ou adaptar e controlar as operações de investimento em meios, técnicas e linguagens gradualmente mais específicos e experienciais. Por meio desse pensamento, Perotto (2007) afirma que a marca contemporânea fala mais, diferente, de outras coisas, em todas as oportunidades e em vários dialetos. Segundo Chaves (2005), o corpo institucional sofre uma hipersemantização.

O sujeito-enunciador dessa mensagem deve ser encontrado e posicionado em relação à sua intertextualidade por meio de índices discursivos. A marca então, é um sujeito que, implícita ou explicitamente, relaciona o que diz com quem é, comunicando algo a partir de algum lugar social. Por isso, pela perspectiva da produção de sentido, a marca é enunciadora social e histórica.

A identidade pode ser proposta, mas nunca controlada, porque é resultante de uma construção dialógica, de uma negociação de sentido. Sendo assim, identidade é um conceito significativo, produzido e compartilhado na atualidade identitária, no espaço simbólico social. Ou seja, ela deve ser “ideal, intangível, posicional, mediada por suas representações e somente estas é que podem ser objeto de proposições” (PEROTTO, 2007, p.138).

Sobre a análise da marca, Perez (2009) nos fala sobre a semiose corporativa, que é uma associação que é estabelecida entre identidade, imagem, realidade e comunicação corporativas e pode ser compreendida como um procedimento espontâneo, intencional e artificial ou misto, pelo qual uma instituição comunica e produz discurso de sua identidade e motiva, em seu contexto de atuação, uma certa leitura que determinará sua imagem. O valor de uma marca está na resposta que ela recebe do seu público-alvo e do “público-mix”. E isso, segundo Kunsch (2009), só será alcançado diante de bases conceituais, técnicas e meios específicos, minuciosamente selecionados e integrando as atividades comunicacionais, dentro da filosofia de comunicação organizacional integrada.

A partir desses preceitos, surge a possibilidade de formação de uma imagem positiva diante do público. Para refletir acerca disso, Baldissera propõe o termo “imagem-conceito” que nos diz que ela, a imagem, é construída mais no lugar da significação do que da comunicação, podendo convocar imagens visuais, mas não depender totalmente delas. A “imagem-conceito” pode ser construída mesmo não havendo materiais de comunicação para significá-la - o que pode ser conectado ao tema dessa pesquisa, já que a Marinha Brasileira como instituição já estava firmemente construída em sua identidade organizacional, e, isso, provavelmente colabore na formação de uma imagem-conceito já consolidada na mente dos públicos.

Sendo assim, a “imagem-conceito” se desenvolve em seis passos (BALDISSERA, 2008): 1) Não é necessária comunicação e sim significação; 2) É construída através de impressões, estímulos diretos e indiretos, percepções, diferentes capacidades e domínios de seu construtor ao articular e processar os elementos; 3) A comunicação é seu principal potencializador; 4) É desenvolvida na mente do construtor (pessoa/públicos), podendo também ser transmitida e moldada pelo “sujeito-identitário” para que seja construída da forma almejada; 5) Sua elaboração contribui para o tensionamento do indivíduo ao grupo sociocultural; 6) Sofre constante transformação em processos e subprocessos de forma interativa e independente, mas ao mesmo tempo entrelaçadas que são por ela gerados e regenerados.

Diante do exposto neste capítulo, compreende-se que os uniformes são elemento fundamental na constituição da comunicação e cultura organizacional da Marinha do Brasil. Apesar desse trabalho não ter como finalidade empreender uma análise de discurso, considero relevantes os preceitos de Perotto (2007) para compreender os discursos da Marinha do Brasil nos materiais analisados nesta pesquisa. Para dar sequência à reflexão teórica, entendida como relevante, para o trabalho, o próximo capítulo abordará a questão das vestimentas, da moda e

dos uniformes como utensílios de reforço da cultura da instituição entre os indivíduos que a adentram.

3. MODA E COMUNICAÇÃO

A história é escrita através das roupas. A princípio eram apenas utilizadas para resistir às intempéries e após isso, para dividir as pessoas em grupos sociais. Mas segundo Barthes (2005), antes do século XIX, não havia arquivos sobre a História da indumentária, apenas estudos arqueológicos e recensões de trajes. Sua história começa a partir do momento que começam a surgir arquivos que ajudavam pintores, artistas e teatrólogos a criar elementos necessários para as suas obras.

Já trabalhos essencialmente científicos surgiram em torno de 1860 com o trabalho de arquivistas de vestimentas medievais, que tratavam a roupa como um acontecimento histórico. Nesse subcapítulo dissertarei sobre como a indumentária carrega significados que são denotados pela própria instituição e pelos grupos sociais que o indivíduo se insere, através de formas, cores e tecidos, até chegar ao meu objeto de estudo, que seriam os uniformes organizacionais.

Também se faz necessária a definição dos termos moda e indumentária de forma etimológica. A palavra “moda” vem do latim *modus*, e significa “modo”, “maneira”. Em inglês o termo que se utiliza é *fashion* que também tem origem francesa da palavra *façon*, que compartilha o mesmo significado que *mode*. E segundo Palomino (2002), tal sentido transpassa a roupa, sendo um sistema que assimila o uso cotidiano das roupas a um contexto social, político e sociológico muito maior. Em português, segundo Ferreira (1999), o termo adquiriu a seguinte definição:

Moda. [Do fr.*mode*] **S.f.** 1. Uso, habito ou estilo geralmente aceito, variável no tempo, e resultante de determinado gosto, ideia ou capricho, e das interinfluências do meio: *conceitos em moda; a moda parnasiana*. 2. Uso passageiro que regula a forma de vestir, calçar, pentear, etc.: *a moda dos vestidos curtos*. 3. Arte e técnica do vestuário: *especialista em moda*. 4. Maneira, costume, feição, modo: *comida à moda do seu país*. 5. Vontade, fantasia, capricho: *Vive à sua moda*. 6. *Mús.* Ária, cantiga. V. *modinha* (2 e 3). 7. *Mús.* Canção típica do folclore português. 8. Fenômeno social ou cultural, de caráter mais ou menos coercitivo, que consiste na mudança periódica de estilo, e cuja vitalidade provém da necessidade de conquistar ou manter uma determinada posição social. 9. *Estat.* Num conjunto de observações ou distribuição de frequência, o valor de ocorrência mais frequente. (FERREIRA, 1999, p. 1350).

Já o verbete indumentária, para o mesmo autor, tem o seguinte significado:

Indumentária. [F. subst. do adj. *indumentário*.] **S.f.** 1. Arte do vestuário. 2. História do vestuário; uso do vestuário em relação às épocas ou povos. 3. Traje, indumento; vestuário. (FERREIRA, 1999, p. 1104).

Definições sobre moda e comunicação parecem muito óbvias à primeira vista, porém elas são bem mais profundas. A moda e a indumentária, para Barnard (2003) são meios de comunicação não-verbal. O autor se apoia no pensamento semiótico de Fiske (1982) para unir o conceito de como o sentido de uma roupa é transmitido para outros indivíduos. Ele nos diz que o processo nessa linha de pensamento gera ou produz significados. Não existe remetente nem destinatário, até que sejam construídos na produção desses significados.

Para dar continuidade à reflexão acerca de moda e comunicação, as próximas páginas trazem reflexões teóricas sobre moda, corpo e linguagem; o uniforme como expressão de identidade; e o corpo feminino e a vestimenta. Compreendo que esses tópicos são fundamentais para a análise do contexto histórico da construção do lugar da mulher na Marinha através dos seus uniformes.

3.1. Moda, corpo e linguagem

Ao determinar e analisar as três características das vestimentas, que são cor, material e estilo, segundo Pratt e Rafaeli (1993), os autores dizem que elas estão ligadas aos valores organizacionais. As cores portam valores simbólicos, azul pode significar dignidade, enquanto o vermelho, afeição. Sendo assim, as organizações têm a possibilidade de escolher as cores dos seus uniformes a partir dos valores que pretendem transmitir. O material também é outro meio que evidencia valores simbólicos. Sendo fibras sintéticas mais associadas ao status social de classes mais baixas enquanto fibras puras, como a seda, às classes mais altas. Por fim, o estilo também é associado ao status, enfatizando o poder. Quanto mais formais as pessoas se vestem, mais são socialmente vistas e reconhecidas como poderosas.

Os autores também nos trouxeram a relação entre homogeneidade das vestimentas na instituição com conspicuidade, ou seja, o nível em que a forma de se vestir dos indivíduos da organização se diferencia do que não-membros usam. Os modos de se vestir podem ser compreendidos através de diferentes formas e significados. Um dos principais usos das vestimentas é em virtude do desejo de pertencimento a certos grupos sociais. Para Pires (2008) a roupa concebe um espaço que hospeda o corpo e a partir do qual se determina uma relação nova com o espaço que o rodeia: o corpo e vestimenta se associam e se ressignificam por meio da ligação que instauram com o meio e entre si.

Símbolos são uma das peças centrais para o entendimento de uma identidade, podendo se tratar de crucifixos, tatuagens ou trajes nacionais. Cada símbolo tem que significar e auxiliar

a pessoa que o utiliza a transmitir o que ela deseja. Embora as roupas não possam nos dar indicações concretas sobre quem as usas, continuamos a julgar o outro pela sua forma de vestir.

Alison Lurie em seu livro “A linguagem das roupas” (1981) considera as roupas como uma forma de linguagem, sendo assim, precisam compor um vocabulário e uma gramática. Segundo ela, esse vocabulário é tão grande quanto o de todas as línguas faladas, pois inclui “todos os artigos de vestuário, penteado e decoração do corpo já inventados”.

Porém a tentativa mais ambiciosa segundo Svendsen (2010) de se analisar a linguagem das roupas vem de Roland Barthes (2009) que definia três formas de existência que podem ser aplicadas às roupas: a roupa “real”, “representada” e “usada”. A forma “real” consiste na peça física da roupa, a “representada” é a que está em exibição em revistas e anúncios e a “usada” é a que é comprada e vestida. Utilizaremos nessa pesquisa o conceito “representada”, que é a roupa calcada de sentido transmitido pelo sistema da moda. Segundo Barthes e suas definições de significante e significado, que podemos interpretar como a imagem sonora causada pela palavra “camisa” e o significado dessa tal palavra. Porém no mundo da moda, essa relação entre significado e peça de roupa é extremamente arbitrária e complexa. Por exemplo, não há nenhuma razão “natural” para considerarmos que um vestido longo seja considerado mais elegante que uma minissaia ou que o uniforme militar seja visto como uma roupa masculina. Todos esses fatores são calcados pelo significado dado às peças ao longo da história. Se um contexto é removido, o significado de uma peça de roupa o é também.

É por isso que boa parte da moda se caracteriza por uma tentativa desesperada de dizer alguma coisa. Se queremos vender valores simbólicos, devemos fazer com que esses símbolos representem alguma coisa. Eles devem ser preenchidos com um conteúdo ou outro (SVENDSEN, 2010, p. 81).

A partir do século XIX, ocorreu a diferenciação entre sexos de forma mais impositiva. Até esse dado momento, as roupas e tecidos eram usadas sem restrição. A vestimenta masculina já foi encrustada de pedrarias, paetês, plumas, brocados e tecidos como cetim e seda. Porém, em meados dos anos 1830, porém, o guarda-roupa masculino tornou-se mais prático e sóbrio. Deixando às mulheres a vestimenta mais ostentosa. Com a entrada das mulheres no mercado de trabalho essa realidade foi alterada aos poucos, trazendo então peças mais práticas e confortáveis.

A histografia da indumentária brasileira é recente e estudos focados nos acervos de roupas são mais raros ainda, no pensamento de Nacif (2013). No Rio de Janeiro, a maior parte dos museus tem alguma peça de vestimenta no acervo, mas boa parte não passa do início do século XIX.

A era pós-moderna trouxe um projeto corporal para os indivíduos, uma configuração da identidade pessoal para Svendsen (2010). O corpo é apresentado pela constituição do ego. A identidade é procurada no corpo e as roupas são a continuação imediata dele. Por isso que elas são importantes para nós: as vestimentas são as coisas com mais contato com o nosso corpo. E a nossa percepção do corpo humano é afetada diretamente por modas dominantes da época que nos encontramos, por outro lado, a percepção que temos das modas depende de como elas são e estão representadas em pinturas, fotografias e outros meios midiáticos.

Vem de Simmel (1957) a definição de que para a moda existir, é necessária a existência de duas tendências sociais: a primeira é a necessidade de união e a segunda o desejo de isolamento. Isso se dá ao fato dos indivíduos ao mesmo tempo quererem pertencer a um grupo específico, porém sem perder a sua individualidade. Então a moda e a indumentária servem para negociação e balanceamento desses dois desejos. O autor também argumenta que em sociedades (e aqui podemos também utilizar como exemplo as organizações) onde o “impulso socializante” é bem mais desenvolvido que o “impulso de diferenciação”, não existirá moda². Em sociedades complexas, como existem grupos muito mais definidos, provavelmente os motivos que instigam os seus indivíduos são mais equilibrados pelo ímpeto de individualização, sendo assim, a moda pode se desenvolver. Já em sociedades menos complexas não é considerada como moda, ou seja, anti-moda.

Utilizando o pensamento de Flügel (1966), Barnard (2003) complementa o pensamento de Simmel, de que existem indumentárias “fixas” e “donairosas” (ou elegantes) que são associadas a diferenças de organizações sociais. Segundo Flügel (1966) a distinção entre as duas indumentárias pode ser compreendida conforme suas relações opostas ao tempo e ao espaço: A vestimenta fixa se transforma com o tempo paulatinamente, mas tem grande variedade no espaço. Já o traje elegante muda rapidamente com o tempo e tem pouca variação no espaço. O traje fixo é associado a corpos sociais separados, todo o valor contido na vestimenta depende de sua permanência. Sendo assim, o uniforme militar pode ser considerado com caráter de indumentária fixa e não de moda, uma vez que muda muito pouco com o tempo e está associado estritamente a um local específico.

² O autor faz uso dos termos “sociedades primitivas” e “sociedades civilizadas” como termos de comparação. Porém, é um uso datado e de certa forma preconceituoso. Então para adequação ao trabalho e ao bom senso, utilizarei os termos de Barnard (2003) que ao se referir aos números de subgrupos identificáveis, as denomina “sociedades mais ou menos complexas” (BARNARD, 2003, p. 30)

3.2. Uniforme como manifestação de identidades

O uniforme é uma vestimenta específica para certa categoria de indivíduos que o utilizam para serem identificados como pertencentes a um certo grupo ou instituição para Peres e Barreira (2003). O uniforme funciona como objeto disciplinar, padronizando atitudes e comportamentos de quem o veste, seja de caráter militar, religioso, escolar ou profissional. A partir do momento que veste o uniforme, o portador não é mais reconhecido por seu nome e sim pela instituição. Através da vestimenta, desvantagens físicas e psicológicas podem ser ocultadas e concede a quem o usa confiança e dignidade, o que facilita a transição e um papel para o outro (no caso dessa pesquisa, de civil para militar).

Os uniformes surgiram juntos ao poder disciplinar, no século XV, como indumentária militar, de acordo com Foucault (1988). Porém passaram a ser utilizados também em instituições de ensino e médicas. Para Lurie (1981), estar com um uniforme é estar automaticamente sob censura, parcial ou total. A definição do que se faz e do que se veste é limitado por uma autoridade externa, em maior ou menor grau. Outra particularidade dos uniformes é sua criação, evolução e modernização, pois possuem movimento mais lento, não acompanhando tendências de moda. A construção da veste acompanha o estilo e identidade da organização, podendo não sofrer transformações durante anos.

Segundo Laver (1989), o uniforme militar a princípio servia para impressionar e aterrorizar o inimigo em combate (unidos aos gritos de guerra que vinham), da mesma forma que guerreiros antigos utilizavam apetrechos para se disfarçar de demônios, animais e esqueletos. O advento da pólvora diminuiu consideravelmente tal necessidade de horrorizar o oponente, porém, ela remanesceu na era moderna em formatos rudimentares como a cabeça da morte em capacetes do hussardo³ e costelas de esqueletos pintadas no corpo de guerreiros que com o tempo foram transformadas em alamares em suas túnicas.

O uniforme militar, quando não utilizado em serviço, pode ser visto como desleixo e falta de cuidado pessoal. Porém, a partir da década de 1960, ocorreram manifestações que utilizavam dos uniformes do Exército, Marinha ou polícia como forma de apoio ao desarmamento, questões raciais, direitos homossexuais, ou seja, tudo o que as instituições militares tradicionalmente vão contra. O autor francês Daniel Roche (2007) ao abranger uma

³ Soldado de cavalaria ligeira na França e na Alemanha. Fonte: HUSSARDO. **Dicionário Priberam da Língua Portuguesa** [em linha], 2008-2013. Disponível em: <https://www.priberam.pt/dlpo/hussardo>. Acesso em 10 de junho de 2017.

análise de uniformes militares dentro do seu estudo sobre indumentária francesa dos séculos XVII e XVIII, o que ele denomina de *uniformologie*. O autor busca analisar relações entre uniforme e disciplina, dizendo que a vestimenta deve atender exigências práticas, tendo que resistir a choque intempéries, a mudanças de temperatura e ser leve e fácil de se vestir e despir. Contudo, mesmo atendendo tais requisitos, a principal finalidade do uniforme é disciplinar o corpo de seu portador, servindo de instrumento para moldar os gestos e posturas. A conservação do uniforme era tarefa de seu portador e fazia parte da disciplina militar. Roche também observa que o contato da tropa militar com a população civil se tornou uma recorrente forma de difusão efetiva do uniforme, através de paradas, exercícios e revistas que poderiam ser vistos publicamente.

Historiadores militares perceberam que na Guerra de Trinta Anos⁴ ocorreu uma adesão dos símbolos distintivos, observado por Roche (2007). Se antes a roupa dos soldados era livre, a partir desse momento começaram as realizações que pretendiam diferenciar lados e unidades. Outro momento histórico importante segundo o autor é a iniciativa de François Michel Le Tellier, marquês de Louvois e secretário de Guerra de Luís XIV, que reorganizou o exército de 1662 a 1691. Nesse ponto, o regulamento coletivo que parte do absolutismo e o retorno da sociedade clássica aos novos pensamentos causaram tal impulso de mudança.

Depois do reinado de Luís XVI, em 1791, o uniforme é objeto de debates militares e civis, que expõe futuras divisões entre nação e exército. A roupa militar se torna uma marca social, discriminatória e eficaz, confundindo a pessoa com a personagem social. Mas é apenas no século XIX que o uniforme adquire força e prestígio. Quando a burguesia passa a se vestir com sobriedade e rigor, ou seja, trajes típicos dos homens da Revolução Industrial, os militares são os únicos a explorar as roupas coloridas e ornamentais e seu impacto.

O uniforme como uma imposição vai ao encontro de diversas mudanças cruciais na sociedade do Antigo Regime: monarquia absolutista consolidada, desenvolvimento de um exército permanente, o começo da separação entre sociedade militar e civil. O uniforme é elemento da transição para a sociedade cortesã quando relações são criadas entre nobreza e rei, onde “o prestígio das armas começa a se apagar no horizonte mental das elites e do povo”

⁴ Guerra dos Trinta Anos: Conflito que ocorreu em 1618 a 1648 e envolveu uma série de países, em volta da região onde hoje está a Alemanha. Teve como elemento catalisador as disputas religiosas decorrentes das reformas protestantes do século 16. Marcou a transição do feudalismo para a Idade Moderna. Fonte: **Guerra dos Trinta Anos: Conflito entre católicos e protestantes marcou Europa de 1618 a 1648**. Disponível em: <<https://educacao.uol.com.br/disciplinas/historia/guerra-dos-trinta-anos-conflito-entre-catolicos-e-protestantes-marcou-europa-de-1618-a-1648.htm>>. Acesso em 1 de maio de 2017.

(ROCHE, 2007, p.231). Voltamos ao marquês de Louvois, que apoia a iniciativa de oficiais comandantes a adotarem uniforme especial para os regimentos.

Até o final do Antigo Regime, duas tensões afetaram o movimento de uniformização das tropas francesas. De Versalhes e do centro do país saíram decretos e regulamentos designados a difundir regras de normatização e alicerçar taxas de substituição. Porém, na periferia a resistência a essas regras. Para começar, os capitães responsáveis pela gestão da indumentária boicotaram a reforma. Para eles, o conceito do uniforme ainda é de “objeto” rústico e igualitário. Às vésperas da Revolução Francesa esse tipo de pensamento foi vencido e a partir de 1787, uma intendência de farda é encarregado por controlar os suprimentos e centralizar ordens regimentais. Contudo, o passo definitivo foi feito no final do século XVIII: as guerras no final do reinado de Luís XIV, que serviram para a unificação e a paz na regência de Luís XV, soldados e oficiais passaram pela padronização do uniforme. Nas pinturas dos anos 1710 até 1720 pode-se reparar

Um combatente moderno, equipado para estar sempre em movimento, carregando a arma de fogo que agora predomina nas batalhas, e exibindo a marca da disciplina (ROCHE, 2007, p.234).

O objetivo fundamental por trás da padronização do uniforme militar não é tanto o indispensável propósito tático de transformar as tropas reconhecíveis em ação, mas sim o preparo e o treinamento de corpos para o combate. É instrumento de um processo que tem intenção de moldar o físico e postura do indivíduo que combate, cuja autonomia se adequa a docilidade e obediência e transforma a força do indivíduo em poder coletivo.

O uniforme militar tem papel fundamental no recrutamento de novos membros. Seu atrativo pode parecer superficial, mas pode pesar na decisão de alistamento, pois tem carga simbólica de poder; diferencia armas e unidades através de uma hierarquia. Cartazes de recrutamento – e atualmente, propagandas televisivas e vídeos institucionais, como é o caso desse trabalho - são a prova de que não é necessariamente a farda que atrai o recruta, mas exerce influência, expandindo caminhos para difusão social de um comportamento. Junto à vestimenta, se percebe dois princípios latentes ao seu uso:

Separar com vistas a inculcar o *ethos*⁵ militar e instilar o senso de hierarquia; unir, para patentear uma adesão comum, para fortalecer o espírito corporativo e promover a harmonia entre as armas especializadas (ROCHE, 2007, p.245).

⁵ Hábitos adquiridos por uma comunidade, é o que distingue um grupo social e cultural dos outros, sendo assim uma identidade social. Fonte: **Significado de "Ethos"**. Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/pedagogia/significado-de-ethos/50285>>. Acesso em 04 de julho de 2017.

Ou seja, não há nada menos uniforme do que o uniforme, que reflete ao mesmo tempo o desejo de distinção e o de consenso. Tais desejos podem se manifestar nas alterações que são observadas nos regulamentos e decretos, onde se especificam mudanças de cor e forma, e na diversidade dos signos militares, com o fim de atingir maior eficácia. O principal teste de funcionalidade e resistência do uniforme para Roche (2007) é a guerra.

Em meio à crise da sociedade, entre os anos 1789 a 1792, o uniforme ganha um sentido especial. O fardamento das tropas reais muda de significado: se antes era reconhecida como símbolo de poder e de obediência à uma instituição contestada e abalada na época. O crescimento do espírito patriótico vem de encontro a rejeição de velhos signos de fidelidade e lealdade. Com isso, houve mudança no uniforme dos Guardas Nacionais, onde cada cidadão era dono de seu próprio traje, nas cores da bandeira francesa.

Entre os séculos XVII e XIX, o traje militar manifesta todos os problemas de uma história da cultura das aparências. Ele transmite instâncias materiais e tecnológicas, abrange economia, contempla debates médicos e filosóficos, e realça desenvolvimentos específicos. A indumentária também está presente na vida militar desde o início, o recrutamento, e termina com a baixa; treina o usuário e o muda, instigando a disciplina do corpo e do comportamento, exigindo higiene da roupa íntima e o “conformismo da aparência aos novos fatos de uma antropologia racional do soldado” (ROCHE, 2007, p. 261). Seu sucesso é dependente de fatores reais – número de soldado, presença do Exército – e de representações coletivas, criando individualidade e ao mesmo tempo ensinando instrumentos de obediência e de imitação passiva. Mesmo com tal ambiguidade, o autor nos lembra que o uniforme teve como serviço a domaçaõ da violência para instrumento de progresso.

O uniforme é reflexo de uma determinada era, juntamente com suas condições sociais, políticas e econômicas. Através da análise do contexto do uniforme, nos pensamentos de Coelho (1998), podemos deduzir aspectos importantes da História, crises e do cotidiano. A vestimenta também é um reflexo do passado, um testemunho material e paralelo da natureza humana agressiva, ao mesmo tempo que é retrato de costumes, status e progresso tecnológico.

Ao se articularem, grupos sociais determinam a tomada de consciência e encadeamento de mentalidades dominantes, estruturando onde a sociedade militar é incluída. Essa, verá no uniforme refletidas diversas características que traduzem os conceitos citados.

A relação do uniforme com a história das mentalidades constrói-se com a visão que uma sociedade tem de si mesma: as características, os gostos, as

influências. Esses fatores, através das práticas sociais e de poder, determinam os desenhos, as formas e as cores do uniforme. (COELHO, 1998, p. 234).

Ainda segundo o autor, os uniformes se dividem em vários recortes e denominações, de acordo com a função e com o uso, evoluindo em conjunto com as épocas e com os conceitos de utilidade. Eles podem dar origem a dois grupos funcionais: 1) Uniformes de representação e de estatuto, cujo uso é vinculado a atos de gala, sociedade ou serviço nas altas instâncias das forças armadas. Tal tipo de indumentária, com características quase distintas, era destinada a ser utilizada por membros reais ou indivíduos com alto poder e cargos de assessoria; 2) Uniformes funcionais, que tinham a intenção de ser menos suntuosos e trazer mais comodidade, o que não acontecia frequentemente. As vestimentas tinham que estar preparadas para o serviço diário e para o combate. Neste grupo estão inclusos uniformes de combate e campanha, que no século XIX eram classificados de grande uniforme, segundo Coelho (1998). Para outros trabalhos, marcha, instruções e serviços existiam fardamentos chamados de pequeno uniforme, que no caso do exército português, consistia em bonés ou barretes, sobrecasacas, jaqueta, jaquetão e calças de brim de algodão. Tal tipo de uniforme acumulou tarefas destinadas ao grande uniforme. Esses tipos de vestimentas não são definitivos, alguns casos são usados até os dias de hoje como uniformes de representação, como por exemplos os uniformes de gala do Colégio Militar.

No Brasil, o estudo dos uniformes militares tem seu destaque através da produção de Gustavo Barroso e José Wash Rodrigues (1922), em uma obra conjunta com o Ministério da Guerra para marcar o centenário da Independência do Brasil. Exército e tropas do período colonial foram ilustrados e descritos minuciosamente, desde sua origem até suas formas e cores.

Para produzir uma pesquisa sobre a inter-relação e interpretação que liga o traje militar e a Moda ao longo da história, Alexandre (1995) nos traz a obrigação de algumas considerações prévias: 1) A Moda não é perene, ela tem como objetivo a satisfação em um instante para em seguida provocar uma corrida ao consumo de produtos novos, igualmente efêmeros. Diante disso, a vestimenta militar tecnicamente deveria ir no caminho contrário, já que tem uma operacionalidade intrínseca ao uniforme, correspondendo ao seu desígnio inicial. 2) Visto do nível histórico, os trajes militares nem sempre se relacionam com a sua função principal – indumentária para a Guerra, existiram muitas peças do uniforme militar que foram influenciadas diretamente pela Moda; 3) A vestimenta militar, muito mais que um modo de se vestir em um determinado período, mas de uma forma idêntica, certa categoria de indivíduos -

os militares, representou e representa até hoje um papel de extrema importância, seja a nível cultural, seja a nível social; 4) Ao fazermos parte de uma civilização que tem como cultura o valor da imagem que também é refletida nas Forças Armadas, mostrando o quanto essas instituições estão e são influenciadas pelas mudanças que ocorrem na sociedade. Tal percepção pode ser verificada na preocupação em manter o uniforme sempre limpo e se estão o utilizando corretamente; 5) Ao estudarmos o modo com que os corpos militares se vestiram e se vestem, podemos compreender ideias, pensamentos e até preconceitos de certa época; 6) Os diversos elementos que compõem o fardamento e seu uso na escala hierárquica militar podem explicar padrões de consumo das diferentes patentes, em outras palavras, podem ser utilizadas como indicador socioeconômico; 7) Por fim, o uniforme militar revela a imagem que a instituição quis ou quer transmitir, comunicar de si própria. Armaduras, insígnias, fardas, camuflados, adornos e toda a gama de símbolos e signos militares são máscaras cuja principal função é esconder o real, ou em outros casos, realça-lo.

3.3. O corpo feminino e a vestimenta

Nesse sentido, as roupas e a moda sempre foram associadas às mulheres. Para esse assunto, recorro a Bonadio (2007) que disserta sobre a diferenciação de trajes entre homens e mulheres, que segundo ela, teve seu auge no decorrer do século XIX, época em que não apenas o formato das roupas distinguia o feminino do masculino, mas também cores, formas e tecidos que passaram a ser elementos essenciais na composição dos vestuários para os dois gêneros. Nesse período, e até a década de 1910, acontece um impulso de apartação e de antagonismo nas vestimentas, e cujo apogeu é definido pela autora no ano de 1830, onde os homens passaram a abandonar brocados, sedas que até o momento já estavam sendo utilizados apenas em detalhes da indumentária.

No início do século XX, as vestimentas masculinas passam por um enorme processo de simplificação, onde o luxo e a constante renovação da aparência dão lugar a sobriedade das peças com características estáveis, práticas e funcionais, sem muitos acessórios e incorporando cores escuras como o preto, marrom e o cinza. Tal fenômeno se dá através de transformações desde a Revolução Francesa, que teve início em 14 de julho de 1789, que alteraram o foco no que diz respeito a distinções sociais.

O que vale então, não é mais se destacar através de roupas, mas sim destacar-se da própria roupa através de inteligência, personalidade e gestos. As roupas masculinas então

tendem a se destacar mais por caimento e corte do que por riqueza e variedade de tecidos. A aparência do homem se transforma, ganhando funcionalidade e sobriedade por duas razões fundamentais: o homem se ocupa com tarefas fora de casa e, portanto, suas roupas não devem o diferenciar como indivíduo e sim o misturar na multidão.

Já as vestimentas femininas foram para o outro lado. O século XIX começa determinando simplicidade. As roupas eram leves, como o vestido conhecido como diretório, que lembrava uma camisola de cintura alta, com um grande decote. Os trajes eram produzidos em tecidos leves, ficando soltos no corpo. Espartilhos, anquinhas e quaisquer armações são postas de lado, retornando em torno de 1820, para definir a forma do corpo da mulher que entraria o século XX, o formato de “X”, sendo o meio da letra, a cintura feminina e discrepando do formato masculino de letra “H”. Sendo assim, o século XIX passa a ser a época do afastamento e dicotomização do masculino e do feminino.

Essa oposição, no entanto, começou a sofrer leves transformações a partir da década de 1920, onde vestidos de corte reto remodelaram a silhueta das mulheres, relações de gênero e espaços de sociabilidade. O surgimento de esportes no final do século XIX também foi outro fator revolucionário na moda feminina, principalmente com o crescimento da popularidade da bicicleta, que resultou no surgimento das *bloomings*, calças bufantes com elásticos no joelho, e que dispensavam o uso das saias para pedalar. A partir desse momento, inúmeras peças de roupas surgiram devido aos esportes, como o cardigã sem mangas ou a saia na altura dos joelhos. Segundo Lipovetsky (2009) os esportes auxiliaram na dignificação do corpo natural, o mostrando tal como é. Assim como os esportes, as danças de salão também auxiliaram nessa liberação do corpo natural ao exigir roupas mais leves e maleáveis.

No início do século XIX, a medicina também começa a modificar a vestimenta feminina ao ser contra o uso de espartilhos, por todos os prejuízos que o seu uso pode causar à saúde da mulher, principalmente nas gestantes. Movimentos feministas que começaram a se organizar no começo do século XX também tinham como coro a “libertação dos espartilhos”. Além disso, os progressos na área de confecção também auxiliaram na substituição do espartilho por modelos mais frouxos, mas que desciam até os joelhos e dificultavam igualmente a movimentação.

Outro grande fator de mudança foi a Primeira Guerra Mundial, que ocorreu de 28 de julho de 1914 até 11 de novembro de 1918, que simplificou os trajes, pois havia a necessidade de economia de tecidos e as roupas precisavam ser mais funcionais, pois, com os homens na

guerra, as mulheres assumiram seus lugares nas indústrias. A adição de mulheres no mercado de trabalho estadunidense também requereu e impulsionou o desejo por roupas mais práticas. Através do trabalho de Coco Chanel e a criação dos *tailleurs*, o “terno feminino”, em 1954, substituindo as calças pelas saias, evidenciando assim a silhueta, que a simplicidade se tornou moda.

Através dessa busca pelo corpo natural e mais simples que as vestimentas masculinas e femininas voltam a se aproximar, seja através dos *tailleurs*, dos cabelos *à la garçonne* ou da ênfase na silhueta longilínea. As linhas que definiam homem e mulher como contrastantes, começam a se tornar cada vez menos nítidas.

A partir destes referenciais teóricos tratados neste e no capítulo anterior, partimos para os procedimentos metodológicos a fim de analisar a mulher junto a seus uniformes como elementos da comunicação organizacional da Marinha do Brasil.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E ANÁLISE DE DADOS

Este capítulo se destina à discussão dos aspectos teóricos envolvidos nas técnicas que compõem o estudo de caso, no item 4.1; à descrição dos procedimentos metodológicos de coleta e à análise dos dados coletados, no item 4.2; e à uma reflexão quanto aos resultados encontrados, no item 4.3. É importante destacar que a pesquisa tem ênfase qualitativa e envolve abordar a trajetória das mulheres na Marinha do Brasil – que envolve tratar de apontamentos históricos até chegar aos materiais da comunicação organizacional. Tais procedimentos tencionam dar conta do alcance dos objetivos específicos, e, conseqüentemente, do geral, assim também como a resposta à questão da pesquisa apresentada na introdução.

4.1. Metodologia

O método escolhido para este trabalho foi o estudo de caso, segundo o conceito de Yin (2015), que o considera como método qualitativo. Tal técnica depende de três condições essenciais: a) o tipo de questão da pesquisa; b) o controle possuído pelo pesquisador sobre eventos comportamentais efetivos; c) centrar em fenômenos históricos, opondo-se a fenômenos contemporâneos.

A definição de estudo de caso também será de Yin (2015), que o descreve como a averiguação empírica que inquirere fenômenos contemporâneos dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o contexto e o fenômeno ainda não está evidente e onde diversas fontes são usadas. O autor também destaca ser a tática ideal para questionamentos do tipo “como” e “por que”, onde o pesquisador tem pouco controle sobre eventos e o foco se dá através de fenômenos contemporâneos que adentram certos contextos da vida real.

Dito isso, o presente estudo de caso foi realizado tendo por base a utilização das seguintes técnicas: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e análise de conteúdo.

4.1.1. *Pesquisa bibliográfica*

Pesquisa bibliográfica, para Stumpf (2015), de forma abrangente, é o planejamento geral inicial de todo trabalho de pesquisa que começa com a identificação, descoberta e aquisição de uma bibliografia apropriada ao assunto, até a produção de um texto sistematizado, onde é apresentada a literatura examinada pelo aluno de modo que demonstre entendimento das teorias

e pensamentos dos autores pesquisados, somado com seus próprios pontos de vista e ideias. Em sentido mais estrito, sua definição é a de um complexo de procedimentos que tem como pretensão de identificar dados bibliográficos, separar documentos apropriados à temática estudada para enfim partir para anotações ou fichamento das informações para que em seguida sejam utilizadas na formulação da redação do trabalho acadêmico. Tal método se faz importante no sentido de determinar as bases que serão avançadas, através do conhecimento que já foi produzido sobre o tema, com o intuito de não gastar esforços com problemas solucionados por outros autores.

Conforme o indivíduo lê sobre o assunto escolhido, inicia-se a identificação de conceitos que conversam entre si até se alcançar uma formação clara e objetiva da questão investigada. Da leitura completa, algumas ideias serão mantidas e outras serão descartadas, mesmo que momentaneamente. A partir da definição do problema, é necessário o aprofundamento dos conceitos e suas relações. O material básico para tal já deve estar acessível, pois já foi empregado na elaboração do problema e na justificativa do tema. Contudo, precisa ser ampliado por meio de uma estratégia de busca adequada. A organização de tal busca evita gasto de tempo e direciona ao objetivo proposto. É isso que Stumpf (2015) chama de pesquisa bibliográfica, que segue as seguintes etapas:

- a) Identificação do tema e assuntos: Nesta etapa, primeiramente é necessário definir com precisão o tema de estudo. Conforme Macedo (1996), após isso se dá a elaboração de uma lista de palavras-chaves ou termos mais gerais ou menos específicos relativos ao assunto, que sirva de guia na sondagem de dados em fontes bibliográficas.
- b) Seleção de fontes: Após a definição do tema, o pesquisador pode passar para a etapa de levantamento bibliográfico, identificando entre as obras, o material que pode servir de suporte ao estudo que se pretende. O resultado de tal identificação é uma lista de documentos significativos para a investigação. A primeira fonte de indicação bibliográfica é o orientador. Já as fontes secundárias incluem referências ao material relacionado. Algumas fontes citadas por Stumpf (2015) são:
 - Bibliografias especializadas
 - Índices com resumo
 - Portais
 - Resumos de teses e dissertações
 - Catálogos de bibliotecas

- Catálogos de editoras

Outro procedimento que o pesquisador pode fazer uso é o exame das listas bibliográficas de trabalhos com autores mais significativos à sua pesquisa. Nesta fase, deve-se estabelecer uma estratégia de busca com base nas palavras-chaves mencionadas na etapa anterior.

- c) Localização e obtenção do material: Após a identificação dos itens de interesse, o próximo passo é a localização dos documentos. Para isso, é importante analisar o catálogo de bibliotecas locais. Para obter o material necessário, o procedimento varia de compra a empréstimo.
- d) Leitura e transcrição dos dados: A última etapa proposta por Stumpf (2015) é a leitura, onde o indivíduo estabelece prioridades e interesse para cada parte do trabalho. Que resultará nas anotações ou no fichamento do material. Nessa fase, é importante atentar aos dados que fortaleçam, justifiquem ou ilustrem as ideias e posições, reunindo recursos que são considerados importantes e que compatibilizem com os temas do esquema temporário (Macedo, 1996). Ao final, o pesquisador elabora um resumo e inclui suas opiniões.

Após todas essas etapas, o aluno está preparado para escrever seu texto, que deve conter “começo, meio e fim” (Macedo, 1996) e dar o devido reconhecimento aos autores referidos diretamente.

4.1.2. *Análise documental*

A utilização da análise documental no campo da Comunicação Brasileira não manifesta uma tradição que é presente em outras áreas do conhecimento, como História, Medicina, Psicologia ou Ciências Sociais. Segundo Moreira (2005), talvez por seu recorte ser um pouco mais recente em termos de campo científico que está em constante delimitação, o recurso da análise costuma ser aplicado no resgate de história de meios de comunicação, períodos ou indivíduos. Como o campo comunicacional é mutante e abrangente, ao mesmo tempo que concede aos pesquisadores o uso de técnicas singulares a outras esferas do conhecimento, está mais propenso a riscos caso o objeto de pesquisa não esteja definido. Em sua maior parte, a análise documental é qualitativa, verificando o teor do material selecionado para análise. Também existe a versão quantitativa, apesar de ser menos utilizada, que tem a finalidade de reunir quantidades informacionais em contextos essenciais para a análise.

A análise documental, muito mais que localizar, identificar, organizar e avaliar textos, som e imagem, funciona como expediente eficaz para contextualizar

fatos, situações, momentos. Consegue dessa maneira introduzir novas perspectivas em outros ambientes, sem deixar de respeitar a substância original dos documentos. (MOREIRA, 2005, p.276).

Geralmente as fontes desse tipo de pesquisa são secundárias, ou seja, informações já reunidas/organizadas por terceiros como jornais, gravações em som e vídeo e relatórios. Porém podem também ser de fontes primárias como escritos e cartas particulares, documentos oficiais ou internos de instituições. Ainda segundo Moreira (2005), além da pesquisa, também é necessário levantamento simultâneo de informações complementadoras dos dados que foram coletados. Contextualizar o objeto de estudo é imprescindível para a concretização da pesquisa.

A análise documental se dá a partir de diferenças e semelhanças, sendo uma forma investigativa que consiste em um grupo de operações intelectuais que por sua vez tem como objetivo representar e descrever documentos de maneira sistemática e unificada que facilitam a sua recuperação.

4.1.3. *Análise de conteúdo*

O campo comunicacional e sua formação não podem ser entendidos sem se referenciar a análise de conteúdo. Segundo Fonseca Jr. (2005), é impossível ignorar a análise de conteúdo pois a cada momento ela está se reinventando com novas técnicas e novos objetos a serem examinados. Dentro do universo dos métodos de pesquisa em comunicação, a análise de conteúdo se preocupa com a análise de mensagens, do mesmo tipo que ocorre com a análise de discurso ou análise semiológica. A diferença principal entre essas três modalidades é que a análise de conteúdo cumpre os requisitos de confiabilidade e sistematicidade.

A análise de conteúdo segundo Krippendorff (1980) possui três atributos principais: 1) orientação exploratória, empírica, ligada a fenômenos reais com finalidade preditiva; 2) evidência de noções de conteúdo que envolvem ideias de mensagem, canal, sistema e comunicação; 3) uma própria metodologia que dá permissão ao investigador programar, comunicar e avaliar com pensamento crítico um projeto de pesquisa. A análise de conteúdo durante um tempo foi apenas realizada em mensagens escritas ou impressas, mesmo que fossem mensagens orais, eram analisadas através de transcrições escritas. As mensagens sonoras e audiovisuais, como a que será tema dessa pesquisa, geralmente ficam em segundo plano. Ainda segundo Krippendorff (1980), aderir à análise de conteúdo requer do pesquisador consideração pelos seguintes marcos referenciais: 1) Os dados conforme são apresentados a quem os analisa;

2) O contexto de tais dados; 3) O conhecimento prévio do pesquisador; 4) O objetivo da análise; 5) Inferência como tarefa intelectual; 6) Validade como critério de sucesso.

Sobre o método de análise, utilizarei a metodologia de Laurence Bardin (2011) que o divide em cinco etapas:

- a) Organização da análise: Tal etapa é dividida em três fases cronológicas: 1) Pré-análise: que consiste no planejamento do trabalho, sistematizando ideias iniciais, para Fonseca Jr. (2005), essa é a parte mais importante; 2) Exploração do material: análise propriamente dita. Se a pré-análise ocorrer de maneira bem-sucedida, essa fase é a organização sistemática da etapa anterior; 3) Tratamento de resultados obtidos e interpretação: resultados brutos são tratados com a intenção de serem significativos e válidos.

Sobre as aplicações da análise de conteúdo relacionadas por Berelson (1950) e compilada por Janis (1965) foram classificadas por Krippendorff (1997) em seis categorias:

- Sistemas: O sistema é visto como uma construção mental que retrata uma parcela da realidade, composto de elementos independentes.
- Normas: A análise de conteúdo nos permite saber como as mensagens estão de acordo com as normas já estabelecidas.
- Índices e sintomas: Índice é uma variável cuja relevância depende do nível que é considerado relacionado a outros fenômenos.
- Representações linguísticas: Os discursos apresentam a intervenção da linguagem como características por intermédio da exposição e argumentações sistemáticas.
- Comunicações: As trocas de mensagens ocorrem dentro de um contexto determinado e as ligações determinadas entre duas ou mais pessoas são modificadas.
- Processos institucionais: Os processos institucionais são objetos interessantes da análise de conteúdo, principalmente os observados em organizações de comunicação em massa. Afinal, a existência de órgãos governamentais, sociedades e famílias é impossível sem regras e normas comunicacionais.

No caso deste trabalho, o material do qual será feita a análise de conteúdo, constará no âmbito das comunicações.

- b) **Codificação:** A codificação é o processo onde os dados brutos são transformados de forma sistemática, visando tornar compreensível as características do material escolhido. A principal função dessa etapa é elencar material e teoria do pesquisador, porque, mesmo que os documentos estejam abertos a inúmeras questões, segundo Bauer (2002) a análise de conteúdo interpreta tais materiais através do referencial de codificação. Essa etapa se dá em três partes: recorte, enumeração e classificação.
- c) **Categorização:** A categorização se dá através da classificação e reordenação de unidades de registro em números de categorias, com o intuito de tornar os dados inteligíveis. Conforme o pensamento de Bardin (2011), os parâmetros de categorização são: semântico (categorias temáticas), sintático (adjetivos, verbos), léxico (classificar palavras conforme seu sentido) e expressivo (categorias que classificam perturbações da linguagem, por exemplo). Além desses parâmetros, a etapa de categorização envolve duas etapas: inventário, que consiste no isolamento de elementos, e classificação, que reparte os elementos e os reúne em grupos como modo de organização das mensagens.
- d) **Inferência:** Segundo Fonseca Jr. (2005) essa etapa é a mais prolífera da análise de conteúdo, onde o pesquisador está focado em aspectos implícitos da mensagem analisada. A leitura procura revelar o sentido que se encontra em segundo plano. No campo comunicacional, essa etapa é utilizada para descobrir condições de produção de mensagens analisadas, como variáveis psicológicas, sociológicas e culturais, relativas às situações da comunicação ou contexto de produção de mensagem, segundo Bardin (2011). A análise de conteúdo consiste na articulação de superfície do texto com os fatores determinantes dessas características. Os processos e variáveis podem ser agrupados em duas categorias: específicas, quando ligadas diretamente ao problema, e gerais, quando perpassam o problema.
- e) **Tratamento informático:** A utilização de computadores na análise de conteúdo se divide em três modalidades principais: 1) análises estatísticas, onde dados são catalogados por índices numéricos; 2) auxílio nos estudos e descobertas, quando a intenção for de estabelecer uma perspectiva geral sobre o assunto; 3) análise de conteúdo por computador, que tem como objetivo a representação de aspectos

sociais dentro do contexto dos dados, ou seja, realizar inferências, conforme no elucida Krippendorff (1980).

4.2. Coleta e análise de dados

Para alcançar o objetivo geral da pesquisa: compreender como os uniformes femininos aparecem na comunicação organizacional da Marinha do Brasil, compomos o estudo de caso à luz de três técnicas, todas voltadas para o método qualitativo. A análise documental e pesquisa bibliográfica serão utilizadas para alcançar os objetivos específicos, onde percorremos os espaços digitais com informações oficiais e buscamos documentos regulamentadores com funcionários da organização. Além disso, verificamos, numa busca por pesquisa já realizadas, a existência de pesquisas acadêmicas e bibliografias fruto de pesquisa de mulheres da Marinha, materiais que compuseram os resultados do primeiro e segundo objetivo específico. Tais materiais utilizados para descrever estes resultados foram, principalmente o site oficial⁶ da Marinha do Brasil, a monografia “O corpo auxiliar feminino da reserva da Marinha do Brasil” de Hermógenes Hiron Marques Júnior, a dissertação “De Roseta às Estrelas” de Lauciana Rodrigues dos Santos, 2014 e a pesquisa “As mulheres nas Forças Armadas Brasileiras: A Marinha do Brasil 1980-2008” de Maria Rosa Lombardi.

Além disso, utilizarei também a análise de conteúdo para alcançar o terceiro objetivo específico: Investigar como as mulheres aparecem junto aos seus uniformes nos materiais de comunicação organizacional da Marinha do Brasil. Através da análise flutuante dos sites e redes sociais da Marinha do Brasil, com foco no Youtube e por fim, uma análise do vídeo “Mulheres na Marinha do Brasil”.

O discurso organizacional da Marinha do Brasil vai ser analisada conforme as características propostas por Perotto (2007): 1) centralizante, pois todas as informações, bem como o vídeo, foram executadas para a projeção de um único sentido, o de reforçar a identidade da Marinha do Brasil; 2) totalizante-convergente, pelo fato da instituição utilizar de comunicações (redes sociais, canal do Youtube, o próprio site) e ações (Vídeo da Campanha do Outubro Rosa no canal oficial do Youtube) para construir o seu sentido, aqui sendo o compromisso e a importância da mulher para a organização, mesmo que a porcentagem de vídeos/subitens com esse foco seja ínfima em comparação a outros tópicos; e 3) multidimensional pois as formas de conversa com o público externo foram ampliadas, para

⁶ Disponível em: <https://www.marinha.mil.br/>. Acesso em 25 de maio de 2017.

assim melhor traduzirem e se adaptarem aos indivíduos de um formato específico, seja na redes sociais ou no site oficial. Conforme dito por Chaves (2005), a instituição se hipersemantizou para conseguir se expressar mais e melhor com seus públicos.

4.2.1. *História*

Este item tem como intenção principal compilar dados decorrentes da pesquisa documental e bibliográfica nos materiais já citados, de forma a explicitar a história da Marinha do Brasil. A principal fonte para esse item foi o site oficial da Marinha do Brasil, que forneceu informações cronológicas da instituição através da sua página “História Naval”⁷.

Segundo o seu site oficial, a Marinha do Brasil como instituição teve início em 20 de janeiro de 1567, após uma batalha na Baía de Guanabara, onde a esquadra de Mem de Sá junto aos índios de Martim Afonso Araribóia, expulsaram os franceses da chamada França Antártica, área que hoje se localiza a Ilha de Villegagnon. Em 28 de julho de 1736 foi criado o Ministério da Marinha pelo Rei de Portugal e reorganizada em 1808 por D. João VI. Sendo D. João Rodrigues de Sá e Menezes, Conde de Anádia, o nosso primeiro Ministro da Marinha oficial. Após a declaração da Independência do Brasil, em 14 de novembro de 1822, a primeira esquadra brasileira partia rumo a Montevideu para expulsar forças que lutavam na Província Cisplatina a favor do domínio de Portugal para evitar a fragmentação do território e garantir a consolidação da identidade nacional. Tal estratégia foi utilizada com o mesmo propósito no Norte e do Nordeste para incorporá-los ao novo país independente. A Marinha Brasileira esteve presente em todas os movimentos de separação e oposição à política imperial com “papel preponderante na manutenção da unidade nacional”.

Durante a I Guerra Mundial, a Marinha Brasileira entrou em combate no ano de 1918 após o navio brasileiro Maceió foi torpedeado pelo submarino alemão U-43. Já na II Guerra Mundial a principal tarefa foi a de proteger comboios que trafegavam entre Trinidad, no Caribe e Florianópolis.

Em 1980 deu-se a criação do Corpo Auxiliar Feminino da Reserva da Marinha para enfim, em 1981, ocorrer oficialmente a entrada de mulheres na Marinha, quebrando paradigmas ao entrar em um campo que, até então, era masculino. Foi necessária uma reorganização

⁷ Disponível em: < <https://www.marinha.mil.br/content/historia-naval>>. Acesso em 04 de julho de 2017.

institucional para receber as turmas femininas e, ao mesmo tempo, propagar midiaticamente seus pensamentos, supostamente, modernos.

Segundo a professora doutora Lia Zanotta Machado, no texto de apresentação do livro de Andrada (2012), o grande paradigma da construção identitária das Forças Armadas nas sociedades modernas sempre foi imaginada como um militar homem. Assim como todos os conjuntos de valores que são evocados ao se pensar no “ser militar”, ligando tal denominação naturalmente ao masculino: a força física, autodefesa, autonomia, decisão e razão.

Conforme o site oficial⁸, a Marinha do Brasil tem como missão:

Preparar e empregar o Poder Naval, a fim de contribuir para a Defesa da Pátria; para a garantia dos poderes constitucionais e, por iniciativa de qualquer destes, da lei e da ordem; para o cumprimento das atribuições subsidiárias previstas em Lei; e para o apoio à Política Externa (BRASIL, s.d.)

E visão de futuro:

A Marinha do Brasil será uma Força moderna, equilibrada e balanceada, e deverá dispor de meios compatíveis com a inserção político-estratégica de nosso País no cenário internacional e, em sintonia com os anseios da sociedade brasileira. Ela estará permanentemente pronta para atuar no mar e em águas interiores, de forma singular ou conjunta, de modo a atender aos propósitos estatuídos na sua missão (BRASIL, s.d.)

Já os valores organizacionais não são explicitados.

Em concordância com Ferrari (2009) de que os valores afetam a cultura organizacional já que eles a constituem e são considerados princípios e crenças sobre comportamentos ou estados de existência. Em sua visão, podemos verificar a importância dada pela instituição em estar em sintonia com os “anseios da sociedade brasileira”, o que justifica o pioneirismo nas formas de inserir e atender as mulheres dentro da instituição. É interessante de se reparar que os valores da instituição não são mencionados em quaisquer lugares.

4.2.2. *Feminização das Forças Armadas*

O primeiro livro da bibliografia utilizada como base para a análise foi “Mulheres a Bordo: 30 Anos da Mulher Militar na Marinha do Brasil”, escrito pela capitã-de-mar-e-guerra Sheila Aragão de Andrada e pela capitã-de-fragata Helena Maria Peres, que fizeram parte da primeira turma de mulheres marinheiras do Brasil e que lançaram o livro em 2012. Tal livro só é adquirido através de um pedido por e-mail e depósito bancário, não sendo vendido em outros

⁸ Fonte: **Missão e Visão de Futuro da Marinha**. Disponível em: <<https://www.marinha.mil.br/content/missao-e-visao-de-futuro-da-marinha>>. Acesso em 01 de julho de 2017.

lugares. Embora não seja um material oficial da Marinha do Brasil, ele pode ser entendido como um material de comunicação organizacional pois, mesmo não sendo organizado pela assessoria de comunicação, foi endossado pela instituição, tendo o brasão na capa. As autoras, como parte do grupo de militares, acabam sendo porta-vozes deste material que comunica um fragmento da história das mulheres na organização. Desse modo podemos compreendê-lo como um material da organização comunicada, ao mesmo tempo em que é também parte da organização comunicante (BALDISSERA, 2009), no ponto de vista das mulheres entrando em relação com a organização da qual fazem ou fizeram parte, como história importante de sua identidade profissional e de gênero (HALL, 2000) ao mesmo tempo que expressam a identidade organizacional, sendo referências para o discurso da organização (PEROTTO, 2007). Aqui são elas falando delas e sendo apoiadas pela organização.

Além disso, me baseio principalmente na pesquisa de Lombardi (2009), intitulada “As mulheres nas Forças Armadas brasileiras: a Marinha do Brasil 1980-2008” e seu resgate histórico sobre a história da mulher nas Forças Armadas (Exército, Marinha e Aeronáutica) para enfim chegar ao recorte Marinha do Brasil, encontrada através do site de pesquisas Google⁹ e escolhida por trazer tais informações e ter como foco o tema principal dessa monografia: as mulheres na Marinha do Brasil. Outra fonte de informação crucial conseguida na pesquisa bibliográfica foi a monografia de Hermógenes Hiron Marques Júnior, “O corpo auxiliar feminino da reserva da Marinha”, datada de 1982. O que manifesta interesse de estudo desse fato histórico desde o início. A dita monografia foi usada como material bibliográfico pesquisado na pesquisa de Lombardi (2009) e encontrada completamente digitalizada online. Foi escolhida para ser inclusa no trabalho por conter dados relativos à época da entrada das mulheres da primeira turma da Marinha do Brasil, sendo realizada um ano depois desse feito.

Para o estudo da história da mulher em organizações militares brasileiras, Lombardi (2009) utiliza o termo “feminização”, que designa o processo de inserção e ampliação da presença feminina em locais de trabalho e profissões que são predominantemente masculinas e divide a história militar feminina do Brasil em duas partes:

Primeira Fase: até 1945

1823 - Maria Quitéria de Jesus Medeiros integra o Batalhão dos Periquitos na luta pela independência da Bahia.

⁹ Disponível em: www.google.com.br

1932 – Ana Vieira da Silva luta de forma clandestina na Revolução Constitucionalista de São Paulo. Foi ferida em batalha, mas como reconhecimento por seus feitos, foi incorporada ao 1º Batalhão.

1944 – Cerca de 67 mulheres são recrutadas para trabalharem como enfermeiras nos hospitais militares de campanha na Itália, na Segunda Guerra Mundial. Já qualificadas na área de enfermagem, sem dependentes e que foram treinadas durante quatro semanas em um Curso de Emergência e de Enfermeira da Reserva do Exército, sendo designadas Enfermeiras de 3ª Classe e depois promovidas a 2º Tenentes. Em 1945, todos os pracinhas¹⁰, incluindo elas, sofreram desmobilização¹¹. Já como civis, algumas mulheres permaneceram no Hospital do Exército até 1957, quando foram convocadas novamente para o Serviço Ativo, como Segundo-Tenentes. No ano de 1976, elas foram reformadas, três como Majores e 57 como capitães. A Marinha Brasileira não manteve hospital na Europa, por isso não necessitou de enfermeiras militares.

Segunda fase: 1980-2004

1980 – Criação do CAFRAM (Corpo Auxiliar Feminino da Reserva da Marinha) para atuar em áreas da saúde, técnicas e administrativas, através da Lei 5807 de 7/7/1980.

1981 – Ingresso da 1ª Turma de mulheres na Força Aérea Brasileira, graduadas como Segundos-tenentes, Terceiros-sargentos e Cabos, através da lei 6924 de 29/06/1981.

1992 – Ingresso de 29 mulheres na 1ª Turma da Escola de Administração do Exército, em Salvador, Bahia.

1994 – É permitido às mulheres prestarem Serviço Militar Voluntário, através de critérios estabelecidos por cada uma das Forças Armadas, por intermédio do decreto 1294 de 26/10/1994.

1996 – É instituído o Serviço Militar Voluntário no Exército para mulheres médicas, dentistas, farmacêuticas e enfermeiras com nível superior, como “Militar Temporário”.

¹⁰ Denominação dada aos soldados brasileiros que lutaram na Europa durante a Segunda Guerra Mundial. Fonte: **Definição de Pracinha**. Disponível em: <http://www.dicionarioinformal.com.br/significado/pracinha/2856/>. Acesso em 25 de junho de 2017.

¹¹ Retornados à vida civil. Fonte: **Definição de Desmobilização**. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/desmobilizacao/>. Acesso em 25 de junho de 2017.

1996 – A primeira turma de cadetes femininos ingressa na Academia da Força Aérea, em quadros da Intendência, administração e financeiro da Força Aérea Brasileira.

1997 – A primeira turma de mulheres ingressa no Instituto Militar de Engenharia do Exército, no Rio de Janeiro.

1997 – A Lei 9519 de 26/11/1997 extingue o Corpo Feminino da Reserva da Marinha e integra as mulheres aos Corpos e Quadros da Marinha. O ingresso de mulheres é permitido nos Corpos de Engenheiros, Intendentes, nos Quadros de Médicos, Cirurgiões-dentistas, Apoio à Saúde e Técnico. Porém, lhes é interdita a entrada na Armada e nos Fuzileiros Navais.

1998 – É permitida a participação de mulheres em missões nos navios hidrográficos, oceanográficos e de guerra, bem como integração nas tripulações de helicópteros navais.

1998 – O ingresso no Serviço Militar Temporário do Exército é permitido às mulheres, com a instauração do estágio de Serviço Técnico para aquelas com nível superior em Direito, Contabilidade, Administração, Análise de Sistemas, Engenharia, Arquitetura e Jornalismo.

1998 – Determinado o Serviço Militar Feminino Voluntário do Exército, como Militar Temporário, para auxiliares e técnicos de enfermagem.

1998 – Início do projeto-piloto que visava prestação de serviço militar voluntário como “atiradoras”, na região da Amazônia. Desativado em 2002.

1999 – A primeira turma de oficiais militares femininas da Academia da Força Aérea se forma.

2000 – Criação do Curso de Formação de Sargentos de Saúde (auxiliares de enfermagem, como Militar de Carreira do Exército através da Portaria 124 do Estado Maior do Exército, de 18/12/2000.

2004 – A cadete-aviadora Fernanda Görtz é a primeira mulher a pilotar sozinha uma aeronave da Força Aérea Brasileira, em 26/03/2004.

Faço aqui também, duas inserções que julgo importantes na cronologia feita por Lombardi (2009), visto que, na época, ainda não tinham acontecido:

2012 – Promoção de Dalva Maria Carvalho Mendes como primeira Contra-Almirante da Marinha pela presidenta Dilma Rousseff.

2014 – Ingresso da primeira turma feminina na Escola de Formação de Oficiais da Marinha, a Escola Naval. Através da lei nº 12.705/2012, sancionada pela presidenta Dilma Rousseff.

Como já falado anteriormente, a Marinha Brasileira foi a primeira entre as Forças Armadas a possibilitar a entrada de mulheres, no início dos anos 1980, tendo a expansão para as outras Armas com o passar dos anos. Porém, apenas na segunda metade dos anos 1990 que tem início a verdadeira integração ao Corpos e Quadros da Marinha, com a extinção do Corpo Auxiliar Feminino da Reserva da Marinha (CAFRAM). Não foi o caso da Europa, por exemplo, que teve um processo de feminização de suas Forças Armadas mais consolidado desde a década de 1970.

Na França, desde a Segunda Guerra Mundial, mulheres participaram como enfermeiras da Cruz Vermelha, mas foi ao final da Segunda Guerra Mundial, entre 1944-1946, que são criados corpos auxiliares femininos, separados da estrutura masculina e “oficial”, que por sua vez, será extinguida na metade da década de 1970. Ou seja, foram necessárias três décadas para as mulheres serem integradas à estrutura oficial militar francesa e provavelmente, segundo Lombardi (2009), auxiliou na redução do período de teste no Brasil. A década de 1980 marcou a integração das francesas nas Forças Armadas de seu país, ao serem incorporadas à uma estrutura militar única, com condições semelhantes aos militares masculinos.

Um dos motivos para a integração das mulheres na Marinha do Brasil, segundo Marques Jr. (1982) é a de que na época, a instituição passava por um processo de renovação e ampliação de meios flutuantes, anfíbios e aéreos, compra de equipamentos no exterior e construções de locais próprios no país. Logo se verificou um contingente insuficiente de oficiais formados pela Escola Naval. A maior parte das atividades de nível médio, administrativas e técnicas eram realizadas por civis. Para esse grupo, os recursos de treinamento eram insuficientes, o que gerava uma produtividade abaixo do esperado. O que demandava remanejamento de praças para preencher os espaços de trabalho, ocasionando prejuízo nas atividades desse grupo, também. A Marinha necessitava de profissionais com níveis universitário e técnico para trabalhos em terra.

Sendo assim, a instituição recruta universitários para diminuir essa carência, que depois de selecionados, teriam formação para oficiais, entrando na carreira militar como Segundos-Tenentes e/ou candidatos aos Quadros Complementares. Também se decide criar o Corpo Auxiliar Feminino da Reserva da Marinha, com base em situações bem-sucedidas em outros países, como já mencionado, com um Quadro de Oficiais e outro de Praças. A Marinha do Brasil, a princípio

Teve dois objetivos: a) utilizar o trabalho feminino no desempenho de uma atividade masculina, liberando o militar para o emprego no mar; b) aproveitar

em funções que, pela peculiaridade da intuição feminina, são por elas melhor realizadas, como, por exemplo, Nutricionista, Assistente Social, Psicóloga, Enfermeira, Bibliotecária e Auxiliar de Enfermagem (MARQUES Jr., 1982, p.11)

Os primeiros dois concursos, realizados em 1981 e 1982, tinham como intenção, recrutar para o Quadro Auxiliar Feminino de Oficiais (QAFO), mulheres com formação de nível superior nas seguintes áreas: medicina, farmácia, odontologia, comunicação social, psicologia, serviço social, enfermagem, estatística, educação física, pedagogia, processamento de dados, meteorologia, nutrição e engenharias cartográfica e eletrônica. Já para o Quadro Auxiliar Feminino de Praças (QAFP), eram recrutadas mulheres com nível técnico médio em: processamento de dados, contabilidade, artes gráficas, estatística, eletrônica, análises clínicas, prótese dentária, enfermagem, desportos, reabilitação, laboratório médico, fisioterapia, documentação médica, radiologia médica, mecânica de precisão, secretariado, meteorologia, cartografia, geodesia e auxiliares técnicas em administração hospitalar e radiologia (Marques Jr., 1982).

Nos dias de hoje, a possibilidade de ascensão e inserção profissional na Marinha são certamente maiores do que no início. Para começar, existe o fato de terem deixado de ser um Corpo à parte, sendo inseridas na estrutura geral da Marinha. Até o ano de 2006, mulheres gestantes não podiam participar já na etapa inicial da seleção, que considerava a gravidez como uma “condição incapacitante”. A partir de 2007, ser gestante não é mais um fator de exclusão, porém ainda continua se exigindo teste de gravidez de todas as mulheres da seleção inicial. Conforme Ferrari (2009) nos mostrou, analisar o contexto organizacional e social visando relações harmoniosas dos dois lados da instituição é fundamental. E, portanto, as inúmeras transformações sofridas em seus regulamentos e normas, reforça essa adequação às lutas de igualdade de gêneros na sociedade contemporânea, oferecendo mais oportunidades para as mulheres.

4.2.3. *Hierarquia Naval*

Através do site oficial da Marinha do Brasil, em uma área chamada “Tradições Navais”¹², nos é exposto em um subitem, dois tipos de hierarquias: A Naval e a da Marinha Mercante, sendo a primeira a mais relevante para o nosso estudo. Também será utilizado como

¹² Fonte: **Tradições Navais**. Disponível em: <<https://www.marinha.mil.br/content/tradicoes-navais>>. Acesso em 01 de julho de 2017.

base o Regulamento de Uniformes da Marinha do Brasil (RUMB) para a forma de distinção de cada categoria hierárquica através dos símbolos navais.

Na Marinha Brasileira, a formação de oficiais se dá na Escola Naval. Os alunos que a frequentam são Aspirantes e ao concluir o curso, saem como Guardas-Marinha. Já a formação de praças é capacitada pela Escola de Aprendizes-Marinheiros, sendo os seus alunos formados chamados de Marinheiros.

Os almirantes comandam grupamentos de navios, que são constituídos pelas Forças Navais e as Esquadras. Os postos de almirantado em ordem ascendente: Contra-Almirante, Vice-Almirante e Almirante-de-Esquadra.

Aos Comandantes, se designa o comando dos navios e a importância funcional do navio define a hierarquia dos seus Comandantes. Tais embarcações são classificadas de acordo com o número de conveses e canhões. Sendo assim, os postos de comandantes em ordem ascendente são: Capitão-de-Corveta, Capitão-de-Fragata e Capitão-de-Mar-e-Guerra.

Para as funções internas nos navios, a competência se dá aos tenentes - cuja hierarquia se ascendentemente em 2º Tenente, 1º Tenente e Capitão-Tenente - e aos praças - de postos Marinheiro, Cabo, 3º Sargento, 2º Sargento, 1º Sargento e Suboficial-. Em navios de maior importância existem oficiais superiores que exercem funções internas, em sua maioria, como chefes de Departamentos. Navios menores que as corvetas são comandadas por Capitães-Tenentes.

Para fins de ilustração, segue abaixo uma tabela com a hierarquia naval:

Quadro 1 - Hierarquia militar

OFICIAIS GENERAIS
Almirante (apenas em época de guerra)
Almirante-de-Esquadra
Vice-Almirante
Contra-Almirante
OFICIAIS SUPERIORES
Capitão de Mar e Guerra
Capitão de Fragata
Capitão de Corveta
OFICIAIS INTERMEDIÁRIOS

Capitão-Tenente
OFICIAIS SUBALTERNOS
Primeiro Tenente
Segundo Tenente
Guarda-Marinha
PRAÇAS OU GRADUADOS
Suboficial
Primeiro-Sargento
Segundo-Sargento
Terceiro-Sargento
Cabo
Marinheiro/Soldado

Fonte: Organização pelo autor

Em questões de uniforme relacionados às hierarquias, existem algumas vestimentas específicas para Cabos e Marinheiros, porém a partir do posto de Terceiro-Sargento elas são as mesmas. A hierarquia é dada através de insígnias nos ombros e punhos, conforme abaixo:

ALMIRANTE

- a) **Insígnias de punho:** Um galão dourado, encimado por quatro médios, complementados por uma volta no galão médio superior.

Figura 1 - Insígnia de punho (Almirante)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

- b) **Demais insígnias:** Cinco estrelas prateadas de cinco pontas, dispostas nos vértices de um pentágono.

Figura 2 - Insígnia de ombro (Almirante)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 3- Insígnia de gola (Almirante)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 4 - Insígnia de peito (Almirante)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 5 - Insígnia de Gorro (Almirante)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

ALMIRANTE-DE-ESQUADRA

- a) **Insígnias de punho:** um galão dourado largo e três médios, encimados pelo distintivo indicativo do corpo a que pertencer:

Figura 6 - Insígnia de punho (Almirante-de-Esquadra)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

- b) Para as demais insígnias:** Quatro estrelas prateadas de cinco pontas, dispostas nos vértices de um quadrado, complementada pelo distintivo indicativo do corpo a que pertencer; exceto no caso do Corpo da Armada, onde a insígnia é constituída somente pelas estrelas.

Figura 7- Insígnia de ombro (Almirante-de-Esquadra)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 8 - Insígnia de gola (Almirante-de-Esquadra)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 9 - Insígnia de peito (Almirante-de-Esquadra)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 10 - Insígnia de gorro (Almirante-de-Esquadra)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

VICE-ALMIRANTE

- a) Insígnias de punho:** um galão dourado largo e dois médios, encimados pelo distintivo do corpo ou quadro a que pertencer.

Figura 11 - Insígnia de punho (Vice-Almirante)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

- b) Para as demais insígnias:** Três estrelas prateadas de cinco pontas, dispostas nos vértices de um triângulo, complementada pelo distintivo do corpo ou quadro a que pertencer; exceto no caso do Corpo da Armada, onde a insígnia é constituída somente pelas estrelas.

Figura 12 - Insígnia de ombro (Vice-Almirante)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 13 - Insígnia de gola (Vice-Almirante)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 14 - Insígnia de peito (Vice-Almirante)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 15 - Insígnia de gorro (Vice-Almirante)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

CONTRA-ALMIRANTE

- a) **Insígnias de punho:** Um galão dourado largo e um médio, complementada pelo distintivo indicativo do corpo a que pertencer.

Figura 16 - Insígnia de punho (Contra-Almirante)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

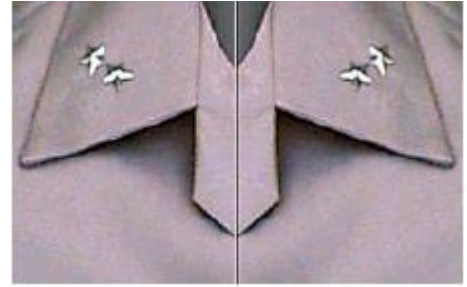
- b) **Para as demais insígnias:** Duas estrelas prateadas de cinco pontas, dispostas em linha horizontal, complementada pelo distintivo do corpo ou quadro a que pertencer, exceto no caso do Corpo da Armada, onde a insígnia é constituída somente pelas estrelas.

Figura 17 - Insígnia de ombro (Contra-Almirante)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 18 - Insígnia de gola (Contra-Almirante)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 19 - Insígnia de peito (Contra-Almirante)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 20 - Insígnia de gorro (Contra-Almirante)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

CAPITÃO-DE-MAR-E-GUERRA

Quatro galões dourados médios, complementada pelo distintivo do corpo ou quadro a que pertencer.

Figura 21 - Insígnia de ombro (Capitão-de-mar-e-guerra) - Corpo da Armada



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 22 - Insígnia de ombro (Capitão-de-mar-e-guerra) - Intendente



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

CAPITÃO-DE-FRAGATA

Três galões dourados médios, complementada pelo distintivo do corpo ou quadro a que pertencer.

Figura 23 - Insígnia de ombro (Capitão-de-Fragata) -
Corpo da Armada



Fonte: MARINHA DO
BRASIL (2012)

Figura 24 - Insígnia de ombro (Capitão-de-Fragata) -
Fuzileiros Navais



Fonte: MARINHA DO
BRASIL (2012)

CAPITÃO-DE-CORVETA

Um galão dourado fino entre dois médios, complementada pelo distintivo do corpo ou quadro a que pertencer.

Figura 25 - Insígnia de ombro (Capitão-de-Corveta)
- Corpo da Armada



Fonte: MARINHA DO
BRASIL (2012)

Figura 26 - Insígnia de ombro (Capitão-de-Corveta)
- Escola Naval



Fonte: MARINHA DO
BRASIL (2012)

CAPITÃO-TENENTE

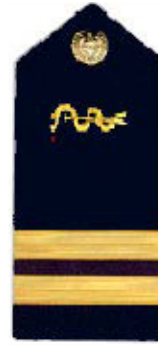
Dois galões dourados médios, complementada pelo distintivo do corpo ou quadro a que pertencer.

Figura 27 - Insígnia de ombro (Capitão-Tenente) -
Corpo da Armada



Fonte: MARINHA DO
BRASIL (2012)

Figura 28 - Insígnia de ombro (Capitão-Tenente) -
Ministério da Defesa



Fonte: MARINHA DO
BRASIL (2012)

PRIMEIRO-TENENTE

Um galão dourado médio sobre um fino, complementada pelo distintivo do corpo ou quadro a que pertencer.

Figura 29 - Insígnia de ombro (Primeiro-Tenente) -
Corpo da Armada



Fonte: MARINHA DO
BRASIL (2012)

Figura 30 - Insígnia de ombro (Primeiro-Tenente) -
Ministério da Defesa



Fonte: MARINHA DO
BRASIL (2012)

SEGUNDO-TENENTE

Um galão dourado médio, complementada pelo distintivo do corpo ou quadro a que pertencer.

Figura 31 - Insígnia de ombro (Segundo-Tenente) -
Corpo da Armada



Fonte: MARINHA DO
BRASIL (2012)

Figura 32 - Insígnia de ombro (Segundo-Tenente) -
Quadro de Oficiais Auxiliares da Armadas



Fonte: MARINHA DO
BRASIL (2012)

SUBOFICIAL

Uma divisa dourada média, em forma de um “V”, com a abertura em ângulo de 100 graus, complementada pelo distintivo da respectiva especialidade ou subespecialidade

Figura 33 - Insígnia de ombro (Suboficial)



Fonte: MARINHA DO
BRASIL (2012)

PRIMEIRO-SARGENTO

Cinco divisas, amarelas ou pretas, em forma de “V”, com abertura em ângulo de 110 graus sobrepostas em coluna, complementadas pelo distintivo da respectiva especialidade ou subespecialidade.

Figura 34 - Insígnia de braço (Primeiro-Sargento)



Fonte: MARINHA DO
BRASIL (2012)

SEGUNDO-SARGENTO

Quatro divisas, amarelas ou pretas, em forma de “V”, com abertura em ângulo de 110 graus sobrepostas em coluna, complementadas pelo distintivo da respectiva especialidade ou subespecialidade.

Figura 35 - Insígnia de braço (Segundo-Sargento)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

TERCEIRO-SARGENTO

Três divisas, amarelas ou pretas, em forma de “V”, com abertura em ângulo de 110 graus sobrepostas em coluna, complementadas pelo distintivo da respectiva especialidade ou subespecialidade.

Figura 36 - Insígnia de braço (Terceiro-Sargento)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

CABO

Duas divisas amarelas ou pretas ou azuis, em forma de “V”, com abertura em ângulo de 110 graus, sobrepostas em coluna. No caso dos Cabos do Colégio de Fuzileiros Navais, as divisas serão nas cores amarela ou preta. Em todos os casos, as divisas serão complementadas pelos distintivos da respectiva especialidade ou subespecialidade.

Figura 37 - Insígnia de braço (Cabo)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

MARINHEIRO E SOLDADO

Uma divisa amarela ou preta ou azul, em forma de “V”, com abertura em ângulo de 110 graus. No caso dos Soldados do Colégio de Fuzileiros Navais, as divisas serão nas cores amarela ou preta. Para os Marinheiros e Soldados não há distintivo de especialidade.

Figura 38 - Insígnia de braço (Marinheiros e Soldados)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

GUARDA-MARINHA

Um galão dourado fino, complementada pelo distintivo do corpo ou quadro a que pertencer.

Figura 39- Insígnia de ombro (Guarda-Marinha) – Corpo da Armada



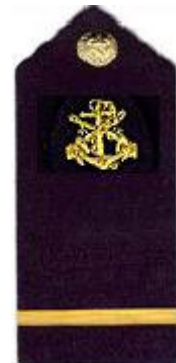
Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 40 - Insígnia de ombro (Guarda-Marinha) – Intendente



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 41 - Insígnia de ombro (Guarda-Marinha) – Fuzileiros Navais



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

ASPIRANTE DO QUARTO ANO DA ESCOLA NAVAL

Duas âncoras prateadas cruzadas, em ângulo de 90 graus, e uma estrela dourada de cinco pontas sobreposta no ponto de cruzamento das âncoras, complementada pelo distintivo do corpo ou quadro a que pertencer.

Figura 42 - Insígnia de ombro (Aspirante do quarto ano da Escola Naval) – Corpo da Armada



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 43 - Insígnia de ombro (Aspirante do quarto ano da Escola Naval) – Intendente



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 44 - Insígnia de ombro (Aspirante do quarto ano da Escola Naval) – Fuzileiros Navais



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 45 - Insígnia de braço (Aspirante do quarto ano da Escola Naval) – Corpo da Armada



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 46 - Insígnia de braço (Aspirante do quarto ano da Escola Naval) – Intendente



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 47 - Insígnia de braço (Aspirante do quarto ano da Escola Naval) – Fuzileiros Navais



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

ASPIRANTE DO TERCEIRO ANO DA ESCOLA NAVAL

Uma âncora prateada encimada por uma estrela prateada de cinco pontas, complementada pelo distintivo do corpo a que pertencer.

Figura 48 - Insígnia de ombro (Aspirante do terceiro ano da Escola Naval) – Corpo da Armada



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 49 - Insígnia de ombro (Aspirante do terceiro ano da Escola Naval) – Intendente



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 50 - Insígnia de ombro (Aspirante do terceiro ano da Escola Naval) – Fuzileiros Navais



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 51 - Insígnia de braço (Aspirante do terceiro ano da Escola Naval) – Corpo da Armada



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 52 - Insígnia de braço (Aspirante do terceiro ano da Escola Naval) – Intendente



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 53 - Insígnia de braço (Aspirante do terceiro ano da Escola Naval) – Fuzileiros Navais



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

ASPIRANTE DO SEGUNDO ANO DA ESCOLA NAVAL

Uma âncora dourada encimada por uma estrela prateada de cinco pontas, complementado pelo distintivo ao corpo a que pertencer.

Figura 54 - Insígnia de ombro (Aspirante do segundo ano da Escola Naval)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 55 - Insígnia de braço (Aspirante do segundo ano da Escola Naval)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

ASPIRANTE DO PRIMEIRO ANO DA ESCOLA NAVAL

Uma âncora dourada encimada por uma estrela dourada de cinco pontas.

Figura 56 - Insígnia de ombro (Aspirante do primeiro ano da Escola Naval)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 57 - Insígnia de braço (Aspirante do primeiro ano da Escola Naval)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

ASPIRANTE DO TERCEIRO ANO DO COLÉGIO NAVAL

Três estrelas douradas de cinco pontas, dispostas horizontalmente, encimadas por uma âncora dourada.

Figura 58 - Insígnia de ombro (Aspirante do terceiro ano do Colégio Naval)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 59 - Insígnia de braço (Aspirante do terceiro ano do Colégio Naval)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

ASPIRANTE DO SEGUNDO ANO DO COLÉGIO NAVAL

Duas estrelas douradas de cinco pontas, dispostas horizontalmente, encimadas por uma âncora dourada.

Figura 60 - Insígnia de ombro (Aspirante do segundo ano do Colégio Naval)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 61 - Insígnia de braço (Aspirante do segundo ano do Colégio Naval)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

ASPIRANTE DO PRIMEIRO ANO DO COLÉGIO NAVAL

Uma estrela dourada de cinco pontas encimada por uma âncora dourada.

Figura 62 - Insígnia de ombro (Aspirante do primeiro ano do Colégio Naval)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 63 - Insígnia de braço (Aspirante do primeiro ano do Colégio Naval)



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

4.2.4. *O uniforme*

Assim como no item sobre hierarquia, o site oficial da Marinha do Brasil, dentro da categoria de Tradições Navais, um subitem sobre uniformes¹³ e que servirá de base para a análise das indumentárias da instituição. Para fins de ilustração, será utilizado também o Regulamento de Uniformes da Marinha do Brasil (RUMB), disponibilizado online e encontrado através do site de pesquisas Google.

Foi verificado que as patentes de oficiais, suboficiais e sargentos usam uniformes do mesmo estilo para o serviço e para trabalhos a bordo. Tais vestimentas são do tipo paletó ou dólmã¹⁴ e calça, ou apenas camisa e calça. Na cabeça, o boné. Oficiais e suboficiais, para distinção, utilizam galões¹⁵ nas platinas nos ombros dos uniformes brancos ou nos punhos dos uniformes azuis e distintivos na gola do uniforme de manga curta. Divisas nos braços são utilizadas para diferenciar as graduações entre sargentos, cabos e marinheiros. Marinheiros-

¹³ Fonte: **Os Uniformes**. Disponível em: <<https://www.marinha.mil.br/content/tradicoes-navais-0>>.

¹⁴ Casaco militar com fio metálico ou de seda para garantir e abotoar a vestimenta. Fonte: **Dólmã**. Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/d%C3%B3lm%C3%A3/>>.

¹⁵ Tira de tecido dourado utilizada como distinção de postos ou patentes militares em mangas e ombreiras de fardamento. Fonte: **Galão**. Disponível em: <<http://www.aulete.com.br/gal%C3%A3o>>.

recrutas, aprendizes e grumetes¹⁶ não utilizam divisas. Platinas são acessórios presos aos ombros, remanescentes de tiras de couro usadas nos antigos uniformes franceses para fixar talabartes. Os oficiais usam galões de listras douradas. No Corpo da Armada¹⁷, a mais alta utilizada no punho é terminada por uma volta. Segundo a tradição da Marinha, tal particularidade se deve à uma volta que o Almirante Nelson, oficial inglês, “levava em um pequeno cabo amarrado à manga de seu dólma para sustenta-la em um botão, quando após perder o braço, subiu ao convés pela primeira vez”¹⁸. As marinhas que tiveram contato com a Marinha britânica ainda conservam o símbolo.

Cabos e marinheiros usam uniformes brancos ou azuis, de gola e na cabeça bonés sem pala. Os uniformes de trabalho são de cor mescla com caxangás, chapéus redondos e brancos, na cabeça. O uniforme de marinheiro é universal, com lenço preto no pescoço e gola azul com três listras como características. O lenço tem sua origem nos tempos da marinha a vela, utilizado pelos marujos na testa, amarrado atrás da cabeça, durante combates para que o suor, misturado à graxa e à pólvora das armas não caíssem nos olhos. Ao término do combate, giravam o lenço e o amarravam no pescoço com o nó para frente. Por isso, simbolicamente até os dias de hoje, o lenço é utilizado em torno do pescoço. Já a gola era usada para proteger a roupa das substâncias gordurosas que os antigos marinheiros untavam a parte de trás dos seus cabelos. A cor azul é adotada pela maioria das marinhas. As três listras da gola vêm de um costume antigo de indicação por fitas presas à pelerine¹⁹ o tempo de serviço do embarcado.

Para a primeira turma de mulheres, foi chamado o estilista Guilherme Guimarães para desenhar a farda. Tal questão conversa com o que foi dito por Bonadio (2007) sobre o corpo feminino estar muito mais ligado à moda do que o masculino, mostrando preocupação não apenas para questões de serviço militar, mas também para estar conectado a um mundo considerado “mais feminino”. A Marinha Brasileira encomendou uniformes com as medidas corporais baseadas nas marinheiras dos Estados Unidos. Sendo assim, após feitas, as peças necessitaram de ajustes para se adequar ao biótipo das brasileiras. As modelos Carla Souza

¹⁶ Praças sem graduação. Fonte: **Grumete**. SOBRAL, J., Postos e Cargos Militares Portugueses, Audaces, 2008. Disponível em: <<http://audaces.blogs.sapo.pt/4784.html>>.

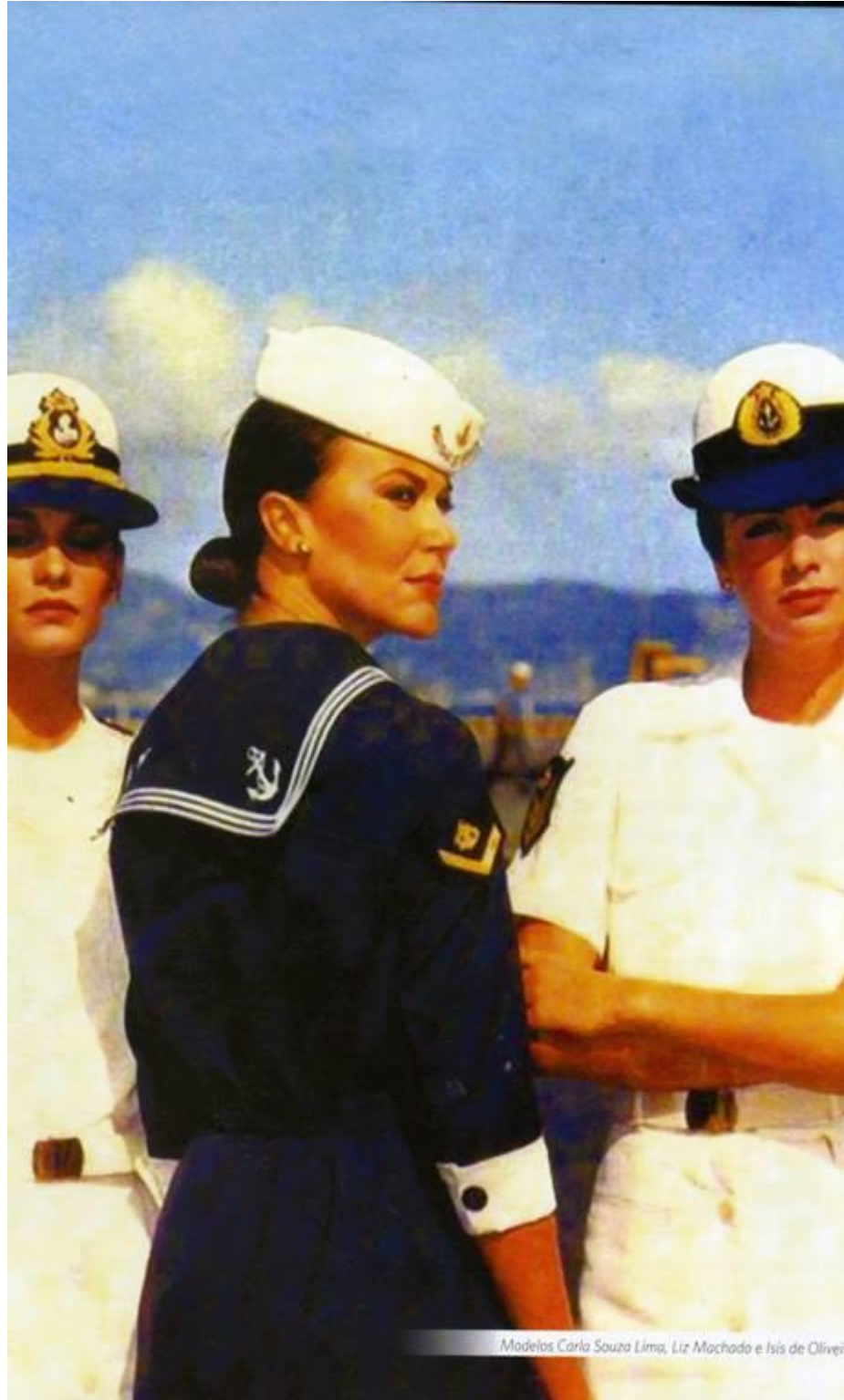
¹⁷ “O Corpo de Oficiais da Armada conduz, opera e mantém os navios de guerra, de pesquisa e de apoio da Marinha do Brasil executando funções administrativas e operativas em organizações militares de terra”. Fonte: **Saiba Tudo Sobre Como Ingressar no Corpo da Armada da Marinha**. Disponível em: <<http://www.comosermilitar.com.br/como-ingressar-na-marinha/ciaw-3/quadro-complementar-da-armada/>>.

¹⁸ Fonte: **Os Uniformes**. Disponível em: <<https://www.marinha.mil.br/content/tradicoes-navais-0>>.

¹⁹ Capa usadas sobre os ombros.

Lima, Liz Machado e Ísis de Oliveira foram escolhidas para as fotos de divulgação da novidade que a Marinha estava trazendo. Como mostra a imagem abaixo:

Figura 64 - modelos Carla Souza Lima, Liz Machado e Ísis de Oliveira com os uniformes femininos da Marinha do Brasil



Fonte: /ogimg.infoglobo.com.br/in/16919645-3db-d5e/FT460A/marinha.jpg

Sobre as normas que circundaram os modos dessas novas turmas, Lombardi (2009) e Marques Jr. (1982) ressaltam a Instrução “Militamarinst²⁰ 108102”, de 13 de janeiro de 1981, que tinha como finalidade “padronizar a apresentação pessoal das militares do Corpo Auxiliar Feminino da Reserva da Marinha (CAFRM)” (MARQUES Jr.; HIRON, 1982, p. 9), trazendo regras como:

- Proibição do uso de penteados "exagerados" (cheio, alto, etc.), que cubram a testa e o uso de cabelos postiços;
- Os cabelos deveriam ser cortados conforme a ilustração mostrada na norma (referente à imagem abaixo), utilizando um corte diferenciado apenas em caso de "necessidade de encobrir lesão fisionômica" com a devida autorização dos superiores;
- Estavam proibidas de utilizar colar ou volta que ficasse à mostra; pulseira apenas de uma volta, "com espessura máxima de 1cm"; brincos pequenos e discretos, sem argolas ou pingentes; porém alianças, anéis e relógios não tinham restrições.

Figura 65 – Modelo de corte de cabelo



Fonte: LOMBARDI (2009)

²⁰ Instrução Permanente da Diretoria do Pessoal Militar da Marinha

O uniforme se mostra um artefato organizacional da Marinha do Brasil, conforme nos diz Ferrari (2009), sendo compartilhado pelo grupo de indivíduos. E por serem os aspectos mais tangíveis da instituição, sendo identificados à primeira vista por militares e civis através das suas cores e símbolos, carregam intrinsecamente os valores da Marinha consigo. Por ser considerado uma marca social, discriminatória e eficaz, porta em si o prestígio do ser militar que foi disseminado a partir do século XIX.

A força que carrega em si é tão grande que é utilizado como forma de recrutamento de novos membros. Atualmente, as inúmeras propagandas do Ministério da Defesa sobre o Alistamento Militar propõem a carreira como se fosse comparável a jogos e filmes de ação, e a farda auxilia nessa influência.

Utilizando o pensamento de Flügel (1966), consideramos o uniforme militar como uma indumentária fixa, e não de moda, pois ele pouco se alterou com o passar dos anos, acompanhando o “estilo” e a identidade da organização durante anos sem sofrer transformações, não acompanhando tendências de moda, mesmo que os uniformes tenham sido concebidos por estilistas famosos e divulgados através de modelos profissionais.

Por serem definidos por um regulamento que além das roupas, normatiza cortes de cabelo, maquiagem e adereços, suscitamos o pensamento de Lurie (1981) de que estar uniformizado é estar automaticamente censurado, seja total ou parcialmente. Tal censura é imposta pelas hierarquias, em maior ou menor grau, dependendo da sua patente.

Através do RUMB podemos verificar que as vestimentas seguem os dois grupos funcionais de Coelho (1998): 1) uniformes de representação e de estatuto com uso vinculado à eventos de gala, sociais ou serviços de alta instância e 2) uniformes funcionais, que visam o trabalho, movimentos mais livres e comodidade, como os esportivos ou de uso diário.

4.2.5. *Mulheres e seus uniformes nos materiais de comunicação da Marinha do Brasil*

Para dar conta do alcance do terceiro objetivo específico foi feita uma análise flutuante (Bardin, 2011) nos espaços de comunicação da Marinha na internet. Tais espaços compreendem Facebook²¹, Twitter²², LinkedIn²³ e Youtube²⁴ linkados no site oficial da organização. Após

²¹ Facebook Marinha do Brasil. Disponível em: <https://www.facebook.com/marinhaoficial>

²² Twitter Marinha do Brasil. Disponível em: <https://twitter.com/marmilbr>

²³ LinkedIn Marinha do Brasil. Disponível em: <https://www.flickr.com/photos/mboficial>

²⁴ Canal Oficial do Youtube da Marinha do Brasil. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/marinhaoficial>

essa primeira análise geral, considere relevantes os vídeos do Youtube pois são materiais mais informativos, no que diz respeito às possibilidades de atuação das mulheres na Marinha, o que pode colaborar na formação de uma imagem-conceito positiva da organização diante do processo de recrutamento. Compreendo que diante do prazo para cumprir essa pesquisa, os espaços de redes sociais, conforme Recuero (2014) e o site, de modo geral, como já citado nos itens anteriores, representa um espaço significativo para o relacionamento da organização com seus diferentes públicos (Stasiak, 2013). Tais espaços analisados estão na esfera que Baldissera (2009) compreende como organização comunicada quando não há possibilidade de interação com os seus públicos e comunicante quando há possibilidade de interação (Primo, 2007). Mesmo não sendo o objetivo dessa pesquisa analisar as interações dos públicos diante das postagens da organização, é importante compreender o poder de visibilidade existente nos espaços de comunicação da organização na internet, onde o material de comunicação aqui analisado foi encontrado.

A Marinha do Brasil também conta com um site oficial para o seu Centro de Comunicação Social²⁵. O site do Centro de Comunicação Social da Marinha também contém em seu menu um link denominado Temas Relevantes que traz entre vários assuntos, o tópico “Mulheres na Marinha”²⁶ que, por acaso ou não, tem o mesmo texto do tópico de mesmo nome no site oficial da Marinha do Brasil²⁷.

O objeto analisado está na conta oficial da Marinha do Brasil no Youtube. O canal do Youtube foi criado no dia 7 de janeiro de 2011 e até o momento consta com 39.224 inscritos²⁸, 3.603.228 visualizações²⁹ e 357 vídeos. Desse número, apenas 4 vídeos são com a temática mulheres – o que iremos analisar, dois sobre mulheres alcançando posições hierárquicas que até o momento não tinha atingido e um sobre o outubro rosa³⁰. Postado no dia 26 de maio de 2014 no canal do Youtube oficial da Marinha do Brasil, o vídeo “Mulheres na Marinha do Brasil”³¹ contém a seguinte descrição:

²⁵ Site Sala de Imprensa – Centro de Comunicação Social da Marinha. Disponível em: http://www.mar.mil.br/hotsites/sala_imprensa/

²⁶ Centro de Comunicação Social da Marinha – Mulheres na Marinha do Brasil. Disponível em: http://www.mar.mil.br/hotsites/sala_imprensa/html/mulhermb.html

²⁷ Site Marinha do Brasil – Mulher na Marinha. Disponível em: <https://www.marinha.mil.br/content/mulher-na-marinha-0>

²⁸ Dado registrado no dia 02 de julho de 2017.

²⁹ Dado registrado no dia 02 de julho de 2017.

³⁰ Outubro rosa é um movimento mundial que visa a prevenção e a informação sobre o câncer de mama. Fonte: <http://outubrorosa.org.br/historia/>. Acesso em 26 de maio de 2017.

³¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9TyrRQVrZFM>. Acesso em 28 de março de 2017.

Há mais de 30 anos, as mulheres compõem as fileiras da Marinha do Brasil. Criado em 1980, pelo então Ministro da Marinha, Almirante-de-Esquadra Maximiano Eduardo da Silva Fonseca, o Corpo Auxiliar Feminino passou por uma reestruturação em 1997 na qual as militares foram inseridas em diversos corpos e quadros, o que lhes abriu a possibilidade real de ascender ao posto de Almirante. (MARINHA DO BRASIL, 2014)

Com duração de dois minutos e dezessete segundos, sem narração, contando apenas com uma trilha sonora para acompanhar as imagens, vídeos e legendas, o vídeo foi produzido pelo Centro de Comunicação Social da Marinha. A partir dele, faço a divisão entre vinte e três partes que mostram diversas vestimentas – algumas repetidas – que são segmentadas em seis tópicos – Pioneirismo, Determinação, Conhecimento, Equilíbrio, Otimismo e Futuro -, os quais estruturam o próprio roteiro do vídeo. Optei a partir desses seis tópicos em analisar, portanto, de que maneira cada um desses valores são representados a partir do contexto em que as mulheres aparecem junto aos seus uniformes. A diversidade de uniformes é o conteúdo aqui analisado. Desses seis tópicos, apenas o primeiro e o último que contém legendas.

O vídeo analisado é, conforme Ferrari (2009), um agente produtor de significados, já que além de facilitar a circularidade de informações, também produz significados. A nomeação das roupas seguirá o Regulamento de Uniformes da Marinha do Brasil (RUMB) bem como sua numeração dentro deste regulamento. Aqueles que aparecerem em outros segmentos, não serão repetidos. A ilustração do uniforme aparecerá nas páginas seguintes à catalogação.

a) Pioneirismo

O tópico que abre o vídeo é dividido em nove partes e dura trinta e nove segundos – de 0:18 até 0:57 – e acompanha a seguinte legenda durante a extensão:

O ingresso das mulheres na Marinha do Brasil ocorreu em 1980. Pouco mais de três décadas depois, a Marinha foi pioneira ao promover, em 2012, a primeira mulher oficial general do Brasil. Contra-Almirante (Md) Dalva, durante a troca de platina. (MARINHA DO BRASIL, 2014)

Sobre as vestimentas presentes nessa parte do vídeo, segue o quadro abaixo:

Quadro 2 – Vestimentas do fragmento “Pioneirismo”

Vestimentas do fragmento “Pioneirismo”	
Nome da peça	Quantidade de vezes que aparece
Roupa civil	Aparece uma vez
4.1. Azul – Cabo/Marinheiro	Aparece uma vez

4.1. Azul – Oficiais/Guarda Marinha	Aparece uma vez
5.5. Branco de Verão – Oficiais/Guarda-Marinha	Aparece duas vezes
5.1. Branco – Cabo e Marinheiro – Feminino	Aparece uma vez
5.1. Branco – Oficiais/Guarda-Marinha	Aparece duas vezes
6.2. Azul-Claro (RUMB Antigo)	Aparece duas vezes

Fonte: Quadro elaborado pelo autor

Abaixo, segue um quadro relacionado à quantidade de hierarquias presente nesse segmento do vídeo:

Quadro 3 – Hierarquias do fragmento “Pioneirismo”

Hierarquias do fragmento “Pioneirismo”	
Patente	Quantidade de vezes que aparece
Cabo	Duas vezes
Segundo-Tenente	Duas vezes
Guarda-Marinha	Seis vezes
Capitão de Mar e Guerra	Uma vez
Contra-Almirante	Uma vez

Fonte: Quadro elaborado pelo autor

Nesse trecho, são utilizadas fotos referentes à primeira turma de mulheres marinheiras. É interessante de notar que em algumas das fotos, as militares utilizam o uniforme *6.2. Azul-Claro* que constava no regulamento das antigas turmas. A razão pela qual esse uniforme foi retirado foi devido a intenção de igualar o uniforme feminino ao masculino, já que tal vestimenta não constava no regulamento dos homens. Além disso, botões que constavam na saia branca das mulheres foram retirados para permitir melhor movimentação. Ressaltando o que Schein (1984) nos diz sobre a cultura ser algo mutável.

Figura 66 – Início do segmento “Pioneirismo”



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2014)

Figura 67 – Roupas Civis



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2014)

Figura 68 – Uniforme 4.1. Azul – Cabo/Marinheiro

	Identificação do Uniforme
	4.1 - AZUL
	Categoria
	CB/MN
	Sexo
	FEMININO
	Composição
	CAMISETA BRANCA CHAPÉU FEMININO BRANCO CASACO MEIO CHEMISIER AZUL-FERRETE CONDECORAÇÕES DISTINTIVOS GOLA DE MARINHEIRO INSÍGNIAS DE BRAÇO LENÇO DE MARINHEIRO MEDALHAS SAIA AZUL-FERRETE SAPATOS FEMININOS PRETOS DE SALTO MÉDIO
	Peças Complementares de Uso Autorizado
	CAPA IMPERMEÁVEL JAPONA AZUL-FERRETE LUVAS AZUIS DE FRIO
Observação	
- É facultado o uso de meia social (cor da pele) - É facultado o uso de bolsa social. - Esta autorizado o uso da calça feminina azul-ferrete em substituição à saia, devendo ser observada a padronização em desfiles e cerimônias. - As CB/SD do CPFN deverão usar o 5.1.	

Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 69 – Uniforme 4.1. Azul – Suboficial/Sargento

	Identificação do Uniforme
	4.1 - AZUL
	Categoria
	SO/SG
	Sexo
	FEMININO
	Composição
	BLUSA BRANCA DE MANGA-LONGA BONÉ FEMININO BRANCO PARA SUBOFICIAL E SARGENTO CINTO PRETO CONDECORAÇÕES DISTINTIVOS GRAVATA FEMININA INSÍGNIAS DE BRAÇO INSÍGNIAS DE PUNHO JAQUETÃO FEMININO AZUL-FERRETE MEDALHAS SAIA AZUL-FERRETE SAPATOS FEMININOS PRETOS DE SALTO MÉDIO
	Peças Complementares de Uso Autorizado
	CAPA IMPERMEÁVEL LUVAS AZUIS DE FRIO SOBRETUDO
Observação	
<ul style="list-style-type: none"> - É facultado o uso de mocassim preto de salto médio. - Insígnias de punho para SO - Insígnias de braço para SG - Esta autorizado o uso da calça feminina azul-ferrete em substituição à saia, devendo ser observada a padronização em desfiles e cerimônias. -A critério do Comando a blusa branca manga longa poderá ser utilizada com insígnia passador para SO e insígnia de braço para SG, quando a militar não estiver fazendo uso do jaquetão, com a obrigatoriedade de utilização da gravata feminina. - É facultado o uso do prendedor de gravata, quando da utilização da blusa branca de manga longa sem jaquetão. - É facultado o uso de bolsa social. - É facultado o uso de meia social (cor da pele). 	

Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 70 – Uniforme 5.5. Branco de Verão – Oficiais e Guarda-Marinha

	Identificação do Uniforme
	5.5 - BRANCO DE VERÃO
	Categoria
	OFICIAIS E GM
	Sexo
	FEMININO
	Composição
	BARRETAS BLUSA BRANCA DE MEIA-MANGA COM PASSADORES BONÉ FEMININO BRANCO PARA OFICIAL CAMISETA BRANCA CINTO BRANCO DISTINTIVOS SAPATO FEMININO BRANCO SALTO MÉDIO PLATINAS SAIA BRANCA
	Peças Complementares de Uso Autorizado
	AGASALHO AZUL DE FRIO ALAMAR FEMININO AZUL BLUSÃO AZUL DE FRIO CAPA IMPERMEÁVEL JAPONA AZUL-FERRETE
Observação	
<ul style="list-style-type: none"> - Está autorizado o uso da calça feminina branca em substituição a saia branca - Meias branca quando usando calça -É facultado o uso do mocassim branco salto médio. - Mocassins branco salto baixo quando usando calça - É facultado o uso de bolsa passeio e bolsa social - É facultado o uso de meia social (cor da pele). A CRITÉRIO DO COMANDO: - Poderá ser usada a plaqueta de identificação.	

Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 71 – Uniforme 5.1. Branco – Cabo e Marinheiro

	Identificação do Uniforme
	5.1 - BRANCO
	Categoria
	CB/MN
	Sexo
	FEMININO
	Composição
	CAMISETA BRANCA CHAPÉU FEMININO BRANCO CHEMISIER BRANCO CONDECORAÇÕES DISTINTIVOS GOLA DE MARINHEIRO INSÍGNIAS DE BRAÇO LENÇO DE MARINHEIRO MEDALHAS SAPATOS FEMININOS PRETOS DE SALTO MÉDIO
	Peças Complementares de Uso Autorizado
	CAPA IMPERMEÁVEL
Observação	
- É facultado o uso de meia social (cor da pele). - É facultado o uso de bolsa social. - É facultado o uso do mocassim preto salto médio.	

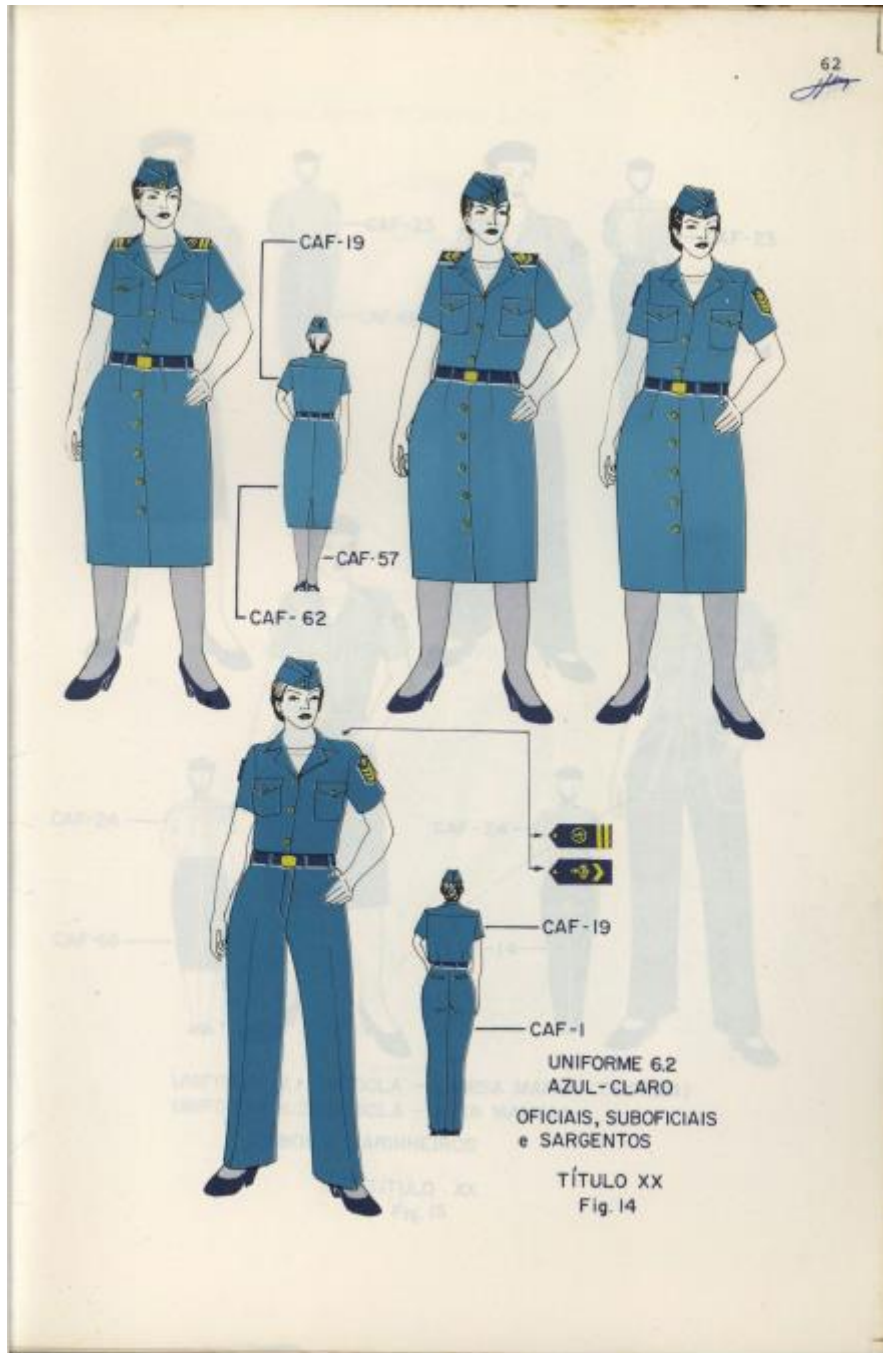
Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 72 – Uniforme 5.1. Branco – Oficiais e Guarda-Marinha

	Identificação do Uniforme
	5.1 - BRANCO
	Categoria
	OFICIAIS E GM
	Sexo
	FEMININO
	Composição
	BLUSA BRANCA DE MANGA-LONGA BONÉ FEMININO BRANCO PARA OFICIAL CINTO BRANCO CONDECORAÇÕES DISTINTIVOS GRAVATA FEMININA MEDALHAS PLATINAS SAIA BRANCA TÚNICA FEMININA BRANCA COM PASSADORES SAPATO FEMININO BRANCO SALTO MÉDIO
	Peças Complementares de Uso Autorizado
	ALAMAR FEMININO DOURADO CAPA IMPERMEÁVEL
Observação	
<ul style="list-style-type: none"> - É facultado o uso de meia social (cor da pele). - É facultado o uso de bolsa social, exceto quando armada. - É facultado o uso do mocassim branco salto médio. QUANDO ARMADA: <ul style="list-style-type: none"> - Espada e fiador - Talim completo para oficial superior, intermediário, subalterno e guarda-marinha. - Luvas brancas 	

Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 73 – Uniforme 6.2. Azul-Claro – Oficiais, Suboficiais e Sargentos



Fonte: MARQUES Jr. (1982)

O enfoque maior desse segmento é na condecoração de Dalva Maria Carvalho Mendes, que se tornou a primeira mulher Contra-Almirante do Brasil, em 2012, 31 anos após sua entrada na primeira turma.

Figura 74 – Dalva Maria Carvalho Mendes na troca de platina



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2014)

Como comentado na análise anteriormente, esse é o terceiro posto mais importante da Marinha do Brasil e só foi possível em 1997 após a integração das mulheres aos Corpos e Quadros da Marinha. Embora tenha levado 16 anos para que a possibilidade de uma efetivação para o almirantado, Dalva o alcançou no espaço de tempo que um homem chegaria ao mesmo posto³².

b) Determinação

O segmento Determinação é dividido em oito partes e dura dezessete segundos – de 0:58 a 1:15.

³² Fonte: **Dalva Mendes**: a primeira almirante do Brasil. Disponível em: < <http://brasileiros.com.br/2013/02/dalva-mendes-a-primeira-almirante-do-brasil/>>. Acesso em 01 de julho de 2017.

Quadro 4 – Vestimentas do fragmento “Determinação”

Vestimentas do fragmento “Determinação”	
Nome da peça	Quantidade de vezes que aparece
7.1. Esportes Terrestres – Cabo/Marinheiro	Aparece duas vezes (em uma das vezes está com uma regata diferenciada)
6.4. Cinza de Verão – Oficiais e Guarda-Marinha	Aparece duas vezes (com Japona Azul-Ferrete/Calça Feminina Cinza)
6.6. Camuflado de Inverno – Cabo/Marinheiro/Soldado/Suboficial e Soldado do Corpo de Fuzileiros Navais	Aparece duas vezes
6.5. Azul Mescla de Verão para Serviço – Cabo/Marinheiro	Aparece duas vezes

Fonte: Quadro elaborado pelo autor

Abaixo, segue um quadro relacionado à quantidade de hierarquias presente nesse segmento do vídeo:

Quadro 5 – Hierarquias do fragmento “Determinação”

Hierarquias do fragmento “Determinação”	
Patente	Quantidade de vezes que aparece
Cabo	Uma vez
Oficiais (não é possível de identificar as patentes)	Duas vezes
Segundo-tenente	Uma vez
Praça	Uma vez
Marinheiro	Três vezes

Fonte: Quadro elaborado pelo autor

Figura 75 – Início do segmento “Determinação”



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2014)

Nesse segmento, são apresentadas imagens das mulheres marchando com fuzis, praticando remo, correndo, com armas e participando de cadastramentos.

Figura 76 – 7.1. Esportes Terrestres – Cabo/Marinheiro

	Identificação do Uniforme
	7.1 - ESPORTES TERRESTRES
	Categoria
	CB/MN
	Sexo
	FEMININO
	Composição
	BERMUDA FEMININA AZUL-MARINHO PARA PRAÇAS CAMISETA BRANCA MEIAS BRANCA DE ALGODÃO TÊNIS BRANCOS
	Peças Complementares de Uso Autorizado
	BLUSÃO ESPORTIVO MB PARA PRAÇAS CALÇA ESPORTIVA MB PARA PRAÇAS GORRO BRANCO
	Observação
	<ul style="list-style-type: none"> - É facultado o uso de tênis especiais apenas durante a prática esportiva, desde que não sejam de padrões estampados ou cores berrantes. - É permitido o uso de bermuda civil similar, com bolsos laterais, quando da prática de tênis. - É permitida a utilização da camiseta branca por fora da bermuda. - É permitido o uso da camiseta para ginástica com o maiô por baixo.

Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 77 – 6.4. Cinza de Verão – Oficiais/Guarda-Marinha

	Identificação do Uniforme
	6.4 - CINZA DE VERÃO
	Categoria
	OFICIAIS E GM
	Sexo
	FEMININO
	Composição
	BARRETAS BLUSA CINZA DE MEIA-MANGA GORRO CINZA CAMISETA BRANCA CINTO PRETO DISTINTIVOS INSÍGNIA GOLA INSIGNIA GORRO PLAQUETA DE IDENTIFICAÇÃO SAIA CINZA MOCASSIM PRETOS DE SALTO MÉDIO
	Peças Complementares de Uso Autorizado
	AGASALHO AZUL DE FRIO ALAMAR FEMININO AZUL BLUSÃO AZUL DE FRIO CAPA IMPERMEÁVEL JAPONA AZUL-FERRETE
Observação	
<ul style="list-style-type: none"> - É autorizado o uso da calça feminina cinza em substituição a saia cinza - É facultado o uso de bolsa de passeio e de bolsa social - Meias pretas quando usando calça - Mocassins pretos salto baixo, quando usando calça - É facultado o uso do sapato feminino preto salto médio. - É facultado o uso de meia social (cor da pele). - Por ocasião de Visita do Almirantado Programada e das Inspeções Administrativas Militares, a utilização do gorro cinza será obrigatória. - Em formatura a utilização do boné cinza ou gorro cinza deverá ser determinada pela OM responsável pela condução da mesma. - Quando de efetivo serviço a utilização do boné cinza é obrigatória. - O traslado entre as OM deverá ser feito com a utilização do gorro cinza. 	

Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 78 – 6.6. Camuflado de Inverno – Suboficial/Sargento do Colégio de Fuzileiros Navais

	Identificação do Uniforme
	6.6 - CAMUFLADO DE INVERNO
	Categoria
	SO/SG DO CFN
	Sexo
	FEMININO
	Composição
	CALÇA CAMUFLADA CAMISETA VERDE-MUSGO CINTO VERDE-MUSGO COTURNOS MARROM DISTINTIVO DE IDENTIFICAÇÃO DO CFN FITA DE IDENTIFICAÇÃO GANDOLA CAMUFLADA GORRO CAMUFLADO INSÍGNIA BRAÇO INSÍGNIA GOLA MEIAS ESPECIAIS TARJETA DE IDENTIFICAÇÃO
	Peças Complementares de Uso Autorizado
	CAPA IMPERMEÁVEL JAPONA AZUL-FERRETE JAPONA OPERATIVA CAMUFLADA
	Observação
	- Insígnia gola para SO - Insígnia braço para SG - Capuz, gorro e luvas azuis de frio, quando usando algum tipo de agasalho - O cadarço utilizado no coturno é o marrom - Apito de marinheiro e fiel de apito para mestres - Nas OM industriais e bases poderão ser usados botinas e capacete de segurança no trabalho. QUANDO DE EFETIVO SERVIÇO: - Cinto e coldre verde-musgo para serviço - Para a área do 5º e 6º DN, cachecol, meia de lã e luva de lã.

Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 79 – 6.6. Camuflado de Inverno – Cabo/Marinheiro/Soldado

	Identificação do Uniforme
	6.6 - CAMUFLADO DE INVERNO
	Categoria
	CB/MN/SD
	Sexo
	FEMININO
	Composição
	CALÇA CAMUFLADA CAMISETA VERDE-MUSGO CINTO VERDE-MUSGO COTURNOS MARROM DISTINTIVO DE COMPORTAMENTO DISTINTIVO DE IDENTIFICAÇÃO DO CFN FITA DE IDENTIFICAÇÃO GANDOLA CAMUFLADA GORRO CAMUFLADO INSÍGNIA BRAÇO MEIAS ESPECIAIS TARJETA DE IDENTIFICAÇÃO
	Peças Complementares de Uso Autorizado
	CAPA IMPERMEÁVEL JAPONA AZUL-FERRETE JAPONA OPERATIVA CAMUFLADA
Observação	
<ul style="list-style-type: none"> - Capuz, gorro e luvas azuis de frio, quando usando algum tipo de agasalho - O cadarço utilizado no coturno é o marrom - Apito de marinheiro e fiel de apito para mestres - Nas OM industriais e bases poderão ser usados botinas e capacete de segurança no trabalho. <p>QUANDO DE EFETIVO SERVIÇO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cinto e coldre verde-musgo para serviço - Para a área do 5º e 6º DN, cachecol, meia de lã e luva de lã. 	

Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 80 – 6.5. Azul Mescla de Verão para Serviço – Cabo/Marinheiro

	Identificação do Uniforme
	6.5 - AZUL MESCLA DE VERÃO PARA SERVIÇO
	Categoria
	CB/MN
	Sexo
	FEMININO
	Composição
	BARRETA BLUSA AZUL-MESCLA DE MEIA-MANGA CAMISETA BRANCA CAXANGÁ CINTO PRETO DISTINTIVO DE COMPORTAMENTO INSÍGNIA BRAÇO MOCASSINS PRETOS DE SALTO MÉDIO PLAQUETA DE IDENTIFICAÇÃO SAIA AZUL-MESCLA
	Peças Complementares de Uso Autorizado
	AGASALHO AZUL DE FRIO CAPA IMPERMEÁVEL JAPONA AZUL-FERRETE
Observação	
- É autorizado o uso da calça feminina azul mescla em substituição a saia azul mescla - Poderá ser usado o mocassim preto de salto baixo em substituição ao mocassim preto de salto médio - Meias pretas, quando usando calça - É facultado o uso de meia social (cor da pele). - Apito de marinheiro e fiel de apito para os mestres, contramestres e cabos auxiliares - Nas OM industriais e bases poderão ser usados botinas e capacetes de segurança no trabalho. QUANDO DE EFETIVO SERVIÇO: - Cinto verde-musgo para serviço - Coldre ou porta-sabre verde-musgo	

Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Provavelmente o significado que a instituição deseja transmitir nesse valor é a de que a determinação da mulher permite que ela realize tarefas que envolvam força e esforço físico.

c) Conhecimento

O segmento Conhecimento é dividido em cinco partes e dura dezesseis segundos – de 1:16 a 1:32.

Quadro 6 – Vestimentas do fragmento “Conhecimento”

Vestimentas do fragmento “Conhecimento”	
Nome da peça	Quantidade de vezes que aparece
6.4. Cinza de Verão – Suboficial/Sargento	Aparece três vezes
AD – Atividades diversas – Oficiais e Guarda-Marinha- Masculino	Aparece uma vez
4.1. Azul – Oficiais/Guarda Marinha	Aparece uma vez

Fonte: Quadro elaborado pelo autor

Abaixo, segue um quadro relacionado à quantidade de hierarquias presente nesse segmento do vídeo:

Quadro 7 – Hierarquias do fragmento “Conhecimento”

Hierarquias do fragmento “Conhecimento”	
Patente	Quantidade de vezes que aparece
Oficial	Duas vezes
Segundo-Tenente	Uma vez
Segundo-Sargento	Uma vez
Cabo	Uma vez

Fonte: Quadro elaborado pelo autor

Aqui são apresentados militares realizando trabalhos mais técnicos, como vistoriando máquinas, sendo professoras e manuseando documentos.

Figura 81 – Início do segmento “Conhecimento”



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2014)

É interessante notarmos que uma das atividades técnicas é realizada com o uniforme considerado masculino pelo Regulamento de Uniformes da Marinha do Brasil (RUMB).

Figura 82 – Oficial usando vestimenta considerada masculina para o RUMB



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2014)

Figura 83 – 6.4. Cinza de Verão – Suboficial/Sargento

	Identificação do Uniforme
	6.4 - CINZA DE VERÃO
	Categoria
	SO/SG
	Sexo
	FEMININO
	Composição
	BARRETAS BLUSA CINZA DE MEIA-MANGA GORRO CINZA CAMISETA BRANCA CINTO PRETO DISTINTIVOS INSÍGNIA BRAÇO INSÍGNIA GOLA INSÍGNIA DE GORRO PLAQUETA DE IDENTIFICAÇÃO SAIA CINZA MOCASSIM PRETOS DE SALTO MÉDIO
	Peças Complementares de Uso Autorizado
	AGASALHO AZUL DE FRIO BLUSÃO AZUL DE FRIO CAPA IMPERMEÁVEL JAPONA AZUL-FERRETE
	Observação
	<ul style="list-style-type: none"> - É autorizado o uso da calça feminina cinza em substituição a saia cinza - É facultado o uso de bolsa de passeio e de bolsa social - Meias pretas, quando usando calça - Mocassins pretos salto médio baixo, quando usando calça - Insígnia gola e gorro para SO - Insígnia braço para SG - É facultado o uso do sapato feminino preto salto médio. - É facultado o uso de meia social (cor da pele). - Por ocasião de Visita do Almirantado Programada e das Inspeções Administrativas Militares, a utilização do gorro cinza será obrigatória. - Em formatura a utilização do boné cinza ou gorro cinza deverá ser determinada pela OM responsável pela condução da mesma. - Quando de efetivo serviço a utilização do boné cinza é obrigatória. - O translado entre as OM deverá ser feito com a utilização do gorro cinza.

Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 84 – AD – Atividades Diversas – Oficiais/Guarda-Marinha

	Identificação do Uniforme
	AD – ATIVIDADES DIVERSAS
	Categoria
	OFICIAIS E GM
	Sexo
	MASCULINO
	Composição
	CAMISETA BRANCA GORRO CINZA INSÍGNIAS DE GORRO INSÍGNIAS DE JAPONA MACACÃO CINZA MEIAS PRETAS SAPATOS PRETOS
	Uso
	A BORDO DOS NAVIOS ATRACADOS E EM OM DE TERRA, PARA EXECUÇÃO DE SERVIÇOS DIVERSOS QUE NÃO EXIJAM A PROTEÇÃO CONTRA-CHAMA E OUTROS QUE NECESSITEM DE MACACÃO QUE NÃO OS PREVISTOS PARA SERVIÇOS ESPECÍFICOS E PARA FAÍNAS ESPECIAIS, NESTE CASO, A CRITÉRIO DO COMANDO
Observação	
<ul style="list-style-type: none"> - Para uso no macacão cinza, a fita de identificação será confeccionada em tecido branco, medindo 125 x 25 mm, contendo o nome de guerra do militar impresso em tinta preta indelével e grupo sanguíneo em tinta vermelha indelével. - O distintivo de identificação de nacionalidade deve ser fixado na manga direita, centralizada a 3,0 cm da costura do ombro. - A Bandeira do Brasil deve ser fixada na manga esquerda, centralizada a 3,0 cm da costura do ombro. - Quando o serviço recomendar, com o equipamento individual básico (EIBC) ou equipamento individual suplementar de combate (EISC). - Em OM de terra, quando o serviço recomendar, observando o estabelecido no Volume I , artigo 2.2.2. situação 12.6. - Quando em postos de vôo poderá ser usada a jaqueta para convés de vôo, a bota de convés e o gorro de convés de vôo. O blusão de sueste também poderá ser utilizado quando determinado. - A Critério do Comando, nas atividades de Inspeção Naval, poderão ser utilizados o gorro de viagem e o tênis branco. 	

Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Figura 85 – 4.1. Azul – Oficiais/Guarda-Marinha

	Identificação do Uniforme
	4.1 - AZUL
	Categoria
	OFICIAIS E GM
	Sexo
	FEMININO
	Composição
	BLUSA BRANCA DE MANGA-LONGA BONÉ FEMININO BRANCO PARA OFICIAL CINTO PRETO CONDECORAÇÕES DISTINTIVOS GRAVATA FEMININA INSÍGNIAS DE PUNHO JAQUETÃO FEMININO AZUL-FERRETE MEDALHAS SAIA AZUL-FERRETE SAPATOS FEMININOS PRETOS DE SALTO MÉDIO
	Peças Complementares de Uso Autorizado
	ALAMAR FEMININO DOURADO CAPA IMPERMEÁVEL LUVAS MARRONS SOBRETUDO
Observação	
<ul style="list-style-type: none"> - Esta autorizado o uso da calça feminina azul-ferrete em substituição à saia, devendo ser observada a padronização em desfiles e cerimônias. - É facultado o uso do mocassim preto de salto médio. -A critério do Comando a blusa branca manga longa poderá ser utilizada com insígnia passador, quando a militar não estiver fazendo uso do jaquetão, com a obrigatoriedade de utilização da gravata feminina. - É facultado o uso do prendedor de gravata, quando da utilização da blusa branca de manga longa sem jaquetão. - É facultado o uso de meia social (cor da pele). - É facultado o uso de bolsa social, somente se desarmada. <p>QUANDO ARMADA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Espada e fiador - Talim completo para oficial superior, intermediário, subalterno e guarda-marinha - Luvas marrons 	

Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

d) Equilíbrio

O segmento Equilíbrio é dividido em três partes e dura onze segundos – de 1:33 a 1:44. Nesse segmento há mais de um uniforme nas cenas.

Quadro 8 – Vestimentas do fragmento “Equilíbrio”

Vestimentas do fragmento “Equilíbrio”	
Nome da peça	Quantidade de vezes que aparece
6.6. Azul Mescla de Verão para Serviço – Cabo/Marinheiro (já ilustrado na figura 80)	Aparece duas vezes
6.4. Cinza de Verão – Suboficial/Sargento (já ilustrado na figura 83)	Aparece duas vezes
MU1 – Musicista – Suboficial/Sargento	Aparece uma vez

Fonte: Quadro elaborado pelo autor

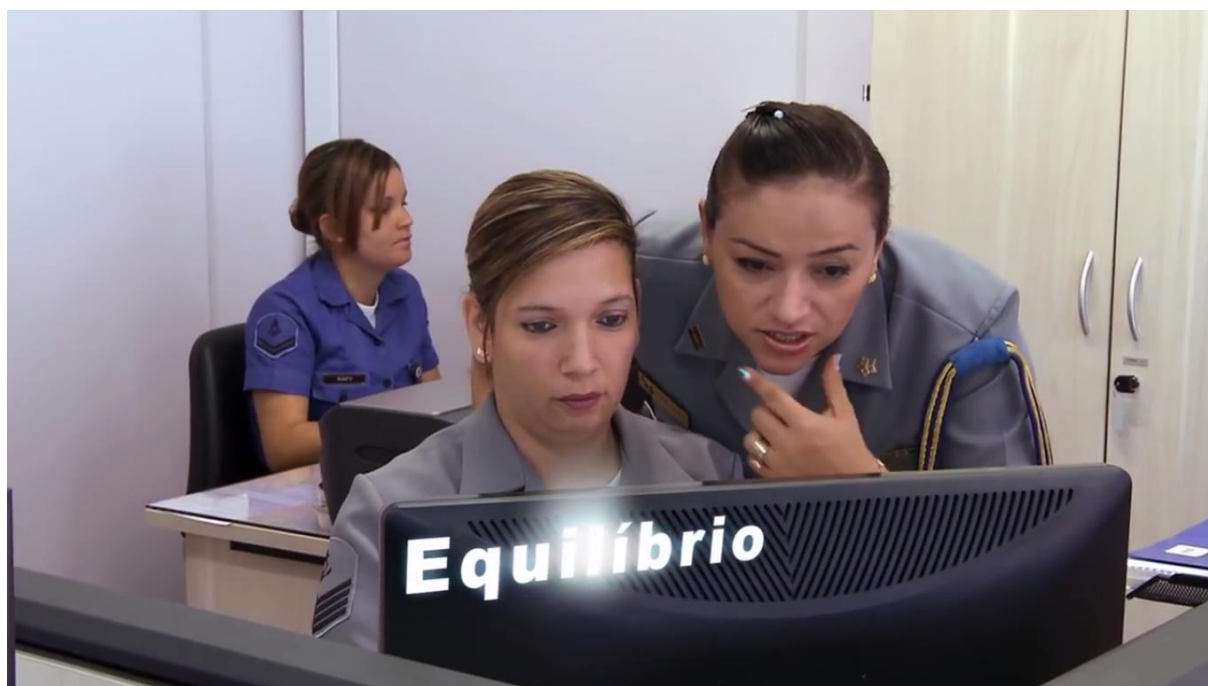
Abaixo, segue um quadro relacionado à quantidade de hierarquias presente nesse segmento do vídeo:

Quadro 9 – Hierarquia do fragmento “Equilíbrio”

Hierarquias do fragmento “Equilíbrio”	
Patente	Quantidade de vezes que aparece
Cabo	Duas vezes
Segundo-Sargento	Uma vez
Capitão-Tenente	Uma vez
Terceiro-Sargento (Fuzileiros Navais)	Uma vez

Fonte: Quadro elaborado pelo autor

Figura 86 – Início do segmento “Equilíbrio”



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2014)

Esse segmento incrementa o anterior ao apresentar mulheres militares conversando sobre algo no computador, vistoriando um equipamento eletrônico e tocando instrumentos na Orquestra da Marinha.

Figura 87 – MU1. Musicista – Suboficial/Sargento

	Identificação do Uniforme
	MU1 - MUSICISTA
	Categoria
	SO/SG
	Sexo
	FEMININO
	Composição
	GARANÇA FEMININO ESTILIZADO CAMISETA BRANCA INSIGNIA DE BRAÇO INSIGNIA DE PUNHO SAIA AZUL-FERRETE RIGOR ESTILIZADA SAPATO PRETO FEMININO DE SALTO ALTO
	Peças Complementares de Uso Autorizado
	Exclusivamente nas apresentações da Banda Sinfônica da Companhia de Bandas do Batalhão Naval
Observação	
<ul style="list-style-type: none"> - Poderá ser usado o sapato preto feminino de salto médio em substituição ao sapato preto feminino de salto alto. - Insignias de punho (para SO) - Insignias de braço (para SG) - Para Suboficial será confeccionado o dolmã correspondente, no padrão estilizado. - É facultado o uso de meia social (cor da pele). 	

Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

A partir do conteúdo verificado, infere-se que o valor Equilíbrio está associado às tarefas que exigem destreza e atenção em sua realização. O valor também está citado na visão de futuro oficial da Marinha, conforme já citado.

e) Otimismo

O segmento Otimismo é dividido em duas partes e dura oito segundos – de 1:45 a 1:52.

Quadro 10 – Vestimentas do fragmento “Otimismo”

Vestimentas do fragmento “Otimismo”	
Nome da peça	Quantidade de vezes que aparece
SS1 – Branco Interno – Oficiais e Guarda-Marinha	Aparece duas vezes (com saia e com calça)

Fonte: Quadro elaborado pelo autor

Abaixo, segue um quadro relacionado à quantidade de hierarquias presente nesse segmento do vídeo:

Quadro 11 – Hierarquia do fragmento “Otimismo”

Hierarquias do fragmento “Otimismo”	
Patente	Quantidade de vezes que aparece
Primeiro-Tenente	Duas vezes

Fonte: Quadro elaborado pelo autor

As militares nesse trecho são apresentadas realizando procedimentos médicos e odontológicos. O valor Otimismo pode estar veiculado a esses procedimentos e a cura de doenças pelas mãos das médicas militares.

Figura 88 – Início do segmento “Otimismo”



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2014)

Figura 89 – SS1. Branco Interno – Oficiais e Guarda-Marinha

	Identificação do Uniforme
	SS1 - BRANCO INTERNO
	Categoria
	OFICIAIS E GM
	Sexo
	FEMININO
	Composição
	CAMISETA BRANCA CINTO BRANCO INSÍGNIA JALECO VERMELHA JALECO BRANCO MOCASSINS BRANCOS DE SALTO MÉDIO SAIA BRANCA
	Uso
	PARA MÉDICOS, DENTISTAS E FARMACÊUTICOS, INTERNAMENTE NAS OM DA ÁREA DE SAÚDE E A BORDO DOS NAVIOS OU NA TROPA QUANDO DETERMINADO, EM LOCAIS SEM A OBRIGATORIEDADE DE ESTERILIZAÇÃO
	Observação
<ul style="list-style-type: none"> - É autorizado o uso da calça feminina branca em substituição a saia branca - Poderá ser usado o mocassim branco de salto baixo em substituição ao mocassim branco de salto médio - É facultado o uso de meia social (cor da pele). - Meia branca quando usando calça em substituição a meia social - Insígnia jaleco vermelha no peito do lado esquerdo. 	

Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

f) Futuro

O segmento que encerra o vídeo é dividido em sete partes e dura dezoito segundos – de 1:53 até 2:11 – e acompanha a seguinte legenda durante a extensão:

Em 2014, a Escola Naval, instituição de ensino superior mais antiga no Brasil, admitiu a primeira turma de aspirantes do sexo feminino (MARINHA DO BRASIL, 2014)

Nesse trecho, também aparece mais de um uniforme por excerto. Sobre as vestimentas presentes nessa parte do vídeo, segue o quadro abaixo:

Quadro 12 – Vestimentas do fragmento “Futuro”

Vestimentas do fragmento “Futuro”	
Nome da peça	Quantidade de vezes que aparece
Roupa civil	Aparece duas vezes
7.1. Esportes Terrestres – Cabo/Marinheiro (já ilustrado na figura 76)	Aparece uma vez
6.8. Bermuda – Suboficial/Sargento	Aparece uma vez
AD – Atividades diversas – Oficiais e Guarda-Marinha – Masculino (já ilustrado na figura 84)	Aparece uma vez
5.1. Branco – Oficiais/Guarda-Marinha (já ilustrado na figura 71)	Aparece três vezes

Fonte: Quadro elaborado pelo autor

Abaixo, segue um quadro relacionado à quantidade de hierarquias presente nesse segmento do vídeo:

Quadro 13 – Hierarquia do fragmento “Futuro”

Hierarquias do fragmento “Futuro”	
Patente	Quantidade de vezes que aparece
Sargento	Uma vez
Cabo/Marinheiro	Uma vez
Primeiro ano da Escola Naval	Três vezes

Fonte: Quadro elaborado pelo autor

Figura 90 – Início do segmento “Futuro” com roupas civis



Fonte: MARINHA DO BRASIL (2014)

Figura 91 – 6.8. Bermuda – Suboficial/Sargento

	Identificação do Uniforme
	6.8 - BERMUDA
	Categoria
	SO/SG
	Sexo
	FEMININO
	Composição
	BERMUDA FEMININA CINZA BLUSA CINZA DE MEIA-MANGA CAMISETA BRANCA CINTO PRETO GORRO CINZA INSÍGNIA BRAÇO INSÍGNIA GOLA INSÍGNIA GORRO MEIAS PRETAS MOCASSINS PRETOS DE SALTO BAIXO PLAQUETA DE IDENTIFICAÇÃO
	Peças Complementares de Uso Autorizado
	BLUSÃO AZUL DE FRIO CAPA IMPERMEÁVEL JAPONA AZUL-FERRETE
	Observação
	- Insígnia gola para SO - Insígnia gorro para SO - Insígnia braço para SG QUANDO DE EFETIVO SERVIÇO NO MAR: - Cinto verde-musgo para serviço; - Coldre - Poderá ser dispensado o uso da blusa cinza, neste caso, tanto no mar como no porto.

Fonte: MARINHA DO BRASIL (2012)

Já na última parte, é divulgada principalmente a entrada das primeiras aspirantes na Escola Naval em 2014. As mostrando em diversas situações como marchando e mergulhando. É interessante reparar o crescimento da trilha sonora de forma heroica a medida que chegamos ao final do vídeo.

Tanto na primeira parte (Pioneirismo) quanto nessa última (Futuro) do vídeo, são apresentados ao público dois momentos das mulheres com roupas de civil, ou seja, roupas do cotidiano, não-militares. Deixando subentendido o que vimos em Peres e Barreira (2003): no momento que as mulheres vestem seus uniformes, elas fazem parte (e são) a instituição. Aqui também é utilizada um uniforme dito como masculino no RUMB.

Os dois trechos citados trabalham explicitamente essa questão de mudança, suscitando o que Roche (2007) nos traz ao dizer que o uniforme serve de instrumento para moldar gestos e posturas. Podemos verificar essa reprodução no vídeo: nos dois casos, após reproduzir fotos de mulheres civis, é mostrado elas já de uniforme, marchando e com posturas mais sérias. Desse modo, o uniforme materializa a transição da identidade civil para a militar, como suas diferentes produções de sentido a partir da hierarquia que representam.

4.2.6. *Como o uniforme aparece na comunicação organizacional da Marinha do Brasil*

Neste item, por fim, será realizado um apanhado geral, com articulações teóricas a partir dos conceitos apresentados ao longo do trabalho. Como forma de resumir o percurso metodológico discutido anteriormente, apresento o quadro abaixo relacionando os objetivos específicos com as técnicas de pesquisa e seu respectivo corpus de análise.

Quadro 14 – Retrospectiva Metodológica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS E ANÁLISE DE DADOS		
OBJETIVO ESPECÍFICO	TÉCNICA UTILIZADA	CORPUS DE ANÁLISE
Contextualizar a presença das mulheres diante dos	Pesquisa bibliográfica e documental	Site oficial da Marinha do Brasil

<p>principais fatos históricos relacionados à Marinha do Brasil</p>		<p>Dissertação “De Roseta às Estrelas” de Lauciana Rodrigues dos Santos, 2014. Monografia “Corpo Auxiliar Feminino da Reserva da Marinha” de Hermógenes Hiron Marques Júnior, 1982 Livro “Mulheres a Bordo: 30 Anos da Mulher Militar na Marinha do Brasil” de Sheila Aragão de Andrada, 2012. Pesquisa “As mulheres nas Forças Armadas Brasileiras: A Marinha do Brasil 1980-2008” de Maria Rosa Lombardi, 2009.</p>
<p>Apresentar as diferentes hierarquias e seus respectivos uniformes na Marinha do Brasil</p>	<p>Pesquisa bibliográfica e documental</p>	<p>Regulamento de Uniformes da Marinha do Brasil Site Marinha do Brasil – Seção Tradições Navais Monografia “Corpo Auxiliar Feminino da Reserva da Marinha” de Hermógenes Hiron Marques Júnior, 1982</p>
<p>Investigar como as mulheres aparecem junto aos seus uniformes nos materiais de comunicação organizacional da Marinha do Brasil</p>	<p>Pesquisa bibliográfica, documental e análise de conteúdo</p>	<p>Análise flutuante dos seguintes sites: Site oficial da Marinha do Brasil Site do Centro de Comunicação Social da Marinha</p>

		<p>Facebook Marinha do Brasil Twitter Marinha do Brasil Canal Oficial da Marinha do Brasil no Youtube, onde constam quatro vídeos sobre a mulher na instituição:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vídeo sobre o outubro Rosa • Entrevista com a Contra-Almirante Dalva • Vídeo “Mulheres no Comando”, entrevista com a Capitão de Mar e Guerra Sandra Helena de Oliveira. • Vídeo “Mulheres na Marinha do Brasil”, analisado nesta pesquisa.
--	--	--

Fonte: Quadro elaborado pelo autor

Compreendo que o alcance dos objetivos específicos responde à questão norteadora apresentada na introdução: “Como se deu a trajetória das mulheres na Marinha do Brasil e quais as especificidades em relação aos seus uniformes? ”. A partir da pesquisa bibliográfica e documental através dos trabalhos produzido por Santos (2014), Marques Jr. (1982), Lombardi (2009) e Andrada (2012), percebo que a trajetória da mulher dentro da Marinha do Brasil é marcada pelo pioneirismo e transformações institucionais mesmo que em um pequeno espaço de tempo, até mesmo em seus uniformes.

Para começar, retorno o pensamento de identidade pós-moderna de Stuart Hall (2000), ao dizer que novas identidades surgem todo o tempo e dividem o indivíduo moderno, sendo concebida e transformada diversas vezes. Para lidar com essas inúmeras identidades, as instituições devem utilizar meios de discurso que façam o sujeito se identificar com a

organização, atingindo todas as identidades, por mais dispersas que sejam. Buscando novos significados, as instituições se tornam veículos delas mesmas.

Neste caso, a Marinha vem trabalhando desde 1980 para atingir um público ainda não privilegiado nas Forças Armadas: as mulheres. Desde o momento da decisão da inclusão até atualmente, o discurso para alcançá-las tem se modificado, porém com a mesma intenção, o recrutamento. Mesmo sendo uma tradicional instituição militar, e por isso considerada masculina, a Marinha se mostra atenta aos discursos do privado, como a busca de valorização da mulher, e o torna público através da exploração de questões inclusivas femininas.

Mesmo que a intenção inicial tenha sido de recrutamento de mão-de-obra técnica, as mulheres conquistaram seu lugar dentro da instituição, o que nos leva a Marchiori (2009) que afirma que a cultura é formada pela atuação dos grupos que estimulam a personalidade da organização, levando às transformações refletidas nesta monografia. Podemos incorporar os dois sentidos de cultura propostos por Smircich (1983): variável e metáfora. Como variável, a cultura é algo possuído pela organização advindo de uma cultura organizacional secular e como metáfora, a Marinha é a sua própria cultura.

Nesta reflexão, também é condizente o pensamento de Bauman (2005) sobre a construção da própria identidade através de uma ligação absoluta e as que são consolidadas por conjuntos de princípios. Aqui vejo a Marinha do Brasil como um ponto fronteiro entre as duas definições, afinal, a base militar como ligação absoluta continua sendo mantida através de seus princípios tradicionais. Embora Capra (2006) nos recorde que indivíduos, como sistemas vivos, são somente perturbados pelo seu entorno, e não determinados totalmente por ele. Alternativas desviantes e resistentes existem através de fendas onde as subjetividades operam.

O conceito de *imprinting* cultural, trazido por Morin (2008), é essencial no processo de transformação de novos membros da instituição. Através do caráter coercitivo, normatizador e normalizador, aspectos divergentes e advindos da sociedade civil são suprimidos, novas verdades são modeladas e uma nova teia de significados é construída no novo grupo social que o indivíduo se encontra.

O processo de feminização da Marinha do Brasil, e conseqüentemente das outras Forças Armadas, foi, antes de tudo, uma adequação às mudanças que começaram no início do século XX. E, como visto em Ferrari (2009), instituições que não se adequam a essas transformações, tornam-se menos atrativas para supostos interessados na área militar, que podem desistir de

participar do processo de alistamento por não se sentirem totalmente abarcados pelos ideais da instituição.

Para fins de ilustração e recapitulação, trago uma tabela com os eventos mais relevantes para a inclusão da mulher na Marinha do Brasil, assim como uma comparação com as outras instituições:

Quadro 15 – Eventos relevantes na cronologia da mulher na Marinha do Brasil

EVENTOS RELEVANTES NA CRONOLOGIA DA MULHER NA MARINHA DO BRASIL	
DATA	RELEVÂNCIA
1567	Início da Marinha do Brasil como instituição
1980	Criação do Corpo Auxiliar Feminino da Reserva da Marinha (CAFRAM)
1981	Ingresso da 1ª Turma de mulheres na Força Aérea Brasileira
1992	Ingresso de 29 mulheres na 1ª Turma da Escola de Administração do Exército
1997	Extinção do CAFRAM e integração das mulheres nos Corpos e Quadros da Marinha
2012	Dalva Maria Carvalho Mendes se torna a primeira Contra-Almirante da Marinha Brasileira
2014	Ingresso da primeira turma de mulheres na Escola Naval

Fonte: Quadro elaborado pelo autor

Ao adentrar uma instituição militar, nos deparamos com uma sistematização hierárquica muito bem definida, onde cada linha tem seus líderes. Utilizo aqui Baldissera (2014a), Foucault (1996) e Bourdieu (1998) que nos afirmam que tais líderes significam a cultura organizacional pela potência e poder através do saber, impondo e/ou orientando os valores da instituição.

A padronização do uniforme, para Roche (2007), molda o indivíduo e o dociliza, transformando a força do indivíduo em poder coletivo. Junto a ele, percebem-se dois princípios latentes ao seu uso: revelar o traço militar e transmitir o senso de hierarquia, como forma de consolidação do espírito institucional e promoção da harmonia.

Embora exista hierarquia, aos olhos leigos ela não é reconhecida de imediato, pois se dá principalmente através dos uniformes e sua composição de símbolos, principalmente nos ombros e punhos. A comunicação organizacional depende de tal simbologia para Marchiori (2009), pois ocorre a criação de significados e o compartilhamento de experiências no interior da instituição. Nesse processo, a partir dos parâmetros de interação surgem os significados, que estão suscetíveis a mudanças com o passar do tempo.

A indumentária também é um elemento simbólico que carrega um grupo de valores e pressupostos básicos que, para Curvello (2012), Fleury (1987) e Pagès (1987) descrevem a comunicação organizacional. Agindo como elemento comunicacional e de consenso e instrumentalização das relações hierárquicas.

Utilizando o uniforme como um atributo cultural específico, segundo Castells (2007), que se inter-relaciona com outros elementos significantes, é possível que existam certas contradições, podendo existir múltiplas identidades dentro da organização. Porém, a organização utilizada do modo de construção de identidade legitimadora de Castells (2007) para estruturar de forma precisa seus significados de forma dominante, sem que existam questionamentos.

O uniforme está presente por toda a vida militar, desde o recrutamento até a sua baixa. Para Roche (2007), todo esse processo treina o indivíduo através da disciplina do corpo e do comportamento. É através dele que se firma a relação de conspiciência proposta por Pratt e Rafaeli (1993), ou seja, o nível em que a forma de se vestir dos indivíduos da organização se diferencia do que não-membros usam. É a partir do uniforme que o indivíduo se percebe e se reconhece como parte da instituição.

A roupa característica da instituição concebe, para Pires (2008), um espaço que hospeda o corpo e de onde é determinada uma nova relação com o espaço que o rodeia. Corpo e uniforme se associam e se ressignificam através da ligação que instauram com o meio e entre si.

A moda, aqui definida como o sistema de usos ou hábitos coletivos que caracterizam o vestuário em determinado momento, para existir, segundo Simmel (1957), requer dois fatores sociais: necessidade de união e desejo de isolamento. O indivíduo deseja pertencer ao grupo e ao mesmo tempo, não quer perder a sua individualidade. Podemos fazer uma relação aqui com o pertencimento à instituição, porém sendo considerado “diferente” pela sociedade civil por ser um militar.

O principal objetivo do uniforme, para Peres e Barreira (2003) é a padronização de atitudes e comportamentos. A partir do momento em que veste o uniforme, o indivíduo não é mais reconhecido por seu nome e sim pela instituição. Através do código de vestimenta, desvantagens físicas e psicológicas podem ser ocultadas, como vimos no regulamento de cortes de cabelo, sendo permitido, se autorizado, o uso de cabelo longo para cobrir “lesão fisionômica”. A intenção dessa padronização, para os autores, é conceder à usuária confiança e dignidade para facilitar a transição de um papel para o outro (civil para militar, no caso).

É através da análise de contexto do uniforme que podemos entender aspectos importantes da História, crises e do cotidiano da organização para Coelho (1998). E isso se torna mais aparente ao percebemos que o fato de mulheres terem destaque em um vídeo específico manifesta um aspecto importante da história: a busca por igualdade de gênero. Afinal, ao mesmo tempo que a indumentária é reflexo do passado, ao mesmo tempo é retrato de progressos.

Utilizamos na análise do vídeo, conforme já dito, o conceito de roupa representada de Barthes (2009), fundamentada em sentidos transmitidos pelo sistema da moda. Também recorro a Morin e seu paradigma da complexidade (1995; 2008), ao definir que tal discurso proposto no vídeo não se limita à organização comunicada, de fala autorizada, e sim ao seu processo comunicante, que é interpretado pelo indivíduo que vai assistir o vídeo.

Em relação ao vídeo, segue abaixo a contagem final de vestimentas e patentes que aparecem durante o percurso do vídeo:

Vestimentas do vídeo Mulheres na Marinha do Brasil	
Peças que mais aparecem	Quantidade de vezes que aparece
5.1. Branco - Oficiais/Guarda-Marinha	5
6.4. Cinza de Verão - Suboficial/Sargento	5
6.6. Azul Mescla de Verão - Cabo/Marinheiro	4

Total de vestimentas que aparecem	38
-----------------------------------	----

Quadro 16 – Vestimentas do vídeo Mulheres na Marinha do Brasil

Quadro 17 – Patentes do vídeo Mulheres na Marinha do Brasil

Patentes do vídeo Mulheres na Marinha do Brasil	
Patentes que mais aparecem	Quantidade de vezes que aparece
Cabo	7
Guarda-Marinha	6
Segundo-Tenente/Oficial/Marinheiro	4
Total de patentes que aparecem	37

Fonte: Quadro elaborado pelo autor

À medida que fui analisando o vídeo, percebi que algumas patentes não foram possíveis de se identificar. Algumas funções fazem uso do mesmo conjunto de uniformes, só mudando a identificação através das insígnias. Sendo assim, levei em consideração muito mais a roupa do que efetivamente os símbolos distintivos portados pelas militares.

A ocorrência da patente de Cabo ser a que mais aparece no vídeo não ser a mesma do conjunto de uniforme é curioso de se analisar. Afinal, Cabo é uma das patentes mais baixas na escala hierárquica militar, enquanto Oficiais e Guardas-Marinhas são de uma escala mais elevada.

A partir dos dados verificados, me arrisco a inferir que houve preocupação de se apresentar mulheres diferentes, com diversas funções e diferentes patentes. Como o vídeo foi feito para um público civil e em boa parte leigo na simbologia militar, provavelmente não se tenha pensado em tantas subjetividades relacionadas aos valores apresentados no vídeo.

Para finalizar a análise, recorro a Alexandre (1995) e suas sete considerações sobre a pesquisa de inter-relação e interpretação do traje militar e a moda. Porém, uma delas não faz jus à nossa pesquisa, então será deixada de lado. Ao aplicar ao campo de comunicação e utilizando o autor como base, faço assim, minhas próprias considerações.

A vestimenta militar é perene, porém, sofre transformações e ressignificações a partir de seu desígnio inicial, com a influência de movimentos externos que acabam afetando a

organização conforme novos indivíduos são recrutados. Isso é nítido principalmente na permissão da entrada de mulheres nas Forças Armadas depois de quase quatro séculos e a partir da renovação da tropa (e da sociedade) vemos mudanças cada vez mais marcantes, como a condecoração ao posto de Contra-Almirante de Dalva Maria Carvalho Mendes

Apesar do uniforme ter uma função principal, a moda como sistema (ou até mesmo suas funcionalidades), influenciou no uniforme da Marinha do Brasil. Tal ponto pode ser verificado ao analisarmos o vídeo, onde aparecem duas peças que foram desatualizadas do regulamento: um conjunto azul claro e uma saia com botões. De acordo com o que vimos, eles foram retirados por questões de impedimento de movimentos corporais, no caso da saia, e para não ter tantas diferenças entre o guarda-roupa feminino e o masculino.

A importância da vestimenta militar como representação de valores culturais e sociais dura até hoje, se adequando aos novos movimentos (físicos e psicológicos), mas sem perder a sua essência. Podemos ilustrar esse ponto com os valores propostos pela Marinha no vídeo analisado, utilizando-se das vestimentas (mesmo sem a intenção de) para enaltecê-los.

O valor da imagem é refletido nas Forças Armadas, o que causou grande influência e impacto na passagem delas para o mundo virtual, tanto é que o uniforme está sempre em destaque para reiterar o discurso militar. Tal afirmação pode ser comprovada com uma leitura flutuante das redes sociais, em sua maioria, o militar uniformizado é exposto, quase nunca vestido como civil.

O estudo do modo em que os corpos militares se vestiram e se vestem, nos fornecem uma gama de respostas de ideais, pensamentos e preconceitos de épocas passadas. E suscitam inúmeras outras questões, principalmente sobre a nossa sociedade atual. Corte de cabelos curtos, maquiagem leve e o despreço por acessórios muito extravagantes são referências para tal alegação.

Por fim, o uniforme indica a imagem que a instituição deseja comunicar de si própria. Utilizando símbolos e signos militares para reforço ou ocultação do real. Como visto e reiterado por todo o trabalho realizado. A mitificação do ser militar toma forma ao vermos o vídeo e toda a sua edição feita para reforçar os valores militares através da mulher e suas inúmeras funções dentro da instituição.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo teve como tema a comunicação organizacional aplicada através de uniformes femininos em instituições militares. A partir da análise realizada, bem como os dados arrecadados com as pesquisas nesse trabalho, é possível conceber algumas reflexões sobre a mulher representada através da comunicação organizacional em entidades militares, principalmente na Marinha do Brasil.

Para que fosse possível construir uma base teórica coerente com os objetivos do trabalho, dividi o trabalho em duas grandes áreas: comunicação organizacional, onde conversei com a minha área de graduação, e moda, mais precisamente trabalhando uniforme e sua relação com corpo e identidade. E a partir disso, trabalhar em um estudo de caso qualitativo que abraçasse análise documental, pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo.

A Marinha do Brasil tem caráter pioneiro em relação à entrada de mulheres em seu corpo, dando valor ao fato de ser a primeira das Forças Armadas Brasileiras com uma turma feminina. Isso se comprova em sua comunicação organizacional através das redes sociais, contando com links específicos sobre o tema em seu website oficial, bem como vídeos que reforçaram e creditam a importância da mulher para a instituição.

O vídeo analisado se mostrou o material mais denso encontrado, abarcando todo o aporte teórico e metodologia, mostrando a mulher em diferentes tarefas relacionadas à valores específicos – Pioneirismo, Determinação, Conhecimento, Equilíbrio, Otimismo e Futuro. O uniforme se torna elemento central do vídeo por sua pluralidade que conversa com a diversidade de mulheres – seja em hierarquia, idade ou função.

A relevância do estudo para a formação profissional do pesquisador está no contato com uma pesquisa científica e desenvolvimento de conhecimento sobre comunicação, cultura e identidade organizacional, ligadas à área de Relações Públicas. A conexão ao campo da moda também se mostrou proveitoso para futuras atuações acadêmicas.

Porém ainda se tem muito a construir. Um dos desafios da pesquisa que verifiquei, com o andar do trabalho e a partir dos filtros de pesquisa, foi a grande ausência de trabalhos acadêmicos que analisem uniformes relacionando à área da comunicação. Espera-se que o estudo provoque e fomente novas pesquisas relativas à uniformes, instituições e a presença da mulher nesses espaços tradicionalmente vistos como masculinos.

Algumas sugestões de trabalhos seria uma pesquisa com as mulheres militares e como elas se sentem em um ambiente tradicionalmente masculino. Além disso, pesquisar e entrevistar meninas que desejam entrar na instituição e suas expectativas e visões em relação à Marinha. E finalmente, a pesquisa buscou demonstrar novas áreas de atuação e pesquisas acadêmicas dentro da comunicação.

REFERÊNCIAS

ALEXANDRE, Paulo Morais. **A Moda e o Traje Militar**. Boletim da Academia Portuguesa de Ex-Libris. 1995. Disponível: <http://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/2278/1/moda_traje_militar.pdf>.

ALMEIDA, Adilson José de. **Uniformes da guarda nacional, 1831-1852**: a indumentária na organização e funcionamento de uma associação armada. Anais do Museu Paulista. Universidade de São Paulo, ano 8, v.9, n 009. 2003. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8138/tde-21032006-153646/pt-br.php>>.

ALMEIDA, Ana Luisa de Castro. Pressupostos teórico-metodológicos para o estudo da identidade e da reputação organizacional. In.: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas**: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas / Margarida Maria Krohling Kunsch, organizadora. – São Paulo: Saraiva, 2009.

ANDRADA, Sheila Aragão de. **Mulheres a Bordo: 30 Anos da Mulher Militar na Marinha do Brasil** / Sheila Aragão de Andrada, Helena Maria Peres - Rio de Janeiro: Hmpres & Associados, 2012.

BALDISSERA, Rudimar. **Significação e comunicação na construção da imagem-conceito**. In Revista Fronteiras: estudos midiáticos:. São Leopoldo: Unisinos, 2008. Disponível em: <http://www.unisinos.br/publicacoes_cientificas/imagens/stories/pdfs_frenteiras/vol10n3/193a200_art06_baldisserapdf>.

_____. **Comunicação Organizacional na perspectiva da complexidade**. In.: Revista Organicom, v. 6, n. 10/11. São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/194>>.

_____. Comunicação, cultura e interação nas organizações. In.: MARCHIORI, Marlene. **Cultura e interação**. Marlene Marchiori (org.). São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora; Rio de Janeiro: Editora Sena Rio de Janeiro, 2014a. – (Coleção faces da cultura e da comunicação organizacional; 5)

_____. A complexidade dos processos comunicacionais e a interação nas organizações. . In.: MARCHIORI, Marlene. **Cultura e interação**. Marlene Marchiori (org.). São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora; Rio de Janeiro: Editora Sena Rio de Janeiro, 2014b. – (Coleção faces da cultura e da comunicação organizacional; 5)

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação** / Malcolm Barnard: tradução de Lúcia Olinto. - Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARRICHELLO, Eugênia Mariana da Rocha. Apontamentos em torno da visibilidade e da lógica de legitimação das instituições na sociedade midiática. In: DUARTE, Elizabeth Barros; CASTRO, Maria Lília Dias de. **Em torno das mídias**: práticas e ambiências / orgs. Elizabeth Barros Duarte e Maria Lília Dias de Castro (orgs.). – Porto Alegre: Sulina, 2008.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. – São Paulo: Edições 70, 2011.

BARROSO, Gustavo Dodt; RODRIGUES, José Wash. Uniformes do Exército Brasileiro. Rio de Janeiro, 1922. Disponível em: <<https://archive.org/details/uniformesdoexerc00rodruoft>> .

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. Tradução Ivone Castilho Benedetti. – São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009. – (Coleção Roland Barthes)

_____. **Inéditos, vol.3: imagem e moda.** Tradução Ivone Castilho Benedetti. – São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2005. – (Coleção Roland Barthes)

BAUER, Martin W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In.: **Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som: um manual prático** / Martin W. Bauer, George Gaskell (editores); tradução de Pedrinho A. Guareschi.- Petrópolis, RJ : Vozes, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi.** Rio de Janeiro: Zahar, 2005

BONADIO, Maria Cláudia. **Moda e sociabilidade: mulheres e o consumo na São Paulo dos anos 1920** / Maria Claudia Bonadio. – São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico.** Editora Bertrand Brasil. Rio de Janeiro, 1989.

_____. **A economia das trocas linguísticas: o que falar quer dizer.** 2. ed. São Paulo: Edusp, 1998

CAPRA, Fritjof. **As conexões ocultas: ciência para uma vida sustentável.** São Paulo: Cultrix, 2006.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade.** 2. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2007.

CHAVES, Norberto. **La imagen corporativa: teoría y práctica de la identificación institucional.** 3.ed. Barcelona: Gustavo Gili, 2005.

COELHO, Sérgio Veludo. **Uniformologia: O jogo da aparência e da realidade.** População e Sociedade, n.4. Portugal, 1998. Disponível em: <www.cepesepublicacoes.pt/portal/pt/obras/populacao-e-sociedade/revista-populacao-e-sociedade-no-4/uniformologia-o-jogo-da-aparencia-e-da-realidade/uniformologia-o-jogo-da-aparencia-e-da-realidade/%40%40download/file/Uniformologia.%2520O%2520jogo%2520da%2520apare%25CC%2582ncia%2520e%2520da%2520realidade.pdf+%&cd=2&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>.

CURVELLO, João José Azevedo. **Comunicação interna e cultura organizacional** / João José Azevedo Curvello. – 2. ed. rev. e atual. – Brasília : Casa das Musas, 2012. Disponível em: <<http://www.acaocomunicativa.pro.br/Livro/LivroComIntCultOrg2012-EBook.pdf>>.

DICIONÁRIO Brasileiro da Língua Portuguesa Michaelis Online. Disponível em: <http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/>

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de Castro (orgs.). **Em torno das mídias: práticas e ambiências.** Porto Alegre: Sulina, 2008.

_____. O desvendar das culturas organizacionais. In.: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação** / Jorge Duarte, Antônio Barros – organizadores. – São Paulo: Atlas, 2005.

FERRARI, Maria Aparecida. Relações públicas contemporâneas: a cultura e os valores organizacionais como fundamentos para a estratégia da comunicação. In.: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas** / Margarida Maria Krohling Kunsch, organizadora. – São Paulo: Saraiva, 2009.

FISKE, John. **Introduction to Communication Studies.** New York : Methuen & Co. Ltd, 1982

FLEURY, Maria Tereza Leme. **As pessoas na organização**. 18. ed. São Paulo: Gente, 2002.

_____. A questão das relações de trabalho na estatal. In.: **Revista de Administração**, 22(3):3-11, jul./set., São Paulo, 1987. Disponível: < http://gvpesquisa.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/arquivos/fleury_-_a_questao_das_relacoes_de_trabalho_estatais.pdf>.

FLÜGEL, J.C. **A psicologia das roupas**. Editora Mestre Jou. São Paulo, 1966.

FONSECA JR, Wilson Corrêa da. Análise do conteúdo. In.: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação** / Jorge Duarte, Antônio Barros – organizadores. – 2. ed. – 8. reimpr. - São Paulo: Atlas, 2015.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**; tradução de Raquel Ramalhete. Petrópolis, Vozes, 1987. Disponível em: < http://escolanomade.org/wp-content/downloads/foucault_vigiar_punir.pdf>.

_____. **Microfísica do poder**. 12. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1996

FREITAS, Sidineia Gomes; GARCIA, Maria José Guerra de Figueiredo . **Poder, Cultura e Comunicação Organizacional - Contribuições da Teoria Semiótica**. 2006. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0585-1.pdf>>.

GILL, Rosalind. Análise de Discurso. In.: **Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som: um manual prático** / Martin W. Bauer, George Gaskell (editores); tradução de Pedrinho A. Guareschi.- Petrópolis, RJ : Vozes, 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**, DP&A Editora, Rio de Janeiro, 2000.

IASBECK, Luiz Carlos. **Relações Públicas e Comunicação organizacional: o lugar do texto e do contexto**. In.: Revista Organicom, v. 6, n. 10/11. São Paulo, 2009. Disponível em: < <http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/192/292>>.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Content analysis: An introduction to its methodology**. Beverly Hills, CA: Sage, 1980

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento estratégico da comunicação. In.: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas** / Margarida Maria Krohling Kunsch, organizadora. – 2ª.ed. – São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009.

LAVIER, James. **A roupa e a moda: uma história concisa** / James Laver; capítulo final [por] Christina Probert; tradução Glória Maria de Mello Carvalho – São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas** / Gilles Lipovetsky; tradução Maria Lucia Machado. – São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LOMBARDI, M. R.; BRUSCHINI, C.; MERCADO, C. M. **As mulheres nas Forças Armadas brasileira: a Marinha do Brasil 1980-2008**. São Paulo: FCC, 2009.

LURIE, Alison. **A linguagem das roupas**. Tradução de Ana Luiza Dantas Borges. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MACEDO, Neusa Dias de. **Iniciação à pesquisa bibliográfica: guia do estudante para a fundamentação do trabalho de pesquisa**. 2.ed.rev. São Paulo: Unimarco: Loyola, 1996.

MANHÃES, Eduardo. Análise do discurso. In.: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação** / Jorge Duarte, Antônio Barros – organizadores. – 2. ed. – 8. reimpr. - São Paulo: Atlas, 2015.

MARCHIORI, Marlene Regina. As interconexões entre cultura organizacional e comunicação. In.: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação organizacional: linguagem, gestão e perspectivas**, volume 2. Margarida Maria Krohling Kunsch, organizadora. – São Paulo: Saraiva, 2009.

MARINHA DO BRASIL. **História Naval**. Disponível em: < <https://www.marinha.mil.br/content/historia-naval-0>>.

_____. **Tradições Navais**. Disponível em: < <https://www.marinha.mil.br/content/tradicoes-navais-0>>.

_____. **Regulamento de Uniformes (RUMB) – Vol. I**. Disponível em: <https://www.marinha.mil.br/dabm/sites/www.marinha.mil.../Rumb%20parte%201_0.pdf>.

_____. **Regulamento de Uniformes (RUMB) – Vol. II**. Disponível em: <https://www.marinha.mil.br/dabm/sites/www.marinha.mil.../Rumb%20parte%202_0.pdf>.

_____. Mulheres na Marinha do Brasil. **Youtube**. 26 de maio de 2014. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=9TyrRQVrZFM>>.

MARQUES Jr.; Hermógenes Hiron. **O Corpo Auxiliar Feminino da Reserva da Marinha**. Rio de Janeiro, 1982. Monografia. Escola de Comando e Estado-Maior do Exército. Disponível em: < <http://redebie.decex.ensino.eb.br/vinculos/00000f/00000fff.pdf> >.

MOREIRA, Sônia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In.: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação** / Jorge Duarte, Antônio Barros – organizadores. – 2. ed. – 8. reimpr. - São Paulo: Atlas, 2015.

MORIN, Edgar. **O método 4**. Tradução de Juremir Machado da Silva. 4ª ed. – Porto Alegre: Sulina, 2008.

_____. **Os meus demónios**. Publicações Europa-América. Lisboa, 1995.

NACIF, Maria Cristina Volip. **As roupas pelo avesso: cultura material e histórica social do vestuário**. 9º Colóquio de Moda. Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2013. Disponível em: < http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/ARTIGOS-DE-GT/Artigo-GT-Moda-Cultura-e-Historicidade/As-roupas-pelo-avesso-cultura-material-e-historia-social-do-vestuario.pdf >

PALOMINO, Érika. **A moda**. São Paulo: Publifolha, 2002.

PERES, Maria A. de Almeida; BARREIRA, Ieda de Alencar. Significado dos uniformes de enfermeiras nos primórdios da enfermagem moderna. Escola Anna Nery – **Revista de Enfermagem**. UFRJ, v.7 n.1 abril de 2003. P. 52-58. Disponível em: <revistaenfermagem.eean.edu.br/audiencia_pdf.asp?aid2=1116&nomeArquivo=v7n1a05.pdf>.

PAGÈS, Max (et al.). **O Poder das organizações**. Tradução Maria Cecília Pereira Tavares, Sonia Simas Favatti; revisão técnica Pedro Anibal Drago. São Paulo: Atlas, 1987.

PEREZ, Clotilde. Semiótica da marca corporativa. In.: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas** / Margarida Maria Krohling Kunsch, organizadora. – 2ª.ed. – São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2009.

PEROTTO, Evandro Renato. Olhando a marca pela sua enunciação: aproximações para uma teoria da marca contemporânea. In: **Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. Ano 4, nº 7, 2º semestre de 2007, p. 126-139. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/115>>.

PIRES, Doratéia Baduy (Org.). **Design de Moda: olhares diversos**. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2008.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RAFAELI, Anat; PRATT, Michael. Tailored Meanings: On the Meaning and Impact of Organizational Dress. **Academy of Management Review**, v. 18, 1993, p. 32 – 55. Disponível em : <<https://www.jstor.org/stable/258822>>.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

ROCHE, Daniel. **A cultura das aparências: uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII)** / Daniel Roche; tradução Assef Kfourri. – São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

SANTOS, Lauciana Rodrigues dos. **Da roseta as estrelas: um debate sobre a representação feminina na marinha brasileira** / Lauciana Rodrigues dos Santos. – Marília, 2014.

SCHEIN, Edgar H. Coming to a New Awareness of Organizational Culture. In: **Sloan Management Review**, v. 25, n. 2, p. 3 -16, inverno de 1984. Disponível em: <http://www.sietmanagement.fr/wp-content/uploads/2016/04/culture_schein.pdf>.

_____. **Cultura organizacional e liderança**. Tradução Ailton Bomfim Brandão; revisão técnica Humberto Mariotti. – São Paulo : Atlas, 2009.

_____. **Guia de sobrevivência da cultura corporativa**. 2. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2007.

SILVA, Livia Accioly Menezes da. **O uniforme enquanto elemento de reforço da identidade das organizações: o caso da 1ª Corporação Feminina da Brigada Militar do RGS**. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2014. Disponível em: <<http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/3869>>.

SIMMEL, George. Fashion. In : **The American Journal of Sociology**, Vol. 62, No. 6 (May 1957), 541-558. Disponível em: <<http://sites.middlebury.edu/individualandthesociety/files/2010/09/Simmel.fashion.pdf>>

SMIRCICH, Linda. Concepts of culture and organizational analysis. In : **Administrative Science Quarterly**, v. 28, n. 3, p.339-358, Sept.1983. Disponível em :<<http://www.jstor.org/stable/2392246>>

SOBRAL, J., Postos e Cargos Militares Portugueses. Audaces, 2008. Disponível em: <<http://audaces.blogs.sapo.pt/4784.html>>.

STASIAK, Daiana. **A comunicação organizacional sob a perspectiva da midiaticização social: Novos processos de visibilidade e interação na era da cibercultura**. Brasília, 2013

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In.: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação** / Jorge Duarte, Antônio Barros – organizadores. – 2. ed. – 8. reimpr. - São Paulo: Atlas, 2015.

SVENDSEN, Lars, 1970 -. **Moda: uma filosofia** / Lars Svendsen; tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. – Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

TAMAYO, Álvaro; GONDIM, Maria das Graças C. Escala de Valores Organizacionais. In: **Revista de Administração**, São Paulo, v. 31, n.2, p. 62-72, abr./jun. 1996. Disponível em: <200.232.30.99/download.asp?file=3102062.pdf>.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. Editora Unisinos. São Leopoldo, 2005.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2015.