
Faculdade de Tecnologia de Americana – Ministro Ralph Biasi

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM TÊXTIL E MODA

ANA CAROLINA BURGHI

**O MERCADO DA MODA COMO ALICERCE SOCIOCULTURAL FEMINISTA E
LIBERTAÇÃO FEMININA**

Faculdade de Tecnologia de Americana – Ministro Ralph Biasi

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM TÊXTIL E MODA

ANA CAROLINA BURGHI

**O MERCADO DA MODA COMO ALICERCE SOCIOCULTURAL FEMINISTA E
LIBERTAÇÃO FEMININA**

Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda, sob a orientação da Prof.^(a) Ms. Luciana Ramos de Souza.

Área de concentração: Moda

ANA CAROLINA BURGHI

**O MERCADO DA MODA COMO ALICERCE SOCIOCULTURAL FEMINISTA E
LIBERTAÇÃO FEMININA**

Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Têxtil e Moda pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/ Americana.
Área de concentração: Moda

Americana, 10 de Julho de 2020.

Banca Examinadora:

Prof. Ms. Luciana Ramos de Souza (Presidente)
Fatec Americana

Prof. Ms. Magaly Pitolli (Membro)
Fatec Americana

Prof. Dra. Maria Alice Ximenes Cruz (Membro)
Fatec Americana

AGRADECIMENTOS

Dar continuidade a esse curso foi uma batalha dura. Ao longo desses anos, explorei os conceitos de bravura e perseverança em seus níveis mais extremos, enfrentando sol e chuva, e pude alcançar mais uma meta para meu desenvolvimento pessoal e profissional.

Agradeço aos amigos queridos que estiveram ao meu lado dividindo incertezas, temores, experiências, apoios e conversas e aos professores que tive o prazer de ter aula ou apenas trocar ideias pelos corredores da faculdade nesses anos.

À minha mãe, que me deu toda a estrutura emocional necessária para finalizar essa etapa da minha vida, e ao meu namorado Allan Matozo, por tantas noites sem dormir formatando trabalhos e, em meio a súplicas e choro, me ajudando com os cálculos de Contabilidade.

Por fim, para concretizar com grandíssimo mérito, quero agradecer primordialmente a minha filha Maria Luíza, que compreendeu minha ausência tantas vezes, mas sempre foi e é o propósito da minha força e persistência durante a vida. Sem ela e a grande rede de apoio familiar que nos cerca, nada disso seria possível.

Obrigada a todos que fizeram parte da minha jornada até aqui, me dando impulso para seguir em frente.

RESUMO

Essa monografia tem como condutor fatos importantes através da luta feminista associando-se a moda, dando espaço às mulheres na luta política para conquista de direitos. Este trabalho percorre a trajetória histórica da resistência do movimento feminista, descrevendo sua multiplicidade de vertentes e alegando a moda como principal aliada para a representação do corpo feminino, fazendo-se necessária para identificar costumes, comportamentos e expressões através das décadas, sendo uma ilustração real e com grande poder para dizer mais sobre a sociedade do que muitas outras formas de expressão. E, em toda essa galeria de representações, o feminismo não poderia deixar de se ver figurado. O trabalho tende a relatar desde a dominação masculina do mercado fashion até a ascensão feminina ganhando força, rompendo as barreiras da opressão em relação as regras ditatoriais de vestimenta, sendo um evidente obstáculo na luta pela liberdade. Chanel com seu estilo icônico, quebrou paradigmas quanto a mescla do vestuário feminino e masculino, lançando um conceito totalmente revolucionário para as mulheres durante a 1ª Guerra Mundial. Através disso, as mulheres começaram a ser inseridas no mercado de trabalho, travando manifestos e exigindo direitos em prol de uma sociedade igualitária. Assim, os nomes da Moda foram surgindo e tomando conta do mercado, como Coco Chanel, Elsa Schiaparelli, Jeanne Lanvin, Madeleine Vionnet e Donatella Versace, entre outras magnificas artistas do universo luxuoso da Moda que hoje em dia são referências mundiais em diversas áreas, trazendo versatilidade e praticidade ao dia-a-dia da mulher moderna. O feminismo também alcançou um grande pilar importante, o movimento andrógino, cultivado por grandes estilistas da Alta-Costura, também contribuiu para que a visualização da feminilidade fosse encarada de forma mesclada, fazendo parte tanto do mundo feminino, quanto do masculino, alterando os traços e formas corporais, criando visuais indefinidos ao olhar do público, inclusive abrindo portas para debates de gênero e quebra de padrões estéticos.

Palavras-Chave: Feminismo; Alta-costura; Estilistas; Androgenia

ABSTRACT

This monograph is guided by important facts through the feminist struggle associating with fashion, giving space to women in the political struggle for the conquest of rights. This work goes through the historical trajectory of the resistance of the feminist movement, describing its multiplicity of strands and claiming fashion as the main ally for the representation of the female body, making it necessary to identify customs, behaviors and expressions over the decades, being a real illustration and with great power to say more about society than many other forms of expression. And, in all this gallery of representations, feminism could not fail to see itself figured. The work tends to report from the male domination of the fashion market until the female ascension gaining strength, breaking the barriers of oppression in relation to the dictatorial rules of dress, being an evident obstacle in the struggle for freedom. Chanel, with her iconic style, broke paradigms regarding the mix of women's and men's clothing, launching a totally revolutionary concept for women during the First World War. Through this, women began to be inserted in the labor market, holding manifestos and demanding rights in favor of an egalitarian society. Thus, the names of Fashion were emerging and taking over the market, such as Coco Chanel, Elsa Schiaparelli, Jeanne Lanvin, Madeleine Vionnet and Donatella Versace, among other magnificent artists from the luxurious universe of Fashion who today are world references in several areas, bringing versatility and practicality to the daily life of modern women. Feminism also reached a major important pillar, the androgynous movement, cultivated by great haute couture stylists, also contributed to the view of femininity being seen in a mixed way, being part of both the female and male worlds, changing the traits and body shapes, creating undefined visuals to the public's eye, including opening doors to gender debates and breaking aesthetic standards.

Keywords: Feminism; High fashion; Stylists; Androgenesis

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1. DEFINIÇÃO DA LINHA FEMINISTA, CONCEITUAÇÃO E HISTÓRICO.....	11
1.1 Principais Movimentos e Nomes.....	12
1.1.1 Feminismo Marxista.....	12
1.1.2 Anarcofeminismo.....	13
1.1.3 Feminismo radical transexcludente.....	13
1.1.4 Feminismo transinclusivo.....	13
1.1.5 Feminismo negro e mulherismo.....	14
1.1.6 Feminismo negro atual.....	14
1.1.7 Feminismo interseccional.....	14
1.1.8 Teoria queer.....	15
1.1.9 Feminismo trans.....	16
1.2 Linha do Tempo e Histórico.....	16
2. DOMINAÇÃO MASCULINA.....	21
2.1 A quebra de paradigmas, ascensão feminina no mundo da moda - Início da liberdade.....	29
2.1.1 Madeleine Vionnet.....	29
2.1.2 Jeanne Lanvin.....	33
2.1.3 Elsa Schiaparelli.....	36
2.1.4 Gabrielle (Coco) Chanel	39
2.1.5 Donatella Versace - Biografia, fortuna, tragédia e transformações físicas.....	41
3. EMANCIPAÇÃO FEMINISTA NOS ANOS 60.....	42
3.1 Minissaia e Empoderamento.....	42
3.2 O beijo do cinema.....	43
3.3 História do biquíni: Uma Invenção Revolucionária.....	44
3.4 1960: Primeira pílula anticoncepcional chega ao mercado.....	45
3.5 A Revolução Sexual dos anos 60.....	46
3.5.1 Leila Diniz.....	49
3.5.2 David Bowie.....	50
4. GÊNERO E MODA NO SÉC XX E XXI – ANDROGINIA, DRAG QUEEN E MODA AGÊNERA, REVISTA VOGUE.....	52

4.1 Nomes na música e na mídia que revolucionaram o mercado da moda e a expressão artística do século XX e início do século XXI.....	52
4.2 A Influência de Madonna no mundo da moda.....	52
4.3 A Influência de outras estrelas no mundo da moda.....	54
4.3.1 Cyndi Lauper e sua Influência na Moda.....	54
4.3.2 Carmen Miranda.....	54
4.3.3 Marilyn Monroe.....	54
4.3.4 Naomi Campbell.....	55
4.3.5 Gisele Bundchen.....	55
4.3.6 Winnie Harlow.....	55
4.4 Andrógino – A história do conceito e significado.....	56
4.4.1 O ser andrógino na antiguidade.....	56
4.4.2 O ser andrógino no rock.....	57
4.4.3 O ser andrógino na psicanálise.....	58
4.5 Androginia: A percepção do masculino e feminino.....	58
4.6 Drag Queen – A face LGBTQ+ inspira a nova geração.....	59
4.6.1 Drag queens: a história da arte por trás de homens vestidos de mulher.....	59
4.7 Moda Agênera.....	61
4.7.1 Moda sem gênero – marcas nacionais brasileiras.....	66
4.7.2 Moda sem gênero – marcas e nomes internacionais.....	67
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	69
REFERÊNCIAS.....	71

INTRODUÇÃO

A indumentária, desde o início dos tempos, associa-se à maneira como o Ser Humano se posiciona socialmente. Desde os primórdios, o vestuário apresenta aspectos culturais, políticos e religiosos, além de valores morais aos quais são vivenciados pelos homens.

A Moda é uma instância sociocultural que desempenha um papel significativo na modelagem de comportamento, ideologias, gostos, estilos de vida e interações sociais. A Moda, como produto sociocultural, se materializa e atualiza no processo desencadeado pelas escolhas realizadas pelo sujeito que, num movimento único, absorve suas regras e, por meio delas, também se constitui.

Analisando de maneira sutil a maneira como o ser Humano se apresenta à sociedade como indivíduo, a Moda entra com papel de manifesto e de maneira a expor suas crenças, lutas, valores pessoais e montar diante ao meio que convive a forma como quer ser tratado. Partimos, então, do pressuposto de que Moda não é apenas vestir-se, mas gerar impacto na expressão do ser humano.

O trabalho que segue é constituído com base em como a Moda foi um dos principais alicerces encontrados pelo Feminismo para reivindicar suas lutas sociais de ascensão na sociedade moderna. Com início nos anos 1930, ainda seguindo padrões de vestimenta europeus, as mulheres já lutavam por direito ao voto, tomaram seus lugares no mercado de trabalho e ganhando controle sobre seus corpos, escolhendo o momento da maternidade e do casamento. Tornavam-se independentes, conquistavam papéis de liderança, entre tantas outras portas que se abriram ao mundo feminino.

A Moda veio como base de imposição visual de suas lutas e conquistas. Até os anos 1980, esta pesquisa tem como resultado apresentar como a Moda não é apenas vestir-se, mas também é sinônimo de imposição e progressos sociais travados pela mulher durante os anos Pós Guerra, apresentando grandes nomes femininos da História através das décadas.

1. DEFINIÇÃO DA LINHA FEMINISTA, CONCEITUAÇÃO E HISTÓRICO

Segundo o Dicionário Michaelis:

Feminismo
fe·mi·nis·mo
sm

1 Movimento articulado na Europa, no século XIX, com o intuito de conquistar a equiparação dos direitos sociais e políticos de ambos os sexos, por considerar que as mulheres são intrinsecamente iguais aos homens e devem ter acesso irrestrito às mesmas oportunidades destes. (O movimento pressupunha, já de início, uma condição fundamental de desigualdade, tanto em termos de dominação masculina, ou patriarcado, quanto de desigualdade de gênero e dos efeitos sociais decorrentes da diferença sexual.)

O Feminismo atua em suas lutas há mais de 200 anos sendo marcado por várias conquistas e lutas históricas. Em um sentido mais amplo, as batalhas contra o patriarcado iam além de apenas diretos femininos, incluindo vertentes raciais, capitalistas, heteronormativas, diretos LGBTQ+ e sociais.

Por séculos, mulheres têm falado publicamente sobre desigualdades enfrentadas por causa do seu sexo, mas o termo “feminismo” surgiu apenas em 1837, pelo francês Charles Fourier. A palavra foi usada na Grã-Bretanha e nos Estados Unidos para descrever um movimento que objetivava conquistar igualdade social, econômica, entre sexos, ir contra o sexismo e a opressão às mulheres pelos homens. Há várias vertentes feministas pelo mundo com diferentes objetivos e lutas. O desenrolar de seus conceitos tem moldado a sociedade desde sua concepção e destaca-se sendo um dos movimentos mais importantes do nosso tempo (SANTIN, 2019).

Sociólogos caracterizam três “ondas” principais do feminismo, sendo cada uma responsável por catalizadores específicos, embora não sejam ligadas primordialmente a objetivos específicos. A primeira onda foi aplicada nos Estados Unidos e na Europa em meados do século XIX, tendo princípios libertários que impulsionaram a abolição da escravidão. As primeiras feministas (em sua maioria brancas, classe média e com acesso à educação), exigiam direito ao voto, acesso igualitário à educação e direitos iguais no casamento. Essa onda vai até cerca de 1920, quando o direito ao voto já havia sido conquistado em grande parte dos países ocidentais pelas mulheres (MARTINS, 2018).

A segunda onda começou a surgir por volta dos anos 1960 logo após o período da Segunda Guerra Mundial. As mulheres perceberam que os direitos conquistados

durante a primeira onda não geraram nenhuma melhoria em suas vidas cotidianas então voltaram seus esforços à redução da desigualdade em áreas que iam do local de trabalho à família, para falar abertamente sobre normas sexuais. Esta onda ficou conhecida como o “Movimento de Libertação das Mulheres”. Mulheres tinham em suas mãos o controle de natalidade, lutavam pelo direito ao aborto legal e denunciavam agressões físicas em várias instâncias. A segunda onda enfraqueceu durante os anos 1980, por conta do sectarismo e do clima político conservador em ascensão. Mas nessa época o feminismo negro (conhecido também por “mulherismo”) começou a emergir e a ideia de interseccionalidade – um reconhecimento de múltiplas barreiras encaradas pelas mulheres negras, que o feminismo, dominado por mulheres brancas de classe média, deixara de abordar. O conceito foi apresentado por Kimberlé Crenshaw em 1989 e reverberou não só nos Estados Unidos e Reino Unido, como também em todos os países que já haviam sido colônia (MARTINS, 2018).

A terceira onda, verbalizada por Rebecca Walker, que reagiu à libertação de um suposto estuprador em 1990, sugeria que as mulheres precisavam combater correntes diversas e conflitantes, como a corrente raunch (comportamento abertamente sexual) e liberdade sexual, incluindo mulheres trans no movimento e se o feminismo podia ser alcançado em uma sociedade capitalista. A troca desses novos conceitos foi muito divulgada com a ajuda das mídias sociais e blogueiras feministas que davam voz em grande escala ao movimento do novo milênio. Questões como assédio sexual no local de trabalho e desigualdade salarial entre gêneros são temas discutidos até a atualidade que tornam o feminismo essencial para a sociedade moderna (MARTINS, 2018).

1.1 Principais Movimentos e Nomes

Entre as vertentes feministas criadas para abranger diversos objetivos diferentes, podemos citar as principais.

1.1.1 Feminismo Marxista

O feminismo marxista, que busca emancipação das mulheres através do desmantelamento do sistema capitalista.

1.1.2 Anarcofeminismo

O anarcofeminismo que, segundo Emma Goldman, prometia trazer liberdade e igualdade, ou seja, não apenas combater as relações de exploração entre chefes e empregados, ou entre governos, os militares e a população civil, mas desafiar a submissão que um patriarcado capitalista havia historicamente imposto às mulheres (FONSECA, 2017).

O anarcofeminismo tem como base os ideais dos movimentos operários do final do século XIX e do século XX. Criado por Shulamith Firestone e Ellen Willis em 1969, o Redstockings, ou “Meias Vermelhas” (nome que indicava simpatia pela extrema esquerda e pelo feminismo), o movimento feminista radical surgiu incluindo grupos como a W.I.T.C.H (do inglês Conspiração Internacional das Infernais Mulheres Terroristas), que objetivava acabar com a opressão às mulheres reivindicando sua soberania sobre o próprio corpo e pondo em prática uma mudança social radical (FONSECA, 2017).

1.1.3 Feminismo radical transexcludente

O Feminismo Radical Transexcludente assume um discurso violento sobre a transexualidade, colocando-a como “nociva” para as lutas das mulheres feministas. Do ponto de vista de Germaine Greer, uma das participantes mais eloquentes dessa vertente feminista, alguém que nasce com uma genitália masculina é, e sempre será, apenas um homem (RODRIGUES, 2019).

1.1.4 Feminismo transinclusivo

Em contra partida, o movimento Transinclusivo surge com o questionamento de que um feminismo que endossa a exclusão de minorias marginalizadas merece ser chamado de feminismo, e que atitudes desumanas contra a transexualidade contribui para a alta taxa de assassinatos a mulheres trans (RODRIGUES, 2019).

1.1.5 Feminismo negro e mulherismo

Mulheres negras precisam de sua própria forma de feminismo, que observa a opressão baseada na raça e na classe social, este é denominado por Alice Walker (1944) de Mulherismo, em seu livro *In Search of our Mother's Gardens: Womanist Prose* (1983). O Mulherismo, segundo Walker, leva em consideração a vida das mulheres negras como um todo. Sua sexualidade, família, classe social e condição financeira, cultura, mitologia, folclore, tradições orais e espiritualidade. O mulherismo pretende abranger a vida das mulheres negras como um todo, enfatizando suas estratégias criadas para lidar com múltiplas opressões. Tanto mulheres quanto homens eram afetados pelo racismo. Com a crença de que sexismo e racismo não deveriam ser combatidos separadamente, o feminismo negro buscou ressaltar desigualdades em relação às mulheres negras em ambas as áreas. Em 1980, muitos grupos feministas negros se dissolveram, e o mulherismo é debatido de maneira histórica (RODRIGUES, 2019).

1.1.6 Feminismo negro atual

Em 2013, o grupo Vidas Negras Importam foi criado nos EUA com intenção de intervir sempre que a violência, pelo Estado ou pela milícia, afeta pessoas negras. O grupo foi criado por três mulheres negras – Alicia Garza, Patrisse Cullors e Opal Tometti. Desde então, o Vidas Negras Importam se tornou um novo movimento pelos direitos civis com uma rede global de ativistas e seguidores. A escritora afro-americana, ativista dos direitos civis e feminista, Audre Lorde, ressalva em um discurso na Associação Nacional de Estudos da Mulher, que o movimento feminista não lida com debates racistas, e insiste que o racismo deve ser combatido apenas por mulheres negras, e não pelo movimento como um todo (RODRIGUES, 2019).

1.1.7 Feminismo interseccional

O termo interseccionalidade, foi usado pela primeira vez em 1989, pela professora de Direito norte-americana e crítica teórica de raça Kimberlé Crenshaw, e definido em seu ensaio “Mapeando as margens” (1991) em três principais tipos:

estrutural, política e representativa. A estrutural se refere às formas como a opressão sofrida por mulheres negras é fundamentalmente diferente da experimentada por mulheres brancas. A política aborda o impacto específico que as leis e políticas públicas têm sobre as mulheres negras, mesmo quando pensadas por razões feministas ou antirracistas. A representativa descreve como as mulheres negras são representadas na cultura popular e como isso as afeta na vida cotidiana. Ou seja, quando se fala da multiplicidade da opressão – racismo, sexismo, preconceito de classe – deve-se ter cautela e entender como a opressão de classe é racializada, como o racismo é visto a partir do gênero, e assim por diante, mantendo sempre o foco individual a cada segmento opressivo (HOOKS, 2015).

Atualmente, a interseccionalidade pode ser definida quando Donald Trump, eleito em 2016 presidente dos EUA, teve 52% de eleitoras brancas, enquanto 96% de mulheres negras votaram em Hillary Clinton – o que reaviva o debate sobre a falta de preocupação da mulher branca com justiça racial. Atualmente, a interseccionalidade é amplamente considerada como uma parte essencial da escrita feminista inclusiva e inovadora do século XXI e continua a impulsionar o ativismo na longa marcha em direção a justiça. “Enquanto as mulheres estiverem usando poder de classe ou de raça para dominar outras mulheres, a irmandade feminista não pode existir plenamente” (HOOKS, 2015).

1.1.8 Teoria queer

Em 1976, Michel Foucault, escreveu *A história da sexualidade volume I*, ponto de partida intelectual para os estudos queer. No livro, Foucault argumenta que a sexualidade é realmente construída pela sociedade, em vez de ser um fato biológico. A teoria queer emergiu da fusão da teoria feminista com o pós-estruturalismo e com estudos sobre lésbicas e gays, e foi desenvolvida para questionar a ideologia que coloca a heterossexualidade como superior, ao mesmo tempo em que estigmatiza o desejo pelo mesmo sexo. A teoria queer foi desenvolvida como uma crítica à política de identidade. Teóricos queer tem procurado desestabilizar categorias de identidade fixa, porque muitas vezes se tornam limitadoras (RODRIGUES, 2019).

1.1.9 Feminismo trans

As feministas transgênero lutam não só pelo direito de ter seus gêneros, nomes e pronomes tratados com respeito, mas também pela garantia de segurança dentro da sociedade que são abertamente hostis e violentas em relação a elas. Além desses objetivos, feministas trans buscam enriquecer e aprofundar o feminismo com suas percepções de mulheres transsexuais e levar percepções feministas sobre gênero, sexualidade e poder para outras pessoas trans. Feministas cisgênero e mulheres trans podem ajudar umas às outras e combater ataques e agressões. Todas as mulheres são diferentes, mas suas experiências se sobrepõem (LANZ, 2014).

1.2 Linha do Tempo e Histórico

Grandes marcos das conquistas feministas começaram a surgir em 1771, quando foi publicada a “Declaração dos Direitos das Mulheres”, o primeiro documento da Revolução Francesa a mencionar jurídica entre mulheres e homens. Porém a declaração foi rejeitada e permaneceu em completo esquecimento até 1986, quando foi publicada por Benoîte Groult. Em 1792, A escritora e filósofa inglesa Mary Wolstonecraft sintetizou a obra “A reivindicação dos Direitos da Mulher”, que defendia que por natureza mulheres não eram inferiores aos homens, apenas eram tinham defasagens por falta de acesso à educação e por isso precisavam ser inclusas em instituições de ensino. No Brasil, em 1832, Nísia Floresta publica “Direitos das mulheres e injustiça dos homens”, que foi o grande fundador do Feminismo brasileiro (TELES, 1993).

A obra aborda a capacidade das mulheres de assumirem os mesmos cargos de liderança que os homens. Nísia foi a primeira mulher brasileira a comentar e denunciar o mito de superioridade dos homens e caracterizar a inteligência e eficiência feminina publicamente. Em 1848, a feminista e ativista abolicionista Lucrecia Coffin e Elizabeth Cady Stanton publicaram em Convenção nos EUA o documento “Declaração de Sentimentos”, o qual ficou famoso pela afirmação de que homens e mulheres eram seres iguais. Josefina Álvares foi uma das primeiras mulheres a defender o voto feminino e a cidadania, conseguindo, em 1878, encenar sua peça O voto feminino no Teatro Recreio, posteriormente transformando-a em livro (TELES, 1993).

No Brasil, em 1827, as mulheres brasileiras ganham o direito de frequentarem colégios e irem além do ensino básico e em 1879, por meio Decreto nº 7.247, de 19 de Abril de 1879, as mulheres são autorizadas a cursar o Ensino Superior e em 1893, na Nova Zelândia, as mulheres ganham direito ao voto e é a primeira vez em que esse direito é conquistado pelas um mulheres em qualquer lugar do mundo. Já em 1907, Clara Zetkin fez a proposta de criação de um Dia Internacional da Mulher, aprovada em 1910 na II Conferência Internacional de Mulheres. Para ela, era importante estipular uma ação internacional pela emancipação das proletárias e pelo sufrágio universal (MOTTA, 2014).

Em 1909, a Maison Lanvin foi oficialmente fundada por Jeanne-Marie Lanvin fazendo parte inclusive do *Chambre Syndicale de la Haute Couture* (Sindicato da Alta-Costura). Em 1912 a grife Vionnet é fundada por Madeleine Vionnet, mas esteve em um período letárgico desde 1939, com o início da Segunda Guerra Mundial (SALES, 2018).

No período da Primeira Guerra Mundial, em 1914, é a primeira vez que o mundo via as mulheres de forma significativa com uma postura mais ativa perante a sociedade. Com a ida dos homens para o campo de batalha, as mulheres tiveram a necessidade de assumir cargos, maneiras, vestuários e costumes masculinos para enfrentar o mercado de trabalho e suprir a falta de recursos dentro do lar. A apropriação do guarda-roupa feminino era um reflexo dessas mudanças. Alguns exemplos são a calça comprida, o sapato pesado, o funcionalismo das roupas com abotoamento frontal e o uso do cinto de maneira aparente. Mas os traços feministas no mundo da Moda não pararam por aí (ISTOE, 2018).

No Pós-Guerra, as mulheres começaram a tentar igualar suas silhetas às dos homens, com quadris e seios achatados e cabelos curtos. Esse estilo foi denominado La Garçonne, uma referência ao grande sucesso literário homônimo do escritor francês Victor Margueritte. A obra, lançada em 1922, tem como protagonista uma mulher de atitude bastante liberal para a época, que estudava, trabalhava, se envolvia afetivamente com ambos os sexos e teve até um filho ilegítimo de um amante. Também nos anos 1920, Coco Chanel começava a construir seu império com atitudes feministas libertárias e apossando-se de peças masculinas para compor suas criações (ISTOE, 2018).

A Conferência do Conselho Feminino da Organização Internacional do Trabalho (OIT) aprovou em 1919, a resolução de salário igual para homens e mulheres que desempenhem a mesma função. Apesar disso, até hoje as mulheres tendem a ganhar menos. "Virgindade inútil – novela de uma revoltada" é publicado no Brasil. Obra polêmica que pretendia discutir a exploração sexual e trabalhista da mulher e provocou intenso debate e muita crítica entre os contemporâneos. Ercília Nogueira Cobra publicou ainda Virgindade anti-higiênica – Preconceitos e convenções hipócritas (1924) e Virgindade inútil e anti-higiênica – novela libelística contra a sensualidade egoísta dos homens (1931), tendo sido detida várias vezes pelo Estado Novo, chegando a ser presa por suas ideias (NASSIF, 2015).

Amélia Beviláqua se candidatou à Academia Brasileira de Letras, mas sua candidatura foi barrada por alegação de que o estatuto só era aberto para brasileiros, o que foi entendido como restrição ao gênero masculino. Em 1929, Enza Schiaparelli abre sua primeira *Maison*. Em 1932, o voto feminino é regulamentado no Brasil pelo Novo Código Eleitoral. Mulheres solteiras, viúvas e casadas (com permissão do marido) poderiam votar. Dois anos depois, quando o Código foi consolidado, essas restrições foram removidas e qualquer mulher, independente do gênero, estado civil, origem ou renda, passou a ter o direito total ao voto. Em 1933, Schiaparelli introduziu a chamada manga pagode, influenciada pela moda egípcia, e os ombros largos que caracterizariam a moda até o chamado *New Look* (FANINI, 2010).

Durante a Segunda Guerra Mundial, entre 1939 e 1945, novamente por questões circunstanciais, a mulher deu outros passos emancipatórios. A moda privilegiava o uso de duas peças, o vestido chemisier, cabelos presos, sapatos masculinizados, bolsas a tiracolo e paletós com bolsos chapados e lapela à semelhança dos masculinos. Com o fim da guerra, houve a volta da feminilidade (pense no *New Look*, de Dior), que predominou nos anos 1950. Durante a Segunda Guerra Mundial, entre 1939 e 1945, novamente a mulher deu outros passos emancipatórios, algo que invariavelmente a direcionava para o universo masculino tanto no guarda-roupa quanto no comportamento (NASSIF, 2015).

A moda prioriza o uso de duas peças, o vestido chemisier, cabelos presos, sapatos masculinizados, bolsas a tiracolo e paletós com bolsos chapados e lapela à semelhança dos masculinos. Com o fim da guerra, houve a volta da feminilidade (*New Look*, de Dior), que predominou nos anos 1950. Na década de 1960, a terceira onda

do feminismo surge, trazendo a pílula anticoncepcional oral e os primeiros rascunhos sobre ideias de parto humanizado começam a surgir através da ativista britânica Sheila Kitzinger e, segundo ela em *A experiência de dar à luz*, o parto deve ser uma experiência empoderadora e não um processo altamente medicalizado ditado por profissionais homens (SALES, 2018).

O advento da pílula anticoncepcional permitiu uma libertação dos comportamentos sexuais antes restritos à monogamia e às relações matrimoniais. Paralelamente, o meio intelectual também passou a se voltar para a essa questão com a difusão de livros de autoras que se interessavam em desconstruir o papel da mulher na sociedade. Entre outras obras, podemos destacar “O Segundo Sexo” de Simone Beauvoir e “A mística do feminino” de Betty Friedan. Em 1969, um grupo feminista radical chamado Redstockings surge em Nova York, e interrompe uma audiência legislativa sobre o aborto que incluía catorze homens e uma freira católica. Também nesta década, as mulheres aderem às minissaias e deixam de lado as saias abaixo dos joelhos e os looks em geral passam a ser unissex, deixando a moda de gênero de lado. As mulheres começaram a exibir seus corpos em trajes de banho com *hot pants* e tops tomara que caia. O estilo hippie é o mais cobiçado da época. Entre as décadas de 1960 e 1970 o feminismo havia se consolidado enquanto movimento político integrado a muitas outras bandeiras de lutas civis e minoritárias (SOUSA, 2018).

Ainda nos anos 70, a lei do Divórcio é aprovada, reivindicação antiga do movimento feminista. Leila Diniz é a primeira mulher grávida a usar biquini na praia, chocando a sociedade e, em 1985, foi criada a primeira delegacia da mulher. Quase dez anos depois, a Lei 11.340, mais conhecida como Lei Maria da Penha, aumentou o rigor nas punições para violência doméstica ou familiar. Respondendo às reivindicações do Seminário Mulher e Política, realizado em São Paulo em 1984, liderado por feministas, entre elas, Ruth Escobar, é criado, em 1985, o Conselho Nacional dos Direitos da Mulher–CNDM. Foi a primeira experiência de institucionalização das reivindicações dos movimentos feministas no Brasil (SOUSA, 2018).

Já em 1990, inicia-se a terceira onda do feminismo, e representa uma redefinição das estratégias da fase anterior e é fortemente marcada por uma concepção pós-estruturalista, refletindo claramente abordagens micropolíticas

preocupadas em responder o que é e o que não é bom para cada mulher. Foi inserido uma nova maneira de militância, o cyberfeminismo. Foi cunhado simultaneamente pela teórica cultural britânica Sadie Plant e pelo coletivo artístico australiano VNS Matrix em 1991, durante a ascensão da cybercultura. O movimento Riot Grrrl surge em 1991, no estado de Washington, nos EUA, para combater o sexismo no cenário da música punk, e em 1993, a mutilação genital feminina é declamada pelas Nações Unidas como uma forma de violência contra a mulher. Em 1997, a feminista afro-americana Loretta Ross ajuda a fundar o SisterSong para ajudar mulheres negras a exigir direitos iguais em autonomia sexual e justiça reprodutiva (SOUSA, 2018).

Em 1997, a ativista japonesa Emi Koyama populariza o termo “feminismo trans” em seu ensaio “O manifesto transfeminista”. Em 2002, o Código Civil brasileiro extinguiu o artigo que permitia que um homem solicitasse a anulação do seu casamento caso descobrisse que a esposa não era virgem antes do matrimônio. No ano de 2006, é sancionada a lei Maria da Penha. No Brasil, Dilma Rousseff é eleita a primeira mulher eleita para presidente do país. Em 2015 é aprovada a Lei nº 13.104 que tratava o feminicídio como um crime de homicídio. 2018, a importunação sexual feminina passou a ser considerada crime (NASCIMENTO, 2016).

Mesmo depois de tantas conquistas históricas para as mulheres, muito ainda há de ser feito dentro do movimento feminista em função da liberdade feminina. Ainda hoje, de acordo com dados levantados pela OXFAM, as mulheres estão à frente de mais de 75% do trabalho não remunerado do mundo e atualmente, 42% das mulheres em idade ativa estão fora do mercado formal. Entre os homens, este índice é de 6% (GONZALES, 2020).

Eu acho que a força que nós tanto sonhamos e construímos no cotidiano vem puxada pelas mulheres. Nós sabemos que, apesar de estarmos em maior número, o tempo todo a nossa capacidade, a nossa remuneração, as nossas conquistas são diminuídas. A partir do debate de que a gente quer construir uma outra sociedade, essa outra sociedade tem que estar ancorada a partir da luta das mulheres. Ela encontra na luta das mulheres um solo fértil. Isso traz para mim um sentimento de muita esperança, porque eu acho que a mudança vem das mulheres (LACERDA, 2020).

Colaboradora do jornal online Brasil de Fato e militante da Frente Brasil Popular, a ritmista Lorena Lemos fez recentemente uma análise sobre como as mulheres têm travado as principais batalhas da oposição. Ela usa o carnaval de rua de Belo Horizonte como um micro-universo que reflete um movimento global (LACERDA, 2020).

2. DOMINAÇÃO MASCULINA

Por décadas, o sexo masculino dominou a Moda, já que o mercado de trabalho era exclusivamente masculino. Antes das transformações da concepção social e de gênero, grandes estilistas enriqueciam na alta costura internacional, e competiam profissionalmente entre si. Homens, em sua maioria europeus, influenciaram e marcaram a história da moda, se destacando por seus impérios. Alguns deles são: Cristóbal Balenciaga, da Espanha, Paul Poiret, Christian Dior, Yves Saint Laurent e Humbert de Givenchy, da França, Giorgio Armani, da Itália. (CARVALHO, 2009)

Um grande marco para a Moda, foi trazido por Paul Poiret, que propôs em suas criações peças femininas sem o uso de espartilhos, como vestidos e camisas soltos. Utilizava cores vibrantes e drapeados, e além disso inseriu no mercado produtos de sua marca que iam além de vestimentas, como perfumes, cosméticos e objetos de decoração, sendo, portanto, um artista e estilista revolucionário para época e influenciou o caminho que a moda seguiria a partir dele (CHAGAS, 2007).

Poiret inaugurou seu primeiro ateliê em 1903, contudo, já havia começado seu portfólio de croquis, enquanto trabalhava em uma fábrica de guarda-chuvas, nos anos 1890. Jacques Doucet, o convidou para ser seu aprendiz de costura em 1898, trabalho que o permitiu desenvolver e aperfeiçoar técnicas, e lhe trouxe a oportunidade de vestir a atriz, muito famosa em sua época, Sarah Bernhardt. Três anos mais tarde, ele foi trabalhar para Charles Frederick Worth. Em 1944, veio a falecer (CHAGAS, 2007).

Cristóbal Balenciaga, nasceu na Espanha, foi apadrinhado pela Marquesa de Casa Torres aos 12 anos, sendo apresentado à alta costura já nessa idade. Em 1918 formou-se em alfaiate e abriu seu primeiro ateliê, na cidade de San Sebastian. Com o passar dos anos, seu trabalho se destacava cada vez mais, abriu mais duas lojas em Madri e Barcelona, onde exclusivamente atendia a Família Real e a alta corte do país (GARCIA, 2016).

Em detrimento a Guerra Civil Espanhola deixa o país refugiado, no ano de 1936. Passou por Londres e estabeleceu-se em Paris, França. Fez sua imagem como sendo contrário a muitas entrevistas e mantendo uma postura reservada. Em 1937, abriu a Casa Balenciaga, na Avenida V, número 10, em Paris. Seu estilo único foi reconhecido por seus concorrentes, que enalteciam seu trabalho. Coco Chanel e

Christian Dior sempre deixaram claro sua admiração por Balenciaga, que sem medo, tornava seus audaciosos e elaborados cortes em obras de arte (GARCIA, 2016).

Ao fim da 2ª Guerra Mundial consolidou oficialmente sua marca, e virou um estilista original e reconhecido. Em 1951, Balenciaga revolucionou novamente a silhueta feminina, alargando os ombros e removendo as cinturas de suas criações. Em 1956, o estilista posicionou seus desfiles para que acontecessem após as maratonas oficiais de desfiles, e assim destacava seu trabalho, não precisando dividir a mídia com outras marcas e rivais. Destacou-se nos principais magazines, como Vogue e Harper's Bazaar, ganhando capas e exclusividade em seu conteúdo. Apenas a Vogue tinha autorização para produzir fotos de seus desfiles, e estas eram previamente selecionadas por Balenciaga. Em 1960, com a chegada do Prêt-à-porter, o estilista teve a queda de sua marca, então aposentou-se e faleceu em 1972. Em 1977, a marca voltou para o rol do luxo e resiste até hoje. O francês Nicolas Ghesquière deu à marca a modernidade que o novo mercado exigia. Em 2001, foi comprada pelo grupo Gucci e a Balenciaga label abriu lojas pelo mundo todo (GARCIA, 2016).

Christian Dior devolveu ao mundo da moda pós guerra a extravagância e feminilidade extrema.

Nós saímos de uma época de guerra, de uniformes, de mulheres-soldados, de ombros quadrados e estruturas de boxeador. Eu desenho *femmes-fleurs*, de ombros doces, bustos suaves, cinturas marcadas e saias que explodem em volumes e camadas. Quero construir meus vestidos, moldá-los sobre as curvas do corpo. A própria mulher definirá o contorno e o estilo (DIOR, s/d).

O estilista, nascido em 1905, em Granville, na França, foi enviado a Paris por seu pai para estudar Relações Internacionais, com objetivo de gerir a carreira diplomática. No entanto, em 1927, abriu uma galeria de artes, em sociedade com Jacques Bonjean. Em 1935, Dior começou a desenhar croquis para a seção de alta costura do jornal parisiense "Figaro Illustre". Vendeu seus desenhos e croquis para várias Maisons da alta costura francesa, e em 1938 começou a trabalhar como assistente do estilista suíço Robert Piquet. Em 1939, Dior foi convocado para servir na Segunda Guerra. Dois anos depois, fez parte da equipe da Maison de Licien Lelong, e entre 1941 e 1946 criou coleções com a colaboração de Pierre Balmain (GARCIA, 2016).

Em 1946, com a ajuda do empresário do ramo têxtil, Marcel Boussac, fundou sua Maison, na Avenida Montaigne, número 30, em Paris. Em 1947, lançou sua

primeira coleção cheia de extravagância e elegância. Carmen Snow, redatora da Magazine Harper's Bazaar, exclamou "*This is a new look!*". E a coleção, anteriormente nomeada "*Ligne Corolle*", foi batizada e conhecida como *New Look*. A silhueta feminina passou por mudanças, agora apresentada com cinturas bem marcadas, saias amplas e traços finos, sofisticados, delicados e luxuosos. O exagero no uso de tecido era parte da marca Dior. O modelo "Tailleur Bar" (casaquinho de seda com cintura marcada e ombros naturais, acompanhado por saia na altura do tornozelo, plissada e ampla), acompanhado por sapato de salto alto, chapéu e luvas, se tornou um grande símbolo de Christian Dior. A marca Christian Dior abriu sucursais de luxo em diversos países. Dominou o mercado da Moda e Alta-Costura, e vestiu muitas mulheres famosas, entre elas, as atrizes Brigitte Bardot e Marlene Dietrich, a cantora Edith Piaf e a Princesa Grace de Mônaco. Em 1957, seu império possuía 28 ateliês e 1.200 empregados (RICHARDS, 2019).

Christian Dior faleceu em 1957, e após sua morte, outros estilistas assumiram a direção criativa da grife. O primeiro foi Yves Saint-Laurent, que causou controvérsia por ter criado peças fora do já tradicional estilo de Dior, como jaquetas de couro preto e vestidos curtos. Em 1960, Saint-Laurent, teve de lutar na Guerra da Argélia, e quando retornou a Paris, escolheu abrir sua própria empresa. Então, Marc Bohan, estilista francês experiente, assume a marca. No ano de 1989, o novo nome da Christian Dior passou a ser Gianfranco Ferré, ganhando em sua primeira coleção o prêmio "Dedal de Ouro". Seu estilo permaneceu até 1997, quando o inglês John Galliano assumiu, como o atual designer da Dior. A partir de 1984 a marca passou a ser administrada pelo grupo LVMH (Môet-Hennessy Louis Vuitton). (GARCIA, 2016).

Giorgio Armani, conhecido como o "Imperador de Milão", nasceu em 1934, na cidade de Piacenza, Itália. Frequentou a faculdade de medicina, porém em 1957, aos vinte anos abandonou a faculdade e passou a trabalhar como vitrinista e depois se tornar comprador de moda masculina na renomada loja de departamentos La Rinascente, localizada na cidade de Milão. Sua irmã mais nova, a bela Rosanna, que trabalhava como modelo, o introduziu no restrito círculo da moda italiana da época, e a partir daí seu currículo ganhou conteúdo graças a trabalhos como assistente de Nino Cerruti no Hitman, trabalhando por nove anos. Em 1970, dá início a sua carreira independente como estilista *freelance*, encorajado por seu grande amigo Sergio

Galeotti, trabalhando para inúmeras grifes famosas, como a Emanuel Ungaro (CASUAL, 2020).

Anos depois Armani lança sua própria marca, em parceria com seu amigo Sergio Galeotti. Em 24 de julho de 1975, apresentou sua primeira coleção. Ficou conhecido como *“The King of Jackets”* depois de lançar sua coleção masculina, na qual ele desconstruiu o clássico terno e criou versões com novos cortes, tecidos e caimentos. Até hoje, seus ternos são símbolo de elegância, sensualidade e sofisticação. Um ano depois da primeira coleção, Armani decidiu criar para o vestuário feminino. Ele aprimora o conceito de uniformidade de corte e tecido e a ideia unissex: o guarda-roupa do homem presenteia a mulher com rigor e a simplicidade e toma emprestado dela a suavidade e a leveza da linha. Dessa troca nascem a mulher andrógina e o dândi urbano (dândi urbano é o que mescla conceitos da alfaiataria com a moda de rua, oferecendo ao homem moderno roupas de qualidade, com design, conforto e exclusividade, (pois as peças são confeccionadas em quantidades limitadas). Seus trabalhos são marcados por serem repleto de androginia, glamour, elegância sobriedade nas cores e originalidade (ISTOE, 2017).

A partir da década de 80, a internacionalização da marca foi intensificada, tendo a Ásia, como um de seus principais focos de mercado. Em 2015, o estilista fechou parceria com a equipe de futebol do Bayern Munique, para desenvolver a vestimentas dos jogadores e de toda comissão técnica. Em 2016, a marca anunciou que não iria mais utilizar peles de animais em seus produtos. Em 2017, a empresa anunciou uma nova estratégia de organização de suas marcas e coleções, para não confundir o mercado e consumidores e assim estimular o crescimento. Atualmente, é possível ver sua marca em roupas, hotéis, carros, chocolates, perfumes, óculos, móveis, televisão, telefones celulares, entre outros objetos. A marca se estabeleceu no mercado, apresentando ser uma empresa que valoriza a simplicidade e a sutileza dos detalhes (VALIM, 2017).

Christian Lacroix, nasceu em Arles, ns França, em 1951 e em 1973, mudou-se para Paris, para frequentar o Instituto de Arte, na Sorbonne, aspirando ser curador de museu, mas acabou fazendo pós-graduação sobre vestuário no século XVIII. Nesse período conheceu sua futura esposa Françoise Rosenthel, que o convenceu a trabalhar como design de roupas. Lacroix desenhou e Nicole, amiga de Françoise, viu em seus traços muito importantes para o mundo da moda. Através de Nicole, acabou

conhecendo Marie Rucki, uma lançadora de talentos de moda, reconhecida, que o aconselhou e o recomendou para costureiros de renome, como Pierre Bergé, sócio de Yves saint Laurent e Karl Lagerfeld, designer da marca Chanel. Ao mesmo tempo sua esposa, trabalhou com Jean Jacques Picart, assessor de imprensa que entre os clientes tinha o estilista Thierry Mugler (EMI, 2019).

Em 1978, o casal foi para Nova Iorque e Picart o convocou para mudar a comunicação da casa Hermés. Ele começou a trabalhar como assistente de Guy Paulin e após dois anos ajudou o costureiro na confecção de roupas para a corte imperial japonesa e passaram a se dedicar a alta costura, que na época passava por uma crise, mas introduziram extravagância e o barroco na alta costura, estabelecendo tendências para a década de 80. Foi assim que ele começou com os fundamentos da sua futura profissão. Em 1986, seu trabalho foi reconhecido e lhe foi atribuído o prêmio Dedal de Ouro, que voltou a receber após dois anos (EMI, 2019).

Sua obra também causou furor nos Estados Unidos e, em 1987, foi nomeado pela Comissão da Moda o estilista estrangeiro mais influente naquele país. O sucesso na casa Patou, despertou o interesse de um grupo financeiro que investiu na casa Lacroix, uma casa de costura e marca com seu nome que foi fundada em 1987, sendo que já fazia 25 anos que nenhuma casa de moda era aberta em Paris, Yves Saint Laurent havia sido o último. Sua primeira coleção, chocou o mundo da moda com crinolinas espumosas, altas cabeleiras com talco, estilo Luis XIV e roupões coloridos. Foi muito aplaudido, mas também recebeu críticas negativas, lhe chamando de machista e retrógrado, inclusive dos Estados Unidos, onde era querido. No dia 26 de julho, Christian Lacroix apresentou sua primeira coleção alta costura para o outono inverno de 1987 (EMI, 2019).

Ensolarado, opulento e virtuoso, esta coleção é uma homenagem às raízes couturier, cuja influência mediterrânea permeia cada silhueta e toda beleza do sul da França. Este primeiro desfile extravagante, com sucesso retumbante, sacode a poeira do universo da Alta Costura da década de 80 e transforma a moda parisiense naquele momento, cujo gosto predominante era o minimalismo dos influentes criadores japoneses. Para a imprensa francesa, Lacroix era o salvador da alta costura, mas para a mídia norte americana, ele era um retrógrado que fantasiar as mulheres, para as feministas ele era um destruidor da mulher moderna. Em sua maioria, seus trabalhos

eram elogiados e o jornal New York times foi enfático ao saudar sua coleção (MEIRELLES, 2017).

A moda atravessava um período de estagnação de ideias, mas Lacroix foi visto como salvador da moda, mas em 2 anos sua coleção vendeu apenas 20 vestidos, A maioria das peças era para ocasiões formais, com o custo médio de 70 mil dólares cada. todos majestosos e muito caros o que significava que cada vestido vendido era uma fortuna, mas a casa Lacroix se envolveu em dívidas durante 7 anos. Em fevereiro de 1988, seu segundo desfile, conseguiu a cobertura e a capa da tradicional revista Times, que antes essa honra só havia concedida a Cristian Dior, om o New look de Giorgio Armani e a Claudia Shiffer vestida com um tailleur Versace (MEIRELLES, 2017).

A moda atravessava um período de estagnação de ideias, mas Lacroix foi visto como salvador da moda, mas em 2 anos sua coleção vendeu apenas 20 vestidos, A maioria das peças era para ocasiões formais, com o custo médio de 70 mil dólares cada. todos majestosos e muito caros o que significava que cada vestido vendido era uma fortuna, mas a casa Lacroix se envolveu em dívidas durante 7 anos. Em fevereiro de 1988, seu segundo desfile, conseguiu a cobertura e a capa da tradicional revista Times, que antes essa honra só havia concedida a Cristian Dior, om o New look de Giorgio Armani e a Claudia Shiffer vestida com um tailleur Versace (MEIRELLES, 2017).

Em 1988, para se recuperar, Lacroix lançou a linha prêt-à-porter e no ano seguinte, passou a se dedicar aos acessórios e em seguida, lançou seu primeiro perfume Lacroix, com nome de C'estlaVie! e 4 anos mais tarde a linha Bazar de vestuário, mais acessível aos seus admiradores que não conseguiam adquirir suas grandes criações, mas ele nunca desistiu de criar roupas deslumbrantes para apresentar em passarelas com cores vivas, estampados vibrantes, bordados elaborados, misturas de tecidos e silhuetas volumosas. Passou a criar produtos têxteis para casa em mil novecentos e noventa e cinco e jeans no ano seguinte. Lacroix, se tornou um dos estilistas mais influentes no mundo da moda na segunda metade da década de oitenta, também desenhando roupas para teatro e companhias de ópera (ARAUJO, 1997).

Em 1996 ganhou o Prêmio Molière pelos figurinos do espetáculo "Phèdre". A Maison Lacroix, comemorou 10 anos em grande estilo, com sua coleção sendo tão

bem recebida e aplaudida como na década que passou. Essa coleção foi outono inverno 1998-99 e causou a mesma sensação de 10 anos atrás. A empresa de Lacroix, fundada em 1987 foi afetada pela crise econômica mundial e pediu proteção contra falência na França. Em um tribunal comercial, a empresa disse que não tem como pagar seus credores em consequência da crise que afetou o mercado de luxo. Porém, com a recuperação de sua empresa, em 2013 Cristian Lacroix, criou uma coleção inspiradas em Schiaparelli (ARAUJO, 1997).

Hubert de Givenchy, nascido em 1927, é o criador da marca Givenchy. Aos 17 anos ingressou na Escola de Belas Artes de Paris, tendo a oportunidade de, naquela época, trabalhar com estilistas de alto renome, como Robert Piguet e Pierre Balmain. Anos mais tarde, em 1949, ele também foi o braço direito de Elsa Schiaparelli. Dessa forma, esteve frequentemente em contato com grandes representantes da alta costura e conseguiu angariar grande experiência para abrir seu próprio negócio (ISTOE, 2018).

Em 1952, ele iniciou seu trabalho solo, e graças ao patrocínio de Louis Fontaine abriu sua própria empresa, revolucionando a moda ao lançar a ideia de luxo versátil – valorizando peças avulsas que podiam ser usadas juntas ou separadas. Conhecido, posteriormente, como o pai dos *separates*, a sua proposta nunca mais saiu de voga. O sucesso da grife não demorou a chegar, abrindo o primeiro capítulo da história Givenchy. Depois de aparecer na capa da ELLE francesa, em 1953, a marca se transformou na marca mais admirada pelos famosos do período, como Lauren Bacall, Greta Garbo, Elizabeth Taylor, Marlene Dietrich, Grace Kelly e Jackie O (ISTOE, 2018).

Yves Saint Laurent era tido como grande gênio da moda. Seu estilo inovador surpreendeu os holofotes e estremeceu o público com seu talento. Aos 21 anos, foi escolhido para elevar-se ao cargo de diretor criativo da Maison Christian Dior, mas causou *frisson* com suas inovações que fugiam dos padrões da casa. Ao assumir a marca, lançou sua primeira coleção Trapeze, no verão de 1958, foi um grande sucesso. Recebida com uma ovação em pé, ela literalmente mudou o curso da moda. Dispensou a cintura apertada, assinatura da Dior, e propôs uma silhueta mais leve e fluida, com menos tecido. Esta seria sua primeira vez transformando o conteúdo do guarda-roupa da mulher moderna (ROGERS, 2019).

Sua busca e defesa incessantes por liberdade e diversidade abriu às mulheres novamente a possibilidade de um vestuário masculino tornar-se unissex, deu entrada às mulheres negras nas passarelas e aderiu a um estilo andrógino. Quando estreou o Le Smoking em 1966, ainda era polêmico uma mulher usar calças em público. Le Smoking era e é, no fundo, uma roupa de rebelião, androginia e glamour, um desafio ao status quo. “Queria que as mulheres tivessem o mesmo guarda-roupa básico que um homem”, disse ele ao jornal The Observer em 1977. “Blazer, calças e terno. Tão funcionais. Acreditei que as mulheres queriam isso e eu estava certo”. ROGERS, 2019).

Gianni Versace sempre ousou em suas produções, trabalhando no auge da era das supermodelos. Versace fundou a sua própria marca em 1978, depois de ter trabalhado para a Callaghan, a Genny e a Complice, erguendo umas das maiores e mais importantes casas de moda do século XX. Em 1972, foi viver em Milão, abriu sua empresa e em 4 anos já estava conquistando grande sucesso. Em 1982, ganhou o prêmio Occhio d’Oro, o primeiro de sua carreira, intitulando-o como melhor estilista da coleção feminina daquela temporada. Naquele mesmo ano, iniciou uma colaboração com o Teatro Scalla de Milão, tendo criado o guarda-roupa para uma peça de balé de Richard Strauss. Ao longo da carreira, manteve uma duradoura e proveitosa colaboração com o mundo artístico (REVIDE, 2012).

Sua irmã, Donatella, que era também sua musa inspiradora, trabalhava com Gianni e, a partir de 1989, passou a ser imprescindível para a casa Versace, ao lançar a linha Versus, dedicada aos que gostam de roupas mais arrojadas. Em 1991, Versus também virou um perfume da marca, ganhando a versão feminina no ano seguinte. O primeiro perfume da grife, Versace l’Homme, foi lançado em 1984. Sua personalidade forte e eufórica caracterizava seu estilo icônico. O próprio estilista afirmava que excesso era entretenimento (REVIDE, 2012).

Assim, sem espanto, era um criador solicitado por excêntricos artistas como Elton John, Prince, Madonna e Courtney Love. Elton John inclusive o convidou para desenhar o guarda-roupa para uma turnê mundial. Em Em 1997, Gianni Versace foi assassinado. Depois da sua morte, Donatella Versace assumiu o controle de direção criativa da empresa, com o auxílio da sobrinha Allegra Versace Beck (REVIDE, 2012).

2.1 A quebra de paradigmas, ascensão feminina no mundo da moda - Início da liberdade

Nos anos que precederam a Segunda Guerra Mundial, a alta sociedade ainda era influenciada pelo padrão parisiense para vestir-se. Roupas sóbrias e elegantes, cores neutras, com prescrições de como portar-se de acordo com determinados eventos e horários do dia, fazendo-se valer da imagem submissa da mulher que vinha por meio de regras de vestimenta. Na História do Brasil, no governo Vargas, a política de modernização imperava sobre a sociedade e, com o empobrecimento das nações, começava a surgir a ideia de desconectar a moda atual do glamour da década anterior (CARVALHO, 2009).

O período pós-Guerra trouxe maleabilidade ao guarda-roupa feminino. Com a entrada das mulheres no mercado de trabalho, a vestimenta adaptou-se às necessidades do momento. Num mundo dominado pelos Homens, Gabrielle Chanel aboliu os vestidos armados em favor de praticidade e conforto da mulher que saía em busca de uma nova perspectiva de vida. Ao longo do século XIX, a função da mulher na sociedade foi reprimida, submissa e silenciada, mas, após os longos anos de turbulência devido à guerra, uma nova visão foi instaurada e mais um passo foi dado em direção a liberdade feminina. Roupas masculinas eram sequestradas dos armários, a adesão de trajes menos sofisticados e que se encaixariam na nova rotina das mulheres seria essencial para a quebra de vários paradigmas seculares que rondavam a feminilidade e seus conceitos de autonomia (CARVALHO, 2009).

2.1.1 Madeleine Vionnet

Madeleine Vionnet nasceu em Aubervilles, na França, e ainda adolescente começou seu aprendizado como costureira. Foi para Paris, passou algum tempo em Londres e, em 1901, aos 25 anos, estava de volta à França. Seis anos mais tarde, estava trabalhando na Maison de Jacques Doucet, muito conceituada no final do século 19 e no começo do século 20, onde permaneceu por cinco anos (EÚ, 2020).

Em 1912, afinal, Madeleine Vionnet inaugurava sua própria casa. Fechou-a durante a 1ª Guerra Mundial, e quando a reabriu, pouco tempo depois, começou a ganhar a preferência de muitas atrizes da época. Com um estilo inovador, costumava criar seus modelos diretamente em um manequim em miniatura (EÚ, 2020).

Duas de suas principais características eram o drapeado e o corte enviesado, para os quais encomendava tecidos com o dobro de largura do que o habitual – seus tecidos prediletos eram o crepe, a gabardine e o cetim, que ela manejava com maestria, a ponto de ser considerada a estilista que mais contribuições técnicas deu à alta costura. Descartou o espartilho e usou costuras diagonais e bainha aberta, para obter formas simples e helênicas. As aberturas de suas roupas eram sempre surpreendentes, laterais, ou na parte de trás, mas também criou peças sem qualquer fenda e que precisavam ser vestidas com cuidado pela cabeça. Seus *tailleurs* possuíam saias nespadas ou enviesadas (EÚ, 2020).

Seus períodos de maior sucesso foram o final dos anos 20 e o começo da década de 30. Atribui-se a ela a divulgação da gola capuz e da frente-única. Forma e caimento suaves eram seus objetivos para conseguir o máximo do estilismo, ou seja, vestidos que se amoldavam com perfeição ao corpo. Madeleine Vionnet aposentou-se em 1939 (ANITA, 2018).

Nascido em 22 de junho, 1876 em uma família pobre em Chilleurs-aux-Bois, Loiret, Vionnet se mudou com seu pai para Aubervilliers com a idade de cinco. Tendo escola já esmerda, Vionnet começou seu aprendizado aos doze anos como costureira ao lado de membros da *champfêtre garde*. Depois de um breve casamento aos 18 anos - e a perda de sua criança - ela deixou o marido e foi para Londres para trabalhar como costureira hospital. Enquanto em Londres, Vionnet trabalhou como montador de Kate Reily (ANITA, 2018).

Vionnet, eventualmente, voltou a Paris, trabalhando por seis anos na casa de moda Callot Soeurs como um *toile* fabricante. Depois de um desentendimento com um gerente da casa, Vionnet ameaçou deixar seu posto. EIE foi convencido a ficar pelo mais idoso das irmãs Callot, Marie Callot Gerber, depois de ser oferecida uma promoção que significaria improvisando projetos envolto em um modelo vivo com Gerber si mesma. Vionnet depois elogiou Marie Callot Gerber como "uma grande dama" e mais tarde afirmou que "sem a exemplo do Callot Soeurs, eu teria continuado a fazer Fords. É por causa deles que eu tenho sido capaz de fazer Rolls Royces". Seu desejo de simplicidade era finalmente em desacordo com os babados rendados característicos da casa de moda (FERRAZ, 2011).

Vionnet projetado para Jacques Doucet entre 1907 e 1911; mas seu uso de modelos de pés descalços e design de robes soltos entraram em confronto com o

estilo da casa. Em 1912, ela fundou sua própria casa de moda " Vionnet ", que fechou em 1914, devido ao início da Primeira Guerra Mundial . Restabelecer a casa em 1923, Vionnet abriu novas instalações em Avenue Montaigne , que ficou conhecido como o "Templo da Moda". Em 1925, a casa de moda de Vionnet ampliada com instalações na Quinta Avenida em Nova York. Ela vendeu projetos comprado fora do peg e adaptado para o utente. De Vionnet viés cortar roupas dominado alta costura em 1930, estabelecendo tendências com seus vestidos sensuais usados por atrizes conhecidas internacionalmente como Marlene Dietrich, Katharine Hepburn, Joan Crawford e Greta Garbo (ANITA, 2018).

A visão de Vionnet da forma feminina revolucionou roupas modernas, eo sucesso de seus cortes únicos assegurou sua reputação. Ela lutou por leis de direitos autorais em moda. Ela instituiu o que, na época, foram consideradas práticas revolucionárias trabalhistas: férias remuneradas e licença de maternidade, o dia de cuidados, uma sala de jantar, e um médico residente e dentista para seus trabalhadores. O início da Segunda Guerra Mundial forçou Vionnet para fechar sua casa de moda em 1939, e ela se aposentou em 1940. Vionnet criou cerca de 12.000 peças de vestuário ao longo de sua carreira (FERRAZ, 2011).

Um indivíduo intensamente privada, Vionnet evitado exposições públicas e frivolidades mundanas, Apesar de seu sucesso como designer, ela expressou desgosto para o mundo da moda, afirmando: "Na medida em que se pode falar de uma escola Vionnet, que vem principalmente de eu ter sido um inimigo da moda. Há algo superficial e voláteis sobre os caprichos sazonais e evasivo de moda que ofende meu senso de beleza". Vionnet não estava preocupado em ser o "desenhador do momento", preferindo permanecer fiel à sua própria visão da beleza feminina (FERRAZ, 2011).

Ao lado de Coco Chanel, Vionnet é creditado com um afastamento da rígida, roupas formalizada a mais elegante, roupas mais macias. Ao contrário de Chanel, Vionnet tinha pouco apetite para a auto-promoção; sua aposentadoria em 1940 marginalizados sua contribuição para o movimento mais amplo. Madeleine Vionnet é citado como dizendo que "quando uma mulher sorri, o vestido deve sorrir com ela" (FERRAZ, 2011).

Espartilhos evitando, enchimento, enrijecimento, e qualquer coisa que distorceram as curvas naturais do corpo de uma mulher, ela se tornou conhecido por

roupas que acentuam a forma feminina natural. Influenciado pelas danças modernas de Isadora Duncan, Vionnet criou desenhos que mostravam forma natural de uma mulher. Como Duncan, Vionnet foi inspirado pela antiga arte grega, em que roupas parecem flutuar livremente em torno do corpo, em vez de distorcer ou moldar a sua forma. Seu estilo mudou relativamente pouco sobre sua carreira, embora se tornou um pouco mais equipada na década de 1930 (ANITA, 2018).

Na década de 1920, Vionnet criou uma agitação por peças de vestuário em desenvolvimento utilizando o corte de polarização, uma técnica para o corte de tecido diagonal para o grão do tecido, permitindo a agarrar-se ao corpo durante o alongamento e movendo-se com o utente. Enquanto Vionnet si mesma não inventou o método de corte de tecido em viés, ela foi a primeira a utilizar cortes diagonais para a totalidade de uma peça de roupa. O seu trabalho contrastado vestuário existentes que utilizaram polarização de corte de guarnições e enfeites colocados em pedaços de tecido cortado ao longo do grão recta de passagem. Uso do viés cortado para criar um lisonjeiro, visual elegante, e a de desconstrução do corpo de Vionnet revolucionou roupas femininas e levou-a ao topo do mundo da moda. Embora por vezes creditado com a sua invenção, Vionnet reivindicou ter aplicado a técnica, já usado em saias, guarnições, e enfeites, para vestidos de corpo inteiro. Como um estilista especialista, Vionnet sabia que os tecidos cortados em viés poderiam ser estendidos para coincidir com as curvas do corpo de uma mulher e expressar fluidez de movimento. Ela usou o corte para promover o potencial de expressão e de movimento, integrando conforto e movimento bem como a forma em seus projetos (WIKIPÉDIA, 2020).

Estilos aparentemente simples de Vionnet envolveu um processo de preparação longa, incluindo o corte, drapeados, e fixando tecido projetos em bonecas em miniatura. Ela recriou roupas completos em chiffon, seda ou crepe marroquino em modelos em tamanho real. Vionnet materiais como crepe de chine, usado gabardine e cetim para fazer suas roupas; tecidos que eram incomuns em moda feminina da década de 1920 e 30s. Ela ordenou tecidos duas jardas mais amplas do que o necessário para acomodar drapeados, criando roupas - particularmente vestidos - que foram luxuosos e sensuais, mas também simples e moderno. Estilos Vionnet característicos que se agarrava a e mudou-se com o utente incluiu o vestido de lenço, pescoço capuz, e blusinha (WIKIPEDIA, 2020).

Madeleine Vionnet é considerado um dos estilistas mais influentes do século 20. Tanto seu viés cortar e sua abordagem urbanamente sensual para costura continuam a ser uma influência forte e generalizada sobre a moda contemporânea, como evidenciado pelas coleções de designers, passadas e atuais como Ossie Clark , Halston , John Galliano , Comme des Garçons , Azzedine Alaia , Issey Miyake e Marchesa . Miyake observou uma vez que, ao ver a obra de Vionnet, pela primeira vez, "a impressão foi semelhante à maravilha sente-se com a visão de uma mulher que emerge do banho, envolto apenas em um único pedaço de pano bonito". Vionnet inspirou os designers de moda como Marcelle Chaumont , mãe do autor francês Madeleine Chapsal . Ela serviu como madrinha de Chapsal (FERRAZ, 2011).

2.1.2 Jeanne Lanvin

Jeanne Lanvin (1867-1946) nasceu em Paris, França, e passou grande parte de sua juventude como costureira e aprendiz de chapelaria. Em 1883, foi contratada para aparar chapéus na oficina de Madame Felix, aos 15 anos. Lanvin estabeleceu sua própria oficina de chapelaria aos 18 anos em 1885.

Casada com Conde Emilio De Pietro, um italiano da nobreza, em 1897 Jeanne dá à luz Marguerite, sua filha, e começa a criar roupas para a pequena. Não demorou muito para suas clientes se interessarem e passarem a fazer encomendas para suas meninas também. Com o passar do tempo, a estilista começou a vestir as mães, até que em 1909 a Maison Lanvin foi oficialmente fundada, o amor incondicional pela filha levou Jeanne Lanvin a criar um guarda-roupa infantil com lindos modelos que chamariam a atenção de suas clientes (D'ANGELO, 2017).

Em 1908, Lanvin abriu um departamento de roupas infantis na loja de chapelaria, inspirado no guarda-roupa criado para sua própria filha, e apenas um ano depois ela também abriu departamentos para mulheres e meninas. Tornando-se uma *costureira de pleno direito*, ela ingressou no Syndicat de la Couture, o órgão dirigente da indústria da alta costura. Seus primeiros desenhos de roupas seguiram as linhas do vestido chemise, um design longo, fino e de cintura império que oferecia facilidade de movimento. Em 1910, apenas dois anos depois de abrir o departamento de filhos, seus designs apareceram no *Les modes*, um periódico de moda francês (D'ANGELO, 2017).

Em 1925, vinte e três ateliês operando com o nome Lanvin empregavam até oitocentas pessoas. Naquele ano, foram abertas filiais da Lanvin em Cannes e Le Touquet. Ao longo dos anos, a casa continuou a crescer, com várias outras boutiques abrindo em locais estrangeiros. Quando Jeanne Lavin morreu em 1946, sua filha Marie-Blanche tornou-se presidente e diretora administrativa da Lanvin e da Lanvin Parfums; ela permaneceu no comando dos negócios até sua morte em 1958 (D'ANGELO, 2017).

Em 1950, Marie-Blanche convidou Antonio Canovas del Castillo para projetar a coleção de alta costura. Esta posição passou para Jules-François Crahay em 1963; a Maryll Lanvin, esposa do sobrinho de Jeanne Lanvin, em 1985; e, finalmente, para Claude Montana em 1990.

A carreira de design de Madame Lanvin sobreviveu a sessenta e um anos produtivos e de sucesso. Lanvin é a mais antiga casa de costura sobrevivente em existência contínua, de 1909 a 1993. No início dos anos 2000, a Lanvin continua se concentrando nas roupas prontas para vestir e acessórios de luxo femininos. Também são produzidas coleções para homens e roupas esportivas sob medida. A fragrância continua sendo parte das ofertas da Lanvin, liberando a Oxygene para as massas (SALES, 2018).

Com o único objetivo de propaganda e publicidade, Madame Lanvin empregou a técnica inovadora de vestir as demimondaines e atrizes altamente sociais. Modelando informalmente as últimas criações da casa de alta costura, eles criaram grande interesse entre o conjunto social. Os semimondaines eram um grupo menos respeitável de mulheres que haviam perdido sua posição social - embora fossem altamente sociais e extremamente elegantes - devido à promiscuidade sexual ou a outras atividades eticamente questionáveis (como a prostituição). Os companheiros homens lhes deram dinheiro para comprar as melhores modas e acessórios; de fato, os semimondaines eram notavelmente as mulheres mais elegantes da cidade (SALES, 2018).

Ao contrário de seus contemporâneos de sucesso, Madame Lanvin evitou os holofotes. Ela evitou grandes contextos sociais, preferindo seu pequeno círculo criativo de artistas, músicos, designers e escritores. Em raras ocasiões, Madame Lanvin podia ser vista em corridas de cavalos com o único objetivo de pesquisa. Sua participação nesses eventos permitiu que ela visse o que as mulheres estavam

vestindo, o que parecia bom e o que não vestia, como os tecidos se moviam, como as silhuetas pareciam, o que era complicado e o que era ridículo. Além disso, observando o que as mulheres estavam vestindo, ela podia deduzir o que elas desejariam adicionar aos seus guarda-roupas. Lanvin subestimou sua imagem e personalidade, manteve uma posição discreta e raramente socializou com seus clientes. Esses hábitos contribuíram para o seu anonimato nos anos seguintes à sua morte (SALES, 2018).

A originalidade das roupas Lanvin, construídas de maneira tão magistral, estava em seus detalhes de superfície e embelezamento. Madame Lanvin extraiu inspiração de vários objetos para ser traduzida em design viável, moderno e funcional. Por exemplo, sua cor característica, "azul Lanvin", foi inspirada nos afrescos italianos do século XV de Fra Angelico. Seu desejo de criar as cores perfeitas para seus desenhos levou-a a estabelecer suas próprias fábricas de tinturas em Nanterre em 1923. Esse movimento astuto garantiu a originalidade e exclusividade de suas cores e, de fato, os concorrentes que tentaram nunca conseguiram duplicá-las com sucesso (D'ANGELO, 2017).

Os padrões de bordados e bordados em seus desenhos foram inspirados por vários elementos e destinos exóticos. Lanvin era um viajante ávido e colecionador metódico de objetos de várias culturas ao redor do globo; depois serviram como uma biblioteca pessoal de inspiração (MEIRA et al, 2011).

A House of Lanvin foi líder e inovadora da moda na década de 1920, utilizando técnicas extraordinárias de miçangas; e na década de 1930, com tratamento de superfície tecnicamente inovador, garantindo a singularidade de suas criações. A versatilidade contribuiu para a longevidade da casa de alta costura, pois a imagem da Lanvin foi claramente definida e redefinida de estação para estação. Marie-Blanche era a musa da mãe e emprestava sua perspectiva juvenil às ideias criativas do designer. Consequentemente, a Casa de Lanvin manteve para sempre sua imagem de juventude, feminilidade e beleza (MEIRA et al, 2011).

As mulheres Lanvin normalmente iniciavam sua associação com a casa como debutantes e mantinham sua lealdade através de seus casamentos, maternidade e viuvez. A silhueta jovem do *robe de style*, sinônimo de Lanvin, teve grande sucesso, como era oferecida em todas as coleções. Lisonjeava cada figura, em todas as idades, em todas as ocasiões. O *robe de style* foi inspirado na moda do século XVIII e

consistia em uma silhueta quase bidimensional criada pelo uso de um cesto ou estrutura semelhante a uma cesta em cada quadril. Essa silhueta alcançou grande sucesso durante a década de 1920 como uma opção para as silhuetas esbeltas e cilíndricas promovidas por outros costureiros (MEIRA et al, 2011).

Madame Lanvin combinou com sucesso o romantismo e o historicismo da maneira mais moderna. "As roupas modernas precisam de uma certa sensação romântica", observou ela. O torso jovem e alongado e as saias românticas criaram uma grande superfície que serviu de tela para qualquer combinação de bom gosto de bordados, bordados ou apliques (VOGUE, 2015).

O legado de Lanvin para o mundo da moda é juventude, beleza e feminilidade - a modernidade suavizada pelo romance; cores bonitas em silhuetas femininas que embaçam as linhas da idade. O *robe de style* era um vestido que podia ser usado literalmente por todos. Lanvin era principalmente um artista, e um empresário em segundo. Ela foi guiada por sua sensibilidade artística e apoiada por seu senso justo de negócios e forte ética de trabalho. Ela era uma inovadora e líder, trabalhando para a indústria como um todo, não apenas para a casa da Lanvin. Como quem "tinha tudo", ela era um modelo para as mulheres: ela começou seu próprio negócio, casou-se e teve um filho. Mesmo como mãe solteira, ela continuou a administrar seu império e criou a filha para ser um sucesso inspirador (PICON, 2002).

2.1.3 Elsa Schiaparelli

Elsa Schiaparelli nasceu no Palazzo Corsini, em Roma, em 10 de setembro de 1890. Sendo principal concorrente de Coco Chanel, Schiaparelli trabalhou ao lado de grandes nomes como Salvador Dalí e Jean Cocteau. Seu pai era decano na Universidade de Roma, onde ela estudou filosofia. Elsa cresceu em meio à aristocracia, em um ambiente multicultural, e tinha fascinação pela tradição das culturas antigas e ritos religiosos (DABROWSKA, 2014).

Conforme Seeling, Elsa pode estudar, mas não pode desenvolver um ofício. Quando tinha 23 anos, foi mandada a Londres para participar da construção de um orfanato. Lá, estudou artes, casou-se e em decorrência da Primeira Guerra Mundial, mudou-se para Nova York. Retornou a França em 1924, divorciou-se, e através de sua amiga íntima Gabrielle "Gaby" Buffet-Picabia, esposa do artista surrealista Francis

Picabia, foi apresentada a grandes artistas como Man Ray, Marcel Duchamp, Aldred Stieglitz e Edward Steichen (SCHIAPARELLI, s/d).

Buscando independência financeira, começou a trabalhar com Man Ray em sua revista *Société Anonyme*, de temática dadaísta, mas esta não durou muito tempo. “Gaby” Picabia então sugeriu a Elsa montarem um negócio, vendendo moda francesa nos Estados Unidos. Estilistas como Patou, Delaunay e Chanel criam peças usando listras e blocos de cor, assumindo a liderança na criação de roupas de banho de moda. Seguindo o mesmo segmento, Elsa passou a produzir roupas esportivas, seguindo a tendência da década, até então, ela não tinha iniciado sua carreira no mundo da Alta Costura (SCHIAPARELLI, s/d).

O estilista Paul Poiret foi seu mentor, e inspiração primordial para que Elsa criasse seu próprio estilo, colocando o tecido diretamente no corpo da modelo, técnica hoje conhecida como *Moulage*. Em 1927, lança um suéter preto tricotado em lã, com um laço branco criando um efeito de ótica. Essa peça foi importante para carreira de Elsa, pois foi a primeira peça em que ela demonstrou seu interesse por criações surreais e a permitiu abrir sua própria empresa. Surgiu, então, em 1927, a primeira boutique de Elsa, *Pour le Sport*, na tradução literal, para o esporte (CHAGAS, 2007).

As malhas confeccionadas por refugiados armênios, misturadas com imagens surrealistas foi apresentada e exibida nas páginas da revista Vogue. Em 1931 ela fez seu primeiro trabalho no cinema, fazendo os figurinos de *A Gentleman of Paris* (1931). Seu trabalho seguinte como figurinista foi realizado na França, no filme *Topaze* (1933). Ela seguiu trabalhando para a indústria cinematográfica, principalmente em filmes ingleses como *O Galã da Nota* (1935) e *Túnel Transatlântico* (1935). Em 1937 fez os figurinos de Valerie Hobson para o filme *Larápio Encantador* (1937) (CHAGAS, 2007).

Mae West se encantou com o trabalho de Elsa, e pediu para que ela fizesse seus vestidos para seu próximo filme, *A Vida é Uma Festa* (1937), sua primeira produção Hollywoodiana. Alguns destes vestidos, anos mais tarde, foram adquiridos por Debbie Reynolds, que os expôs em seu museu sobre a história do cinema. Ao todo Elsa trabalhou para 29 filmes. Em 1952 trabalhou em seu último filme, desenhando os vestidos de Zsa Zsa Gabor em *Moulin Rouge* (1952) (CHAGAS, 2007).

Entre 1936-1938, várias exposições surrealistas foram montadas em Londres, Paris e Nova York, assim o grande público veio a conhecê-las. Foi no surrealismo que Elsa encontrou a sua fonte básica de inspiração.

O cubismo e o surrealismo influenciaram suas criações. Em 1933 lançou a manga pagode, que partia de ombros largos e que determinou a silhueta básica até o New Look. Elsa usava tweed em roupas de noite e juta em vestidos. Seus pesados suéteres tinham os ombros almofadados. Ela tingia peles, punha cadeados nos costumes e criou a voga do traje tirolês (CALLAN, 2007, p. 285).

A *maison* de Elsa Schiaparelli também produziu roupas que tendiam a ser mais abstratas e incomuns, principalmente para o que era produzido pela alta costura das décadas de 30, 40 e 50. Fazendo parcerias com diversos artistas como Salvador Dalí, Leonor Fini, Jean Cocteau, Méret Oppenheim e Alberto Giacometti (CALLAN, 2007).

Outra grande parceria foi com Coco Chanel, as criações mais famosas e peculiares geradas por esta parceria são: a bolsa de veludo em forma de telefone com um disco bordado a ouro, o vestido de seda pintado com moscas, o *tailleur-escrivaininha*, o vestido com uma lagosta gigante pintada, o *shoehat* e o tecido rasgado. Elsa por meio das influências surrealistas trás para alta-costura elementos como partes do corpo, crustáceos e insetos.

Os comentários circulam diante da vitrine, onde estão expostas a bolsa-telefone em camurça e couro, especialmente desenhada por Salvador Dalí para a costureira, ou ainda joias criadas por artistas tão célebres como Giacometti ou Cocteau (STEVENSON, 2012, p. 17).

Em 1936, Dalí produziu a *Vênus de Milo* com gavetas e o *Gabinete Antropomórfico*. Essas criações inspiraram Elsa a lançar no mesmo ano o *tailleur-escrivaininha*, um conjunto que possuía quatro bolsos em forma de gavetas, sendo que algumas funcionavam como bolsos e outras eram falsas (MENDES, HAYE, 2003).

Entretanto, nessas criações, o surrealismo só é visto superficialmente nas peças, pois o corte continuou seguindo as tendências da década de 1930. “Seus modelos eram concebidos com a silhueta que configurou o visual da década: cintura fina, ombros largos e saia longa reta” (STEVENSON, 2012, p. 122). De modo que, para ela poder explorar novas formas sem que chocassem tanto, ela passou a se utilizar de outra fonte: os chapéus. Por meio deles, ela pode usar toda sua imaginação e criatividade sem se prender as formas vigentes.

Com o fim da Segunda Guerra Mundial, a moda, grandemente influenciada pelo estilo “New Look” criado por Dior, a empresa de Elsa, passou a ter que enfrentar a

rejeição de mercado, tendo que encerrar as atividades em 1954. Elsa Schiaparelli faleceu em Paris, em 13 de novembro de 1973, aos 83 anos de idade (DORIGONI, 2003).

2.1.4 Gabrielle (Coco) Chanel

A estilista, que consagrou seu império nos anos 1940, eliminou em suas criações, conceitos fortemente presentes até então, como vestidos armados, grandes adornos e a necessidade que as mulheres tinham de mostrarem-se femininas a favor de um estilo mais prático e confortável. “O paradoxo marcou sua vida: era uma dama de ferro sonhadora, revolucionária com estilo clássico, ousada apesar de alérgica às grandes extravagâncias” Possuía um estilo sóbrio, adotando peças masculinas às suas composições. Chapéus de palha, vestidos secos, cores neutras, acessórios diferenciados como gravatas e paletós, repudiava os adornos femininos da época como babados, plumas e rendas. Porém, Chanel não sentia apenas a necessidade de ditar Moda, mas sim de adquirir independência por meio de seu trabalho e, em 1909, conheceu o inglês Artur Capel, conhecido como Boy que, além de se tornar seu companheiro, investiu o capital em seu primeiro comércio localizado em Paris (HEYMANN, 2018).

Os chapéus de palha batizados como Canotiers, marcaram a época, sendo acessório principal para as mulheres parisienses, inclusive estando presentes nas páginas da influente revista *Les Modes*. Posteriormente, Chanel assinou o penteado e os chapéus da atriz Gabrielle Dorziat, que estrelava a peça *Bel Ami*, baseada no romance do escritor francês Guy de Maupassant e, em 1911, Coco Chanel abriu sua primeira loja, com o apoio financeiro de Boy, no número 31 da rue Cambon, paralela ao Faubourg Saint Honoré, a alameda parisiense das grandes grifes. Naquela época, a modista alterava suas próprias roupas para adaptar aos seus caprichos, o que chamava muita atenção do público feminino, que a questionava sobre onde comprar as peças e, em 1913, Chanel passou de modista para estilista, inaugurando uma loja em Dealville (RAMOS, 2016).

Foi criado o traje esporte que se diferenciavam do que as mulheres estavam acostumadas pois frequentavam praias com espartilhos e vestidos longos arrastando na areia. Ela comercializava blusas com golas rulês, tailleurs e adaptava às suas criações tecidos que não eram considerados tão nobres, como malha, tricô e tweed. Além do seu sucesso no ramo da Moda, a estilista apresentava uma maneira singular

de se portar, como exemplo podemos citar que Chanel era a única que tomava banho de praia usando maiôs adaptados de suéteres de seu amante Boy. Chanel tornava cada vez mais a moda feminina numa versão agênera, incorporando ao seu estilo peças masculinas (RAMOS, 2016).

A Boutique Gabrielle Chanel Modas foi a única loja a permanecer aberta na cidade de Deauville durante a Primeira Guerra Mundial. Deauville, naquele período, se tornou o centro da nobreza, onde membros da elite circulavam. A marca Chanel atendia às necessidades do momento, fabricando peças confortáveis e que possibilitasse longas caminhadas, sem extravagâncias (CHANEL, 2014).

Chanel abriu mais uma franquia de suas lojas em Biarritz, na costa do Atlântico e a poucos quilômetros da fronteira com a Espanha. Confeccionava folgados vestidos de jérsei (outro tecido comum e sem grande valor), que atraíam atenção pela praticidade e sutileza. Na época que seguia, Chanel continuava sendo marco de inovação perante a sociedade conservadora. Cortou os cabelos na altura do queixo, deixou sua pele mostrar-se bronzeada e diminuiu o comprimento das saias, mostrando os tornozelos (CHANEL, 2014).

Entre seu círculo social, apresentavam-se grandes nomes, como o pintor espanhol Pablo Picasso (1881-1973), o bailarino russo Nijinsky (1890-1950) e, como sua confidente, a modelo Misia Sert. Em 1923, Coco lançou um dos grandes ícones de sua marca, o perfume Chanel Nº 5 e em 1926, o tradicional vestidinho preto de crepe com mangas justas e compridas, que era, como ela dizia, uma garantia de elegância e o tailleur, o blazer feminino usado com saia além de permear na sociedade a ideia do uso de joias falsas e bijuterias (CHANEL, 2014).

No início da Segunda Guerra Mundial, as butiques Chanel estavam todas fechadas e à venda só se encontravam os frascos de Nº 5. Dos tempos de guerra até 1953, Chanel manteve suas lojas sem funcionamento e apenas aos 70 anos ela reinaugurou seu ateliê no Hotel Ritz, sem precisar de esforço para conquistar clientes. Apresentou o cardigã, o vestido preto e as pérolas, que se tornou marca registrada do estilo Chanel. Seu Tailleur, aos poucos, passou a vestir grandes personalidades, entre elas, a primeira dama americana, Jackie Kennedy. A marca Chanel começou a aparecer nas grandes revistas de moda (LOUREIRO, 2011).

Coco Chanel montou um grande império, sua marca é referência no mundo todo, com uma moda atemporal, elegante e confortável. A estilista trabalhou até os

últimos dias de vida, falecendo em 1971. Atualmente, a diretora artística nomeada pela marca Chanel é Virginie Viard (LOUREIRO, 2011).

2.1.5 Donatella Versace

A estilista e empresária Donatella Versace sucedeu seu irmão, Gianni, e expandiu o seu império mantendo a originalidade e a ostentação, características da marca Versace. Em meio às passarelas dominadas pelo *street wear* e *oversized clothing*, Donatella se manteve fiel ao seu estilo original caracterizado por muito dourado, transparência e sensualidade. Nascida no dia 2 de maio de 1955 em Reggio Calabria na Itália, Donatella Versace cresceu sendo a melhor amiga e confidente de seu irmão. Segundo ela, desde os 12 anos de idade, já frequentava eventos locais badalados juntamente com o irmão. Sendo assim, em 1978 ela iniciou sua carreira no mundo da moda ao lado dos irmãos, Gianni e Santo. A princípio, ela era responsável pelas campanhas publicitárias. Enquanto isso, o Gianni era o diretor criativo e Santo o diretor geral. Entretanto, Donatella era a única pessoa ao qual o diretor criativo aceitava críticas sobre suas produções (RIBEIRO, 2020).

Com base em Milão, a crescente internacionalização da marca veio brevemente. Mas tudo mudou quando em 1998 Gianni foi assassinado em frente à sua residência em Miami, nos EUA. Em seu testamento o estilista deixou 20% da empresa para a irmã, 30% para Santo e todo o restante para a sobrinha Allegra, filha de Donatella. No entanto, a menina tinha apenas 11 anos na época. Sendo assim, Donatella assumiu a empresa e se tornou a diretora criativa da Versace. Ao assumir o nome da empresa, pela primeira vez participou do design das peças da marca. Enfrentou machismo, preconceito, além do vício contra as drogas. Apesar de tudo, conseguiu manter o legado do irmão e atualmente segue sendo uma das estlistas mais bem remuneradas do mundo (RIBEIRO, 2020).

Donatella desenhou diversos trajes para grandes nomes artísticos, como Madonna, Elton John, Lady Gaga. Ela desenhou o polêmico vestido, exclusivamente, para a cantora Jeniffer Lopez usar na 42ª edição do Grammy Awards. A criação causou tanto alvoroço e foi pesquisado tantas vezes no Google, que inspirou a empresa a lançar uma ferramenta apenas para imagens: o Google Imagens (RIBEIRO, 2020).

3. EMANCIPAÇÃO FEMINISTA NOS ANOS 60

Madonna, com seu estilo icônico começou a década de 1980 com muito glamour cantando Like a Virgin no primeiro MTV Video Music Award, e no final dos anos 80 causou frisson com o hit Like a Prayer, fazendo altas críticas à Igreja Católica e ao racismo da época. Suas roupas demonstravam todo o seu ímpeto rebelde, realçando a volúpia do corpo e passando aos fãs uma imagem audaciosa. Cyndi Lauper com o sucesso Girls Just Wanna Have Fun, entoava a liberdade feminina no jeito de agir e vestir-se (VOGUE, 2017).

Rita Lee, como um dos símbolos de sensualidade, fazia turnê nos anos 80 com a música Doce Vampiro. O “Furacão Joplin” foi historicamente cravado no mundo do Rock quando Janis Joplin apresentou Ball & Chain no festival Pop de Monterey. Entre outros brilhantes nomes, pode-se citar que, no mundo da música, os anos 80 foram de grande valia para estabelecer conceitos de vestimenta e imposição da mulher no mundo patriarcal (ALEXANDRE, 2017).

3.1 Minissaia e Empoderamento

Em 1960, a revolução no vestuário teve início. Foi nessa época que nasceu a minissaia, uma afronta ao perfil feminino conservador e suas saias comportadas que subiam ao máximo na altura do joelho (MARTINS, 2018).

Foi entre 1965 e 1970 que a indumentária ficou popular. Ela era símbolo fashion da “Swinging London”, a efervescência cultural e o modernismo de costumes que surgiu em Londres, considerada a capital da cultura pop e da moda, e seguiu para o mundo inteiro. Naquela época, o mundo transpirava um desejo de liberdade. Eram os tempos áureos dos Beatles, do “iê, iê, iê” e da queima de sutiãs. Sim, era a famosa minissaia que boa parte das 400 ativistas do grupo Women’s Liberation Movement usava ao se reunir durante o Miss América de 1968 para queimar sutiãs e outros objetos que simbolizavam a beleza feminina! (MARTINS, 2018)

Assim como o feminismo atual, a revolução feminista da década de 1960 deu a mulher um sentido de liberdade de seu corpo, principalmente sexual. Na época, a pílula anticoncepcional e as campanhas pró-aborto davam a elas a opção de transarem quando bem entendesse e com quem quisessem. Você pode se perguntar por que estamos falando sobre a sexualidade feminina daquela época se a protagonista desse texto é a minissaia. Pois lembre-se que moda está diretamente

ligada à atitude. A peça não foi apenas uma revolução no mundo da moda, mas também um reflexo da chamada segunda onda feminista, que debateu e questionou o papel da mulher na sociedade, sua sexualidade, seu lugar na família e no mercado de trabalho (MARTINS, 2018).

Quem aderiu ao modelo foram as garotas mais jovens, que não queriam mais depender de uma saia que restringia movimentos e buscavam por uma peça fácil de vestir e que dava liberdade de movimento.

Mary Quant foi a estilista que, em 1960, criou a famosa minissaia e introduziu, no século XX, o modelo Hot Pants. Nascida no Reino Unido, a estilista sofreu tantos preconceitos por suas ideias a frente de sua época que, em 1966, a Rainha Elizabeth II a condecorou como Oficial da Ordem do Império Britânico. Confiante, Mary recebeu o prêmio vestindo uma de suas criações. Suas saias de 30 cm eram usadas com camisetas justas e botas altas. Em poucos anos, a estilista abriu 150 filiais de sua loja na Inglaterra, 320 nos EUA e milhares no mundo todo. Por ser uma referência, a boutique Bazaar se tornou um símbolo de vanguarda nos anos 60 e 70 (MALVA, 2018).

3.2 O beijo do cinema

O primeiro beijo da história do cinema foi no filme mudo “The Kiss”, em 1896. Com somente 26 segundos, o curta foi filmado por Thomas Edison e protagonizado por John C. Rice e May Irwin, que apenas conversam e depois se beijam brevemente. O filme escandalizou a sociedade da época, houve editoriais desaprovadores em jornais, e a cena de beijo foi denunciada como chocante e obscena, levando a Igreja Católica a pedir censura e reforma moral - já que beijar em público nesse período podia render até um processo criminal! (FLORES, 2017)

Já o primeiro beijo entre duas pessoas do mesmo sexo foi no ano de 1927, no filme “Asas” (Wings), também o primeiro filme mudo a ganhar o Oscar de Melhor Filme. Depois foi a vez das mulheres: o primeiro beijo homossexual feminino do cinema foi na obra alemã “Meninas de Uniforme”. Já em terras tupiniquins, um dos primeiros beijos gays no cinema brasileiro aconteceu em 1979, entre Tunico Pereira e Anselmo Vasconcelos, em “República dos Assassinos”, do diretor Miguel Faria Jr (FLORES, 2017).

3.3 História do biquíni: Uma Invenção Revolucionária

A Pajaris traz a revolucionária história do biquíni, considerada uma das invenções mais importantes da moda e um marco na história do mundo. Fatos curiosos como sua revelação na década de 40 em Paris e o lifestyle praiano brasileiros, onde o traje se popularizou de verdade, vão ser contados aqui – mostrando que apesar dos 73 anos, essa peça icônica se mantém no auge (MALAGOLINI, 2020).

Foi em 1946 que o engenheiro automotivo francês Louis Réard, que na época administrava a loja de lingerie da mãe, apresentou duas pequenas peças. Em Paris, ele proveu o traje ao “menor maiô do mundo”. Ao mesmo tempo e sem saber, o designer de moda Jacques Haim estava trabalhando num design semelhante (MALAGOLINI, 2020).

Com tanta polêmica, Reard teve dificuldades em achar uma modelo profissional que ousasse estrear a peça escandalosamente mínima. Ele então ele chamou Micheline Bernardini, uma dançarina do Cassino de Paris, que não tinha pudores em aparecer seminua em público. Em alusão às manchetes que ele sabia que conquistaria, Reard estampou as peças com notícias de jornal. O biquíni foi um sucesso imediato, especialmente entre os homens, e a jovem recebeu cerca de 50 mil cartas de fãs. Um divisor de águas. Contudo, este não é o único registro do biquíni nessa época. Em Pompeia, também na Itália, arqueólogos descobriram várias estátuas da deusa Vênus vestida de biquíni. E apenas seiscentos anos antes disto, o filósofo grego Demócrito formulou a teoria atômica do cosmos, que explicava que nosso mundo era feito de pequenas partículas invisíveis em constante movimento (MALAGOLINI, 2020).

Com as conquistas femininas, a moda praia evoluiu e começou a ganhar a cara que conhecemos hoje. Nos anos 50, virou elemento sensual na publicidade, com as divas do cinema americano e as pin-ups. Em 1956, a Brigitte Bardot eternizou a peça, no filme “E Deus Criou a Mulher”, ao usar um modelo xadrez vichy. A final da década, por Carmem Verônica e Norma Tamar, que juntavam multidões nas areias em frente ao Copacabana Palace, no Rio de Janeiro (MALAGOLINI, 2020).

Nos anos 60, Helô Pinheiro democratizou de vez o uso do biquíni e desfilou os mais diferentes biquínis pelos calçadões cariocas. Jânio Quadros, ex-governador de São Paulo, é eleito para a presidência da República em 1960 e, durante seu curto mandato, proíbe o uso de maiôs em concursos de beleza e o uso de biquínis nas

praias. Foi em 1972 que uma pequena modificação numa peça causou euforia mundial: nessa década as brasileiras já usavam os biquínis um pouco menores, fugindo dos padrões europeus e americanos e muitas marcas cariocas de moda praia já estavam começando a criar seu estilo (MALAGONILI, 2020).

Uma das aparições mais famosas nas areias tupiniquins foi da atriz Leila Diniz. Ela ostentou sua gravidez de oito meses na praia de Ipanema usando um biquíni. A imagem se tornou símbolo da liberação feminina dessa década. Com a chegada dos anos de 1990, a história do biquíni no Brasil se consolidou no mercado com um verdadeiro arsenal para o beachwear. Foi aí que surgiram as saídas de praia, sacolas coloridas, chinelos, óculos, chapéus, cangas e toalhas (MALAGOLINI, 2020).

3.4 1960: Primeira pílula anticoncepcional chega ao mercado

No dia 18 de agosto de 1960 foi lançado o contraceptivo oral Enovid-10 nos Estados Unidos. A pílula significaria uma verdadeira revolução nos hábitos sexuais do mundo ocidental. Um dia histórico e um tremendo passo à frente": foi com essa manchete que a revista Der Stern anunciou, na década de 1960, o lançamento do contraceptivo oral no mercado alemão. Tudo havia começado no início dos anos 1950 nos Estados Unidos. A feminista Margaret Sanger e a milionária Katherine McCormick haviam se unido para inventar uma pílula contra a gravidez que fosse fácil de usar, eficiente e barata (HARTL, 2018).

O cientista Gregory Pincus aceitou o desafio. Mas tinha que trabalhar às escondidas, pois os contraceptivos estavam oficialmente proibidos nos Estados Unidos até 1965. Ele alegou tratar-se de uma pesquisa para aliviar os sintomas da menstruação e encerrou seu trabalho cinco anos depois de iniciar as pesquisas. No dia 18 de agosto de 1960 lançou o novo produto no mercado norte-americano: o Enovid-10 (HARTL, 2018).

Na Alemanha, a pílula apareceu apenas em 1º de junho de 1961, quando foi lançada pela Schering com o nome de Anovlar. Eram pequenos comprimidos verdes, cuja bula, naturalmente, vinha com a indicação "para aliviar os sintomas desagradáveis da menstruação" (HARTL, 2018).

3.5 A Revolução Sexual dos anos 60

O sexo antes dos anos 60 era tratado apenas como meio de reprodução. A pílula significou uma reviravolta no conceito de sexualidade, pois o casal podia passar a manter relações sexuais apenas por prazer. A demanda aumentou muito a partir de 1965 na Alemanha. Ao mesmo tempo em que a indústria farmacêutica enriquecia, os homens começaram a se preocupar com a fidelidade de esposas e namoradas (HARTL, 2018).

O auge da pílula anticoncepcional veio a seguir, com Woodstock e os hippies, a efervescência do movimento estudantil e o avanço do feminismo. Em pouco tempo, no entanto, começaram a ficar claros os efeitos colaterais, como mal-estar e ganho de peso. Os laboratórios continuaram pesquisando e criaram a mini e a micropílula (com dosagens hormonais menores), a pílula do dia seguinte, o adesivo e o implante com hormônios. Os anticoncepcionais deram às mulheres mais controle sobre os próprios corpos: agora elas podiam se concentrar em sua educação e estudos acadêmicos, em vez de em ter filhos (HARTL, 2018).

A partir de meados dos anos 60, a onda sexual inundou também a mídia. Em campanhas publicitárias, jornais e, claro, na pornografia, havia mais pele feminina à mostra do que nunca. Os reformadores sexuais da Alemanha, encabeçados pelo educador e autor de numerosos livros Oswalt Kolle, passaram a usar o cinema como instrumento de esclarecimento sexual (BAUMANN, 2018).

No entanto, os revolucionários nas escolas e universidades foram ainda mais adiante. Como explica Heider, sua meta era conectar a revolução social, que já estava em andamento na Alemanha, com uma revolução cultural e sexual.

A utopia deles era uma sociedade igualitária, em que amor e sexualidade fossem libertados das cadeias morais da Igreja e do Estado. Matrimônio tradicional e vida familiar deveriam ser substituídos por relações novas, mais pessoais, expressões de amor e encontros sexuais (BAUMANN, 2018).

Repúblicas aproximavam jovens solteiros em alojamentos compartilhados. Esse novo arranjo permitia experimentos com promiscuidade, fornecia uma alternativa para o modelo aceito de vida amorosa e familiar. Seminários e grupos de estudo foram formados para discutir práticas e problemas sexuais. "E se alguém ficava grávida por acidente, podia fazer um aborto sem peso na consciência", enfatiza Baumann (2018). O tabu sexual estava quebrado, agora a questão era prazer, não procriação. Em seu livro de 2016 *Untenrum frei* (Livre lá embaixo, em tradução livre), a autora Margarete

Stokowski analisa: "Era uma geração tentando se mostrar diferente de todos os que haviam participado do maior crime da história da humanidade".

A referência é, obviamente, à era nazista, que fora uma sombra sobre a geração anterior. "Frases como 'Faça amor, não faça a guerra' visavam deixar claro que o sexo era o bem, que liberava a gente para poder enfrentar os vilões", diz a autora. Para as mulheres, contudo, essa liberdade sexual veio acompanhada por novas pressões: a não conformidade à imagem de sexualmente emancipada podia significar ser tachada de reprimida ou pudica. Dentro da própria revolução, as mulheres ainda ficavam basicamente relegadas ao segundo plano das reuniões (BAUMANN, 2018).

Como descreve Stokowski, esperava-se delas "antes datilografar os panfletos do que levantar a voz". Um dos problemas era a sexualidade estar sendo revolucionada enquanto os papéis de gênero permaneciam inquestionados. Isso mudaria finalmente na "segunda onda" do feminismo. Na Alemanha, ela foi desencadeada em 13 de setembro de 1968, quando uma mulher, Sigrid Rieger, atirou tomates na liderança da união estudantil SDS, por a assembleia ter se recusado a discutir as reivindicações de seus membros do sexo feminino (HARTL, 2018).

O sexo evoluiu da condição de pecado para a de manifestação inevitável e saudável de vida. A tolerância em torno dele, seja profissional, seja amador, tornou-se universal. Apenas nas sociedades pré-modernas, em que o fundamentalismo religioso e os comportamentos tradicionais ainda vigoram, persistem a proibição sexual e as patrulhas do comportamento. Mesmo em países como Arábia Saudita e Irã, a repressão ao sexo está sob pressão (RICARDO, 2015).

Os fatores que levaram às mudanças na Europa do século XVII – o crescimento das cidades, a educação das mulheres e a difusão incontrolável das ideias – estão presentes também nessas sociedades. É impossível afirmar que o resultado será o mesmo, mas parece provável. A única forma de progresso inventada pela humanidade exige um grau cada vez maior de liberdade para homens e mulheres. E mais liberdade, como ficou claro em 1700, quando houve o início das discussões sobre liberdade sexual, leva, inevitavelmente, a mais sexo (MARTINS, 2013).

Na imagem a seguir, podemos ver uma interessante linha do tempo:

Figura 1 – 300 anos em busca do prazer
Os fatos e ideias que
fizeram a liberdade sexual



- **1700**
Os iluministas intuem que o sexo faz parte da natureza e é essencial à felicidade



- **1905**
Com os *Três ensaios sobre a sexualidade*, Sigmund Freud põe o sexo na raiz da psicologia humana



- **1948**
Alfred Kinsey publica um relatório que mostra a vida sexual dos americanos como ela era de verdade



- **1968**
Na França e no resto do mundo, os estudantes lutam para poder fazer sexo e política como quisessem



- **1979**
75 mil pessoas participam, em Washington, da marcha pelos direitos de gays e lésbicas

Fonte: MARTINS, 2013.

3.5.1 Leila Diniz

Ainda hoje, os posicionamentos da artista são recordados como fundamentais para a quebra de alguns tabus e na mudança da sociedade do final da década de 60 e início da década de 70, ainda fortemente marcada pela aceitação do machismo e do sistema patriarcal (ASSIS; SANTOS, 2017).

Carlos Drummond de Andrade a homenageou com poesia. Martinho da Vila, Erasmo Carlos, Rita Lee, Elton Medeiros, Paulo César Pinheiro, Carlinhos Vergueiro e Taiguara o fizeram em canções. Milton Nascimento se valeu de um delicado poema de Leila Diniz (1945-1972) para criar a música “Um Cafuné na Cabeça, Malandro, Eu Quero Até de Macaco”, título pinçado de um bordão da própria protagonista, e que ajuda a entender um pouco de sua personalidade (ASSIS; SANTOS, 2017).

Não bastasse isso, a histórica entrevista para “O Pasquim”, recheada de palavrões censurados e onde Leila pregava, principalmente, o “amor livre” e a “liberdade sexual da mulher”, gerou uma enérgica reação do regime militar em vigência. Meses após a publicação da entrevista, em meio à ditadura militar, foi aprovado o Decreto 1.077, conhecido por Decreto Leila Diniz, em que se instaurava a censura prévia à imprensa em todo o país. Nessa época, Leila foi perseguida politicamente e chegou a perder contratos profissionais, precisando se esconder no sítio do apresentador Flávio Cavalcanti (MIRANDA, 2017).

Grávida de sua filha Janaína e casada com o cineasta Ruy Guerra Leila escandalizou o país, ao exibir sua gravidez, usando um reduzido biquíni na praia de Ipanema. A fotografia foi estampada em inúmeros jornais e revistas. Naquele tempo, as grávidas, quando iam à praia, usavam uma cortininha sobre a barriga. Seu corpo à mostra a consolidou como precursora das transformações da condição feminina. Com a imagem, a atriz despertava novamente questões relacionadas à libertação da vida sexual e também enfrentava estigmas e proibições associados ao corpo da mulher, sendo eleita mais tarde como a Grávida do Ano no programa do Chacrinha. Quando Janaína nasceu, a atriz provocou uma nova polêmica ao amamentar sua filha diante das câmeras (MIRANDA, 2017).

No auge de sua beleza e popularidade, quando voltava da Austrália, onde acompanhou sua premiação do festival de cinema de Melbourne, o avião da Japan Airlines caiu em Nova Deli, Índia, no dia 14 de junho de 1972. Sua morte precoce no

ano seguinte fortaleceu sua imagem de mulher libertária que prevalece até os dias de hoje.

3.5.2 David Bowie

David Bowie foi uma grande face para a Moda sem intitulações de gênero e padrões pré estabelecidos ganharem forma. Ele foi um dos nomes mais importantes da história do rock, ele revolucionou a moda quando, em 1972, assumiu seu alter ego, Ziggy, um rock star vindo do espaço, que cantava sobre um futuro decadente em *The Rise and Fall of Ziggy Stardust and the Spider from Mars*. Ele fez muitas experimentações musicais e estabeleceu diálogo com artes plásticas, cinema, moda e outras expressões artísticas. Um de seus maiores legados, no entanto, dizem respeito à liberdade sexual e androginia, do qual foi pioneiro e um dos principais embaixadores (VASONE, 2016).

Além dos hits que influenciaram gerações, o cantor britânico deixou seu legado na arte e na moda com figurinos e maquiagens questionadores, que abordavam a questão do gênero de maneira direta e provocadora. A cada novo álbum, um novo personagem tão vanguardista quanto o anterior. Em 1972, declarou-se gay em uma entrevista ao jornal *Melody Maker*, coincidindo com o lançamento de *Stardust*, sua personalidade andrógina. Quatro anos depois, ele disse à revista *Playboy* que era bissexual, mas anos mais tarde disse que à revista *Rolling Stone* que "sempre foi um heterossexual no armário". Na moda e na música, Bowie sempre soube se reinventar sem ficar preso a padrões (VOGUE, 2016).

Em 1973, para a sua turnê *Aladdin Sane*, Bowie utilizou um conjunto preto de vinil com listras brancas, inspirado no teatro kabuki. Nos anos 70 ele, conhecido como Camaleão, já mostrava a liberdade de ser homem, mulher ou uma mistura indefinida de ambos com a possibilidade transgressora de não precisar se encaixar em nenhuma definição. A teatralidade, o jogo entre masculino e feminino: o camaleônico artista reinventou seu estilo ao longo de sua carreira com figurinos que se tornaram ícones. O traje, cujas calças tinham a forma de um disco gigante, foi criado pelo japonês Kansai Yamamoto (sem parentesco com o compatriota Yohji Yamamoto), cujo trabalho Bowie tinha descoberto em um desfile em Londres dois anos antes (VOGUE, 2016).

Inicialmente, o figurino era uma criação para mulheres. "Mas Bowie nunca deixava as ideias dos outros ou as normas sociais interferissem no que ele queria fazer", assegura

Victoria Broackes, curadora da exposição "David Bowie is", que passou por várias capitais nos últimos anos. "Bowie representa uma ideia de liberdade: ser o que você quer, vestir-se como homem ou mulher, ser homossexual ou heterossexual, o que é uma mensagem extremamente importante e libertadora", comentou (VASONE, 2016).

Seu estilo era o *glam*, usava vestidos e macacões, *collants*, saltos altos brilhantes. Seu cabelo era curto e pintado de vermelho. Quando usou o tapa-olho que virou o símbolo do glam rock, e o visual pirata assim como o raio, foi muso e inspirador para diversos editoriais de moda, era o fim da barreira entre a roupa masculina e feminina, é a moda *genderless* (neutralidade de gêneros) de hoje. No começo dos anos 80 já estava diferente, usava roupas largas e pouco brilhantes, foi sua fase minimalista muito antes disso virar moda nos anos 90. O cabelo era curto e loiro. Sabia se reinventar como poucos (VASONE, 2016).

Nos anos 90 pediu ao Alexander McQueen (estilista britânico já falecido), que na época era jovem e pouco conhecido no mundo da moda, para criar um casaco nas cores da bandeira da Inglaterra e todo coberto com marcas de cigarro. No fim dos anos 90 começou a usar peças mais clássicas como os *blazers* coloridos. Nos anos 2000 abandonou os *looks* exóticos e adotou um estilo mais clássico com ternos bem cortados e alinhados. Foi a era da alfaiataria (VASONE, 2016).

"Ele foi relevante em vários períodos, os influenciando até os criando musical, intelectual e humanamente. Pessoalmente fui muito influenciado por sua criatividade, sua extravagância, seu senso de moda, brilho, elegância e jogo de gêneros", diz Jean Paul Gautier, resumindo a importância do músico no mundo da moda (KIMURA, 2016)

Em 2013 a exposição "*David Bowie is*" viajou o mundo com mais de 300 objetos relacionados ao músico entre trajes, fotos e instrumentos. No museu Victoria e Albert em Londres, bateu o recorde de bilheteria. Em São Paulo no MIS (Museu da Imagem e do Som) em cartaz no ano de 2014. A influência de David Bowie continua forte ou talvez ainda mais viva depois de sua morte. Seu estilo tem sido adotado em várias coleções das últimas temporadas "Inverno 2017" de forma declarada ou não. Marcas como Vivienne Westwood, Balenciaga e Maison Margiela adotaram esse ano plataformas exageradas, botas e sandálias que vão do couro com *glitter* ao veludo molhado. Bowie soube muito bem utilizar a sua imagem. Por quase cinco décadas ditou tendências, marcou o *glam rock* e inspirou nas semanas de moda das passarelas internacionais. Deixou sua marca registrada (KIMURA, 2016).

4. GÊNERO E MODA NO SÉC XXI – ANDROGINIA, DRAG QUEEN E MODA AGÊNERA, REVISTA VOGUE

4.1 Nomes na música e na mídia que revolucionaram o mercado da moda e a expressão artística do século XX e início do século XXI

O capítulo que segue explica de forma minuciosa altos nomes da música mundial e a forma como a Moda esteve presente para chocar a população e fazer valer a imagem feminina. Madonna, com seu estilo icônico começou a década com muito glamour cantando Like a Virgin no primeiro MTV Video Music Award, e no final dos anos 80 causou frisson com o hit Like a Prayer, fazendo altas críticas à Igreja Católica e ao racismo da época (SIMÕES, 2010).

Suas roupas demonstravam todo o seu ímpeto rebelde, realçando a volúpia do corpo e passando aos fãs uma imagem audaciosa. Cyndi Lauper com o sucesso Girls Just Wanna Have Fun, entoava a liberdade feminina no jeito de agir e vestir-se. Rita Lee, como um dos símbolos de sensualidade, fazia turnê nos anos 80 com a música Doce Vampiro. O “Furacão Joplin” foi historicamente cravado no mundo do Rock quando Janis Joplin apresentou Ball & Chain no festival Pop de Monterey. Entre outros brilhantes nomes, pode-se citar que, no mundo da música e de todos os ramos artísticos no século XX e XXI, estão traçando caminhos para estabelecer conceitos de vestimenta e imposição da mulher no mundo patriarcal (SIMÕES, 2010).

4.2 A Influência de Madonna no mundo da moda

Aos 60 anos, a eterna rainha do pop continua lançando tendências. Sempre se reinventando, Madonna é uma das figuras mais icônicas vivas atualmente e tem grande influência em muito do que vemos no mundo da moda. Na década de 80, seu look era montado com laçarotes, camisas cropped, leggings diversos, luvas de renda, crucifixos, colares e pulseiras extravagantes, e cabelos armado com muito laquê. Basicamente tudo o que as pessoas usam hoje em dia pode ser considerado reflexo de uma cultura muito influenciada pela diva do pop (MALTA, 2018).

Quando lançou o álbum “*True Blue*”, por exemplo, a cantora era outra de novo. Agora com cabelos curtos e platinados e sobancelhas bem grossas, Madonna novamente virava pauta em milhares de revistas e programas de televisão e tudo o que usava ia para as ruas pouco depois. Suas camisetas lisas com frases debochadas

escritas eram tendência na época, e adivinha: ainda são referência para muitas peças que vemos hoje em lojas populares. Assim, podemos ver que a cantora Madonna é referência no mundo da moda (MALTA, 2018).

Com sua estreia em 1982, Madonna já foi influência logo nos primeiros anos de carreira, principalmente para as mulheres do movimento punk, iniciado nos anos 70. Lenços na cabeça, colares e crucifixos, roupas pretas e ousadas, cropped, meias-calças, botas de cano longo, saias de prega e, claro, os sutiãs em cone. Quem é capaz de negar a enorme influência da diva em muitas das tendências que até hoje se identificam com o movimento punk? (MALTA, 2018)

Desde a meia-calça arrastão, novamente nas passarelas e nas ruas, a blusa de telinha, o sutiã usado como top e não apenas como roupa íntima... Todo um referencial vindo da imagem de uma única pessoa que, com seu jeito despojado e único, conquistou não apenas fãs por conta de sua música, mas também por seu jeito de ser e de se vestir. E se o que vestimos é um pouco do que somos, quem nunca quis ser a Madonna, não é? (JULIA CLOSET, 2018)

Uma das heranças de Madonna ao mundo da moda foi a parceria com o estilista francês Jean Paul Gaultier, de onde nasceu o icônico corset com sutiã em formato de cone, que a cantora usou pela primeira vez em 1990 durante sua turnê. Apesar de não ser uma tendência tão popular, devido à sua excentricidade, foi o que tornou a diva pop a pura representação de sex appeal da época, assim como Marilyn Monroe antes dela (JULIA CLOSET, 2018).

Falar de moda é importante, mas Madonna foi além. Ela influenciou o comportamento e a forma de pensar de milhares de meninas ao redor do mundo. Com seu jeito transgressor, muitas vezes alvo de críticas, Madonna transitou por muitas fases durante sua vida, tornando fácil que qualquer uma se identificasse, em algum ponto, com ela. E essa identificação atuou de muitas formas: na moda, no comportamento, no pensamento e na atitude. Por nunca ter deixado de ser quem é e representar muito ao mundo do pop, a cantora nunca deixou de ser referência, mesmo nos dias de hoje (JULIA CLOSET, 2018).

4.3 A influência de outras estrelas no mundo da moda

4.3.1 Cyndi Lauper e sua Influência na Moda

Ícone dos anos 1980, Cyndi Lauper faz 65 anos nesta sexta-feira (22.06). A cantora foi uma das personalidades que revolucionaram a moda e o lifestyle de sua era. Cyndi foi uma das primeiras mulheres a aproveitar o impulso da influência da MTV, que a transformou em uma estrela. Estudante de artes, encantou o mundo com suas roupas de brechó. Seu primeiro álbum, “She’s So Unusual”, teve cinco músicas de um mesmo álbum no topo das paradas (marca que a posicionou com a primeira mulher a conquistar o feito), incluindo “Girls Just Wanna Hava Fun” e “Time After Time” (POLETTO, 2017).

Influência para os dias atuais, Cindy foi uma das pioneiras a pintar o cabelo de cores inusitadas. Rainha dos acessórios, usava colares, pulseiras, anéis e brincos, todos juntos e misturados. A cantora definitivamente não conhecia a frase “menos é mais”. E a maquiagem não passava despercebida. Sombra azul? Blush em tom arroxeadado? A cantora já trabalhava em sua make colorida antes de ser hit nos dias de hoje. Cyndi Lauper também já usava peças temáticas, como a de marinheiro que exibiu em 1985. Em 2007, a nova-iorquina, do Queens, produziu a turnê “True Colors”, que visitou 15 cidades nos Estados Unidos a fim de arrecadar fundos para a comunidade LGBTIQ (POLETTO, 2018).

4.3.2 Carmen Miranda

Além de sua enorme carreira que partiu do Brasil e chegou até a Broadway, de 1930 a 1950, Carmen, ainda nos anos 40, conquistou o maior salário pago a uma mulher. Trabalhou no rádio, no teatro de revista, no cinema e na televisão, colocando a cultura latina no mapa, sempre deixando clara a sua raiz brasileira. Com o apelido de *Brazilian Bombshell*, Miranda é conhecida por seus figurinos extravagantes e seu chapéu de frutas – que ela costumava usar em seus filmes estadunidenses. Tais peças, suas marcas registradas, criaram um divisor no tempo, mostrando sua importância para a valorização da moda e da cultura latina (MALVA, 2018).

4.3.3 Marilyn Monroe

Em seus anos no cinema, Marilyn se tornou um grande ícone da cultura pop e um dos maiores símbolos sexuais da história. Além de seu corpo, muitas queriam

atingir seu estilo de vestimenta. Desde quando ditou padrões até hoje, a atriz continua como uma das maiores referências. Norma Jeane Mortenson, como era chamada ao nascer, possui uma das fotos mais icônicas da história e ainda dita os estilos de muitas mulheres (MALVA, 2018).

4.3.4 Naomi Campbell

Surgida em 1980, junto com muitas outras *Top Models*, Naomi foi homenageada e reconhecida oficialmente pela CFDA (Council of Fashion Designers of America) como ícone fashion. Iniciou sua carreira aos 15 anos e se tornou uma supermodelo bastante influente na moda, além de atriz. Foi a primeira mulher negra a protagonizar a capa da Vogue e na Times. Em 2008, ainda, surpreendeu o público ao posar com os seios à mostra para a edição de dezembro da Vogue russa. Naomi também contribuiu, através da UNESCO, com fundos para a construção de jardins de infância em países pobres (MALVA, 2018).

4.3.5 Gisele Bündchen

Uma das supermodelos mais influentes da atualidade, o comportamento e a beleza de Gisele, tanto nas passarelas como fora delas, a transformaram em um ícone no mundo da moda. A *Top Model* é referência para muitos jovens. Estrelou milhares de campanhas, e foi tida como a *Top Model* mais bem paga de 2014 a 2016. Sua fortuna foi avaliada em 150 milhões de dólares, e a modelo apareceu em 2007 no *Guinness Book* como a modelo mais rica do mundo. Com mais de 500 capas de revistas em seu currículo, é a terceira personalidade feminina da história com mais capas com sua imagem, depois da Princesa Diana e Britney Spears (MALVA, 2018).

4.3.6 Winnie Harlow

Winnie é a modelo porta-voz do público com vitiligo. Como se não fosse suficiente, é a primeira modelo com essa condição a ter reconhecimento mundial. Além de ser inspiração para muita gente e também um ícone da moda atual, ela ganhou destaque como concorrente no vigésimo primeiro ciclo da série de televisão norte-americana *America's Next Top Model* (MALVA, 2018).

4.4 Andrógino – A história do conceito e significado

Definição de “andrógino”: que reúne os dois sexos; que é comum ao homem e à mulher. Atualmente, o conceito de “andrógino” refere-se popularmente mais a uma qualidade estética. Costumamos dizer que uma pessoa é andrógina quando existe uma dúvida, a partir de características estéticas como traços e formato do rosto ou corpo, na hora de identificar o seu sexo. Essa dúvida pode não ser tão gritante. A identificação pode ser imediata, mas a presença de elementos do outro sexo gera várias interpretações. É como olhar para um rosto e ele estar em constante movimento; ora você detecta elementos femininos, ora masculinos. Os traços ora harmonizam-se, ora confundem-se. O que parecia tão certo já não o é mais. Surgem então os mistérios do “andrógino” (SILVA, 2019).

4.4.1 O ser andrógino na antiguidade

Historicamente falando, a figura do andrógino é encontrada em diversas culturas. Na Antiguidade, o andrógino significava a fusão de opostos e a conjunção dos sexos. Em todas as épocas e civilizações têm havido cultos às divindades andróginas. De acordo com Mircea Eliade, autora do livro *Mythes, Rêves et Mystères* (Mitos, Sonhos e Mistérios), “a androginia é uma forma universal e arcaica de exprimir a totalidade e a coincidência dos contrários”. O tema continua sendo discutido pela psicologia, apesar de no nosso século a figura do andrógino ter sido um pouco desprezada pela constante relação com o homossexualismo, de certa forma ainda marginalizado (SILVA, 2019).

Em “O Banquete”, de Platão, Aristófanos diz que Eros, o primeiro dos deuses, tinha ambos os sexos. Diferente de hoje, havia na época três gêneros: o macho, a fêmea e o andrógino. O comportamento rebelde de Eros contra o Olimpo é o que origina a separação dos seres. Após longa reflexão, na dúvida sobre que destino os daria, Zeus opta por enfraquecê-los, reduzindo cada ser à metade, já que eram formados pela junção de dois (homem-homem/mulher-mulher/homem-mulher, o ser andrógino). Atitude um tanto sábia, pois ao mesmo tempo que estariam mais fracos, teriam mais a oferecer, já que estariam em maior número. Cada um andaria ereto sobre suas duas pernas. Separados de sua metade, os seres decidem buscá-la. Os que eram homens buscam uma metade de homem, os que eram mulheres buscam

uma metade mulher e os andróginos procuram cada um à sua metade oposta (TEIXEIRA, 2012).

As referências com relação à androginia não param em “O Banquete”. No budismo existem representações andróginas de Bodhisattv (aquele que devota sua vida em ajudar outras pessoas). Já no hinduísmo, Shiva e Shakti, os primeiros deuses de algumas versões da cosmogênese hindu, formavam, no princípio, um só corpo, na manifestação chamada Ardhanarisha, o “Senhor Meio Mulher”. E na Babilônia, o deus Lua Sinn era chamado como “Ó, Mãe-Útero, geradora de todas as coisas, Ó, Piedoso Pai que tomou sob seus cuidados o mundo todo” (TEIXEIRA, 2012).

4.4.2 O ser andrógino no rock

Mais perto da nossa contemporaneidade, o rock também teve vertentes que flertavam com a androginia. Uma delas, o glam rock, predominante na década de 70, era caracterizado principalmente pelas performances no palco e pelo visual. Muita maquiagem, roupas carregadas de plumas e paetês conferiam aos músicos um ar andrógino, fazendo sucesso entre homens e mulheres (TEIXEIRA, 2012).

Sem dúvida, o maior expoente desse movimento foi David Bowie. Seu visual andrógino, seus figurinos extravagantes e a incorporação de personagens paralelos, como Ziggy Stardust, transformaram David Bowie em um espetáculo teatral à parte. Como explicado claramente no filme “Velvet Goldmine”, que aborda o estouro do glam rock nos anos 70, o comportamento andrógino tornou-se uma febre, com jovens do mundo todo pintando seus lábios, unhas e raspando suas sobrancelhas. A maquiagem e o glitter eram as ferramentas da transgressão (BRANDEMBERG, 2016).

A estética andrógina dos músicos ajudava a confundir as pessoas quanto suas preferências sexuais. Talvez porque a androginia tenha sido sempre um fator de total comprometimento com a sexualidade humana. Mick Jagger disse uma vez em 1985, deixando, como a própria androginia o faz muito bem, um certo quê de ambiguidade: “Sou decididamente heterossexual, mas é claro que houve um tempo quem flertei com a androginia, e daí?” Ainda na música, não podemos esquecer do maquiado Boy George, ícone dos anos 80, e do excêntrico Marilyn Manson, que já exibiu seu corpo nu, sem pelos e com seios em um de seus mais recentes trabalhos, deixando muita gente confusa e boquiaberta (BRANDEMBERG, 2016).

4.4.7 O ser andrógino na psicanálise

A androginia não está apenas no campo estético: ela nos insere no campo da sexualidade quando associada à nossa multiplicidade. A sociedade, por sua vez, exerce um peso muito grande neste campo. Ser homem ou ser mulher significa desempenhar uma série de papéis sociais, cumprir exigências e se submeter à uma identidade sexual que nos faz felizes. Entretanto, a angústia aparece diante das nossas fantasias mais ocultas. Vem então a androginia e questiona toda esta sociedade de controle. Face ao determinismo, ela nos apresenta a indeterminação, que adquire uma estranha visibilidade a qual nossos olhos não estão acostumados: a da não identidade sexual. Faz as nossas certezas vacilarem diante da fascinação pela incerteza (BRANDEMBERG, 2016).

Independentemente de qualquer ponto de vista, o que está em jogo é a constante utilização de elementos que confirmam ao homem a capacidade de explorar a sua criatividade e suas potencialidades. Quanto mais mistérios e dúvidas encontrarmos pela frente, mais chances de formular novos pensamentos e combinações. Falar de androginia é falar do devir, este constante vir a ser que tanto nos amedronta e nos enfeitiça. Ser andrógino é parecer homem e mulher e planta e animal e bruxo e flor e sátiro e fauno, compondo uma estética singular, a estética da multiplicidade que vaga, vai por ali e por aqui sem precisar de modelos prévios para se movimentar, para acontecer. Assim pensando, o “andrógino”, em qualquer esfera de avaliação, só contribui para o aperfeiçoamento de nossa condição humana (BRANDEMBERG, 2016).

4.5 Androginia: A percepção do masculino e feminino

A androginia está nas evidências visuais e comportamentais, e não é uma tendência atual, há fatos que demonstram que está presente no ambiente social e na moda desde os mais remotos tempos, em cada período demonstrado e aceito de forma distinta pela sociedade vigente (OLIVETE, 2013).

O andrógino é aquele que tem características físicas de ambos os sexos. Entretanto, pressupõe-se que os andróginos sejam invariavelmente homossexuais ou bissexuais, o que não é verdade, a androginia é um caráter da aparência individual de uma pessoa, nada tendo a ver com a orientação sexual (ou identificação sexual). A imagem do andrógino sempre esteve presente no mundo das artes. Seja por motivos

políticos, sociais ou simplesmente estéticos. Muitas imagens que retratam fases históricas trazem em suas definições figuras humanas com traços dúbios, evidenciando características andróginas (OLIVETE, 2013).

Na década de 1920, com o início da liberdade feminina, as mulheres aparecem com cabelos curtíssimos. Surgem, no cinema, personagens masculinos, que fazem uso de maquiagem, mesmo não sendo socialmente, se faz presente. Com a 2ª Guerra Mundial, na década de 1940, ocorre a militarização da indumentária feminina, aparece o bifurcado (saia-calça) para andar de bicicleta e trabalhar. A escassez de tecidos e a inserção da mulher nas atividades até então ditas masculinas, levavam às roupas mais sóbrias e masculinizadas para as mulheres. Na década de 1950, a androginia fica por conta dos homens que adotam shorts curtos e roupas coloridas como parte de seu guarda roupa (OLIVETE, 2013).

4.6 Drag Queen – A Face LGBTQ+ Inspira a Nova Geração

4.6.1 Drag queens: a história da arte por trás de homens vestidos de mulher

Da Grécia Antiga aos dias atuais, como uma expressão artística foi revolucionada pela comunidade gay. Drag queen é definido como um homem que se veste de mulher, usando roupas exóticas e maquiagem carregada, como diversão ou a trabalho. Esta é a definição do dicionário. A palavra, porém, tem significado muito maior e foi aderida pelo mundo inteiro para definir uma forma de arte (PINHONI; REGADAS; LIMA, 2017).

Desde que o mundo é mundo homens se vestem de mulher como uma forma de arte. Da Grécia antiga, quando nascia o teatro, ao Kabuki no Japão, os papéis femininos eram feitos por homens, já que mulheres eram proibidas de se apresentar no teatro. Os tempos mudaram, a arte drag também. Inclusive, Drag não é como diz a lenda uma anotação que Shakespeare costumava fazer no pé de página de seus textos para se referir a personagens femininos interpretados por homens. Drag vem do verbo em inglês “to drag”, arrastar em português. E se refere ao fato de que as longas roupas femininas arrastavam pelos palcos (PINHONI; REGADAS; LIMA, 2017).

Logo, drag virou um termo associado a homens vestidos de mulher. Quando esta arte foi aperfeiçoada pela comunidade gay no século 20, o queen foi adicionado. Dali não saiu mais:

Os gays, em seus processos históricos de construção de personalidade, sofreram bastante repressão em seus espaços de sociabilidade: família,

escola, mercado, relacionamentos amorosos, etc. Os gays afeminados acumulam ainda mais formas de discriminação, uma vez que as normas de gênero praticamente inferiorizam o homem que apresentar trejeitos e modos de se expressar femininos. Em países como os Estados Unidos e o Brasil, muitos gays se organizavam nos circuitos culturais de boates, festas privadas e outros tipos de eventos para brincar com os papéis de gênero. Além de suavizar o peso do estigma em suas concepções de sujeito, passaram a se tornar importantes espaços de profissionalização, pelo viés da arte (PINHONI; REGADAS; LIMA, 2017).

As drag queens encontraram lugar na cultura pop e estrelam programas de TV, figuram nas listas das músicas mais tocadas e tem festas lotadas. Mas nem sempre foi assim, com as drag queens circulando tão livremente pela cultura popular. O teatro grego tomava forma e nasciam atores e personagens. Na época, somente homens podiam interpretar e com isso as personagens femininas eram vividas por homens vestidos como mulheres. Já na Inglaterra, os papéis femininos escritos pelo autor inglês eram interpretados em geral por adolescentes ou meninos vestidos de mulher. Acredita-se que papéis femininos mais importantes eram deixados para atores mais qualificados, mas não para mulheres (PINHONI; REGADAS; LIMA, 2017).

Na Europa entre os séculos XVIII e XIX, com mulheres cada vez mais presentes no teatro, vestir-se de mulher para interpretação passou a ser por motivos cômicos e para sátiras. Os homens que se vestiam de mulheres passaram a integrar as peças como uma categoria diferente de atores. Maquiagem exagerada, vestimentas parodiando o estilo da alta sociedade e um humor afiado fizeram esta figura comum para o público e sucesso de crítica (PINHONI; REGADAS; LIMA, 2017).

Estas “damas” do teatro, passaram a se apresentar em clubes também. Mas as duas guerras mundiais transformaram o cenário mundial e a mulher assumiu nova posição social e a posição da drag queen também foi revista. Aos poucos também passou a estar associada ao homem homossexual (PINHONI; REGADAS; LIMA, 2017).

Nos Estados Unidos da América e na Europa no século XX, com a chegada da televisão, o teatro virou lugar do glamour, dos musicais e as “damas” perderam espaço. Elas assumiram uma postura diferente, personificando as mulheres de forma glamurosa. Nos anos 60, a cultura pop surgiu nas grandes metrópoles e com ela uma abertura maior em relação a comunidade gay. Apesar disso, os bares gays eram relegados a áreas periféricas das cidades, mas foi neste cenário que as drag queens encontraram o caminho para seu retorno. Era nos clubes, que as “novas drags”

achavam espaço para se “montar” e fazer apresentações que remetiam aos ícones do cinema e da música da época (NASCIMENTO, 2016).

Já nas décadas de 70 e 90, as drags viraram símbolo da luta pelos direitos LGBTQ, mas com o avanço da AIDS a comunidade foi mais uma vez relegada a espaços de nicho e as drags voltaram para os clubes. A arte passou a ser valorizada de novo especialmente por causa de Hollywood nos anos 90. “Priscilla, a rainha do deserto” ajudou a levar a arte drag para o grande público novamente. Mais uma vez à frente da luta pelos direitos LGBTQ, as drags ajudaram a popularizar as paradas gays ao redor do mundo. O americano RuPaul surgiu como a drag queen superstar: pose de modelo, cantora, personalidade, apresentadora, amiga dos famosos (PINHONI; REGADAS; LIMA, 2017).

Nos anos 2000, por sua vez, com a cultura pop cada vez mais disseminada com ajuda da internet e a comunidade gay mais participativa e abraçada por artistas e pelas artes, a cultura drag ganha o destaque que nunca teve. As drags estão na TV, na música, nas festas e ganharam status de artistas pop. Entretanto, em países como Japão, Indonésia e Índia, o teatro era considerado uma arte a ser passada de geração para geração e somente homens eram incentivados à prática. Os personagens femininos também ficavam a cargo deles. No tradicional Kabuki japonês, as mulheres chegaram a ser banidas durante um grande período por estarem associadas à prostituição (NASCIMENTO, 2016).

No Brasil, o cenário drag nacional acompanhou de modo geral o internacional. Na televisão, não era estranho homens fazendo papéis de mulheres, especialmente os comédicos. Durante o período da ditadura, a comunidade gay, e conseqüentemente as drags, perdeu espaço público. Nos anos 90, a cena renasceu e as drags ganharam espaço em clubes e boates gays, especialmente de São Paulo. Márcia Pantera, Sylvetti Montilla e outras fizeram história. Atualmente, São Paulo é o “centro” da cena drag brasileira com festas e uma boate especializada em shows das artistas (BARBOSA; ANDRADE, 2016).

4.7 Moda Agênera

Com a urbanização socioeconômica mundial no início do século XX, manifestou-se a necessidade de reestruturação dos papéis de homens e mulheres. Houve como consequência o avanço de ideais ocasionando o progresso da separação entre os gêneros e uma de suas maiores mudanças foi demonstrada através do

vestuário. Com a mudança histórica da indumentária masculina entrelaçando-se à feminina, as mulheres marchavam rumo ao mercado de trabalho e em busca da desconstrução ideológica que segue até hoje. Estruturava-se um gênero neutro, sem disparidade entre sexos, o que traria grande liberdade para a sociedade como um todo. Atualmente uma parcela da população se sente livre para se identificar não apenas com dois gêneros, feminino ou masculino, mas com uma gama imensa que incluem diversas categorias sociais (PERRIN, 2015). Redes sociais estiveram presentes na desconstrução de gêneros. O Facebook criou mais de 50 categorias de gênero para seus usuários e no Brasil foram criadas 17 categorias como homem transexual, travesti, mulher (trans), crossgender, neutro e sem gênero.

Muitas marcas como a italiana Gucci (VOGUE BRASIL, 2015), antes muito bem definidas e diferenciadas entre os gêneros masculino e feminino estão aderindo à moda sem gênero (aquela que pode ser utilizada por ambos os gêneros), lançando algumas peças ou coleções inteiras seguindo essa proposta.

Miuccia Prada, designer italiana (LEVY, 2015) afirma que “Cada vez mais, sentimos que é certo traduzir a mesma ideia e tendência para ambos os gêneros”. Outro exemplo é de uma das campanhas da grife francesa Louis Vuitton, de verão 2016, que mais repercutiram por ter um modelo masculino pousando em uma coleção feminina: a do ator Jaden Smith, fotografado ao lado de três modelos usando peças desfiladas por mulheres. Smith é uma celebridade heterossexual que transita livremente entre os gêneros na moda, usando peças independente do sexo.

Em 1960, surge o termo *unissex*, mas que foi brevemente caindo em desuso. Mais amplo e um pouco mais atual do que ele, o termo *plurisex* busca abranger uma ideia de inexistência de gênero ou de todos os sexos para uma mesma moda. Este também vem sendo substituído por nomes como gênero neutro, gender free, gender blur, gender-bender, agender, agênero, genderless ou moda não binária. Todos esses termos buscam defender a ideia de que cada indivíduo, seja do sexo feminino ou masculino, pode e deve vestir-se com o que bem entender, com o que lhe faz sentir-se bem, sem ter que se adaptar a estruturas pré-definidas.

Assim essa “nova moda” tende a descartar a necessidade que uma pessoa tem de recorrer ao guarda-roupa de outra, do sexo de nascimento oposto, a fim de encontrar peças que a façam se sentir feliz e completa em seu modo de expor sua identidade e aparência ao mundo (...) Na década de 1960, nos Estados Unidos, o

movimento feminista, alguns movimentos sociais, os movimentos das causas da comunidade LGBTQ e os relacionados à contracultura – como hippie e hip-hop – questionaram os papéis de gênero e o vestir masculino/feminino que nos enquadrava no sexo de nascença (MENDES, 2019).

A moral burguesa no início do século XX passava por um momento histórico e presenciava a falência de valores conservacionistas como a família heterossexual e a domesticidade feminina. A feminilidade e masculinidade deixam de ser elementos antagônicos para adaptarem-se em novos padrões – mulheres são incluídas social e politicamente em atividades externas ao lar, e vestir-se de maneira mais prática se torna necessidade. A Primeira Guerra Mundial mudou o papel social da mulher perante à sociedade, que ingressou no mercado de trabalho e tomou as rédeas do lar, sendo chefe de família. Assim, na década de 20, o vestuário feminino tornou-se mais austero e funcional, predominando silhuetas pouco volumosas (BARBOSA; ANDRADE, 2016). O comprimento das saias em geral diminuiu um pouco e, nos cortes dos casacos femininos, encontravam-se elementos do vestuário militar:

Muitos homens viam as ‘novas mulheres como concorrentes, tanto na vida profissional como na sexualidade. A segurança e a confiança que as mulheres mostravam abertamente, e que estavam na moda, não condiziam de maneira alguma com a imagem cândida da mulher das décadas anteriores. A nova imagem parecia desavergonhada e indecente. [...] A nova moda era frequentemente designada como masculina. (LEHNERT, 2001, p. 21).

Na Europa, o período ficou marcado pela figura da *garçonne* (ou *jeune fille*). O termo podia designar tanto uma jovem emancipada e independente como uma mulher que seguia a moda daquele momento, uma aparência que garantia um ar de menino – em francês, “*garçon*”. O visual *garçonne* desenvolveu-se durante os anos imediatamente após a Primeira Guerra Mundial e chegou ao seu auge em 1926, continuando, com poucas modificações, até 1929. Tratava-se de um “estilo jovial, meio moleque, que, por exigir uma figura pré-adolescente, trouxe uma mudança drástica no físico desejável para a moda” (MENDES, 2003, p. 53).

Os penteados também seguiram por uma linha mais jovem e andrógina. Se na década anterior o ideal de elegância feminino acentuava as formas, o novo ideal vigente conferia às mulheres uma silhueta de linhas retas e quadradas, com curvas dissimuladas. Um dos desenvolvimentos mais radicais para as mulheres foi a gradual aceitação das calças: muitas jovens começaram a usar peças bifurcadas em

atividades de lazer, na praia, e “à noite, em casa, na forma de conjuntos de pijama estampados, luxuosos” (MENDES, 2003, p. 52).

As calças femininas tinham corte folgado e distinguiam-se das masculinas por fechos laterais. Já para os homens, a moda da década de 20 não se afastou muito da descrição clássica que a caracterizava nas décadas anteriores. É importante salientar que os sinais de emancipação feminina haviam começado a se delinear antes mesmo da Primeira Guerra Mundial – mas a guerra intensificou e, naturalmente, acelerou um processo que já estava em curso, sobretudo ao impor a participação das mulheres nas vagas de trabalho deixadas livres pelos combatentes. Com isso, elas passaram não somente a desempenhar funções profissionais até então exclusivamente masculinas, mas também a tomar decisões – domésticas e profissionais – que não costumavam ser de sua alçada. O empoderamento feminino nessa década, nada tímido para os padrões da época, contribuiu para a quebra de diversas barreiras (BARBOSA; ANDRADE, 2016).

Os anos 60 viram outro auge da moda andrógina com a chegada da contracultura, do movimento feminista e de novas mudanças sociais. Impulsionadas pelo movimento feminista pós-década de 50 – período em que o glamour e a feminilidade, simbolizados pela silhueta com cintura marcada, foram novamente exaltados –, as mulheres se afirmaram cada vez mais em ambientes anteriormente só destinados aos homens – a ênfase da moda voltou-se novamente para a praticidade dos modelos (LAYER, 1989).

De maneira geral, a luta pela liberdade feminina e a igualdade social entre homens e mulheres fez com que o universo feminino aderisse cada vez mais ao vestuário masculino, criando novos modos de vestir. Nesse momento a moda unissex passa a ganhar força total, com a disseminação do uso, pelas mulheres, da calça jeans, golas polo e smokings (lançados para mulheres, em 1966, por Yves Saint Laurent e logo transformado em ícone da “elegância masculinizada”). No fim da década de 60 e início dos anos 70, o visual ‘menininha’ foi substituído por um estilo mais adulto.

O movimento hippie celebrava não apenas os cabelos compridos para homens (um dos mais evidentes sinais da rebelião jovem), mas também o caráter permissivo do movimento hippie, que adotava uma postura liberal em relação ao sexo e às drogas, e pregava o “amor livre”. A cena musical pop foi uma importante força

impulsionadora da moda no período, especialmente para o vestuário masculino. Quando os Rolling Stones se apresentaram, em 1969, no Hyde Park, em Londres, Mick Jagger causou comoção ao usar um “vestido de homem” criado pelo estilista britânico Mr. Fish: uma túnica branca com babados sobre uma calça boca de sino e, no pescoço, uma gargantilha de couro com tachas (PINHONI; REGADAS; LIMA, 2017).

Os expoentes principais do glam rock tomavam elementos até então restritos aos trajes femininos e os reformulavam, resultando em visuais andróginos, sexualmente ambíguos, sobretudo usando lurex, cetim e tecidos elásticos com lantejoulas. David Bowie, por exemplo, chamado de “o camaleão do rock”, deliciava seus fãs com uma profusão de elementos a cada rápida e surpreendente transformação de sua imagem, produzindo um impacto significativo sobre os estilos da década (PINHONI; REGADAS; LIMA, 2017).

No começo dos anos 80, como consequência da mudança de atitude dos homens em relação à sexualidade e aos seus próprios corpos, surgiram estilistas franceses (como Jean Paul Gaultier) especializados em roupas masculinas de vanguarda, fazendo um interessante contraponto às peças de corte sóbrio e elegante de italianos como Giorgio Armani. Estes conseguiram, de acordo com a crítica da época, romper uma das últimas barreiras entre a moda masculina e a feminina:

Muitos itens tradicionais do guarda-roupa do dândi aparecem nessas coleções: ternos brancos, coletes estampados ou floridos, colarinhos e punhos de renda, bordados e materiais femininos como cetim e seda. Enquanto, no passado, o dândi usava branco ou preto com toques discretos de cores fortes, os estilistas de vanguarda da década de 80 passaram a exhibir ternos e casacos em cores anteriormente reservadas às mulheres: salmão, amarelo e turquesa. [...] Cores diferentes do preto, do cinza e do azul-escuro não eram usadas na moda masculina (exceto pela roupa esporte), desde meados do século XIX. (CRANE, 1933, p. 386).

A moda da década de 1980 é definida e reconhecida pela exuberância, ostentação e extravagância no modo de vestir. O culto ao corpo e a popularização das academias provocou um verdadeiro boom em relação à moda esportiva. Faziam sucesso as ombreiras (indispensáveis ao “power dressing”, equivalente feminino ao visual executivo) e o uso contrastante de roupas largas e coladas. Os ombros marcados retomavam os propósitos de seu uso nos anos 40, quando a escassez e a recessão do período da Segunda Guerra Mundial demandaram novas atitudes femininas e, conseqüentemente, uma nova aparência (REIS, 2015).

Na música, surgiram figuras como Annie Lennox, vocalista da banda Eurythmics, de cabelo raspado, usando terno e gravata; o cantor Boy George,

vocalista da banda Culture Club, que sustentava um visual marcadamente andrógino; Grace Jones, com um corte de cabelo quadrado e seu guarda-roupa com elementos associados a ambos os gêneros; e Prince, com seu bigode bem desenhado, maquiagem e roupas espalhafatosas, cheias de detalhes brilhosos e aplicações (BARBOSA; ANDRADE, 2016).

Com toda a movimentação do mercado da moda em virtude da alta procura de tendências universais sem distinção sexual, grandes marcas voltaram suas produções para o novo público em ascensão.

4.7.1 Moda sem gênero – marcas nacionais brasileiras

No Brasil, uma das marcas brasileiras que pensou e colocou em prática pela primeira vez foi a Melissa, com a numeração sem distinção de gêneros, quando criou os calçados Flox e Grunge, que vão da numeração 34 ao 44. Os modelos foram feitos exatamente nas mesmas cores e modelos, sem diferenças (SANCHEZ, SMITT, 2016).

Igor Dadona, no ano de 2012 iniciou sua marca homônima dedicada a moda masculina, com utilização da alfaiataria aliada ao streetstyle e temas nada convencionais, a marca logo chamou atenção da mídia especializada, ganhando espaço entre as principais publicações nacionais e internacionais. Combinando técnicas da alfaiataria masculina e de materiais vindos do guarda roupa feminino, a marca apresenta silhuetas e exercícios de modelagem pouco convencionais, mas ainda assim possível para o homem moderno. Dadona é conhecido por fazer camisetas vestido há anos (CATARINA, 2020).

O estilista João Pimenta atua em meio à mistura de referências que a cultura brasileira oferece, cria peças com bordados, rendas e babados para homens em nome da aproximação dos gêneros (SANTOS, 2016).

Alexandre Herchcovitch, estilista que desfilou no São Paulo Fashion Week com a marca À La Garçonne, e pregou sustentabilidade e moda genderless na passarela afirmou:

Esse tema (genderless) é presente no meu trabalho em todo o tempo. Eu não penso em roupas para homem ou mulher, mas sim para uma pessoa, não importa qual o gênero dela. Se ela quiser consumir, está à disposição. Se um homem quiser comprar um vestido, a mulher quiser comprar um casaco masculino, para mim não importa (BARROS, 2017).

Outras marcas que se intitulam como moda agênera e que enquadram-se nos novos modelos são Pair, encaixada dentro do que o mercado conhece como *concept store* ou “loja conceito”, chamando a atenção no bairro de Santa Cecília, em São Paulo. Dedicada à democracia do vestir, a Pair constrói um acervo focado no preto e branco, com pequenas variações de cinza. Cem Freio, marca do criativo Victor Apolinário fala de inclusão, divisão e acolhimento em uma discussão de gênero que também é social. Negro e da periferia, Apolinário busca igualdade no entremeio entre o feminino e o masculino, numa discussão forte sobre o que é ser um estilista, pobre e negro no Brasil (BARROS, 2017).

Another Place tem um manifesto muito claro: “respeitamos o ser humano como o todo que é. Macho ou fêmea. Porque roupa é expressão e todo mundo pode e deve usar o que quiser, o que couber, independentemente do sexo. A Agender Basics. Pangea, marca cearense que é conhecida por suas pesquisas e estudos para adequar constantemente suas peças aos seus consumidores. Moda unissex e sem gênero, foca na neutralidade e na liberdade de escolha de seu cliente (ASSENNATO, 2016).

Em conceito de “totalidade”, a palavra pangea representa o caráter universal que uma roupa sem gênero possuiu, sem distinção ou segmentação. Ocksa, desenvolvida pela dupla gaúcha de estilistas Deisi Witz e Igor Bastos que nomearam a marca com uma palavra sueca que significa “soma”. Com uma proposta estética atemporal e unissex, o foco de suas coleções está no utilitarismo e na praticidade, através de uma roupa que precisa saber vestir o dia a dia (ASSENNATO, 2016).

A Simple Organic é 100% feita no Brasil e fez sua estreia no mercado nacional como responsável pela beleza do desfile da À La Garçonne na 43ª edição do São Paulo Fashion Week, em março de 2015. Fundada pela empresária e editora de moda catarinense Patrícia Lima, ela traz em seu DNA conceitos como igualdade de gêneros, valorização da beleza real e não realização de testes animais (ASSENNATO, 2016).

4.7.2 Moda sem gênero – marcas e nomes internacionais

O mercado fast-fashion se adaptou ao público e aderiu ao movimento genderless, mesmo que sutilmente. A espanhola Zara, com sua coleção intitulada “Ungendered”, coleção essa que foi alvo de muitas críticas, dividindo opiniões, pela falta de “originalidade”, trazendo peças bem básicas, como calças de modelagem reta e casacos de moletom, sem muito posicionamento sobre o que se pensa atualmente

quando o assunto é fluidez de gênero. A holandesa C&A, com a última coleção intitulada “Tudo Lindo & Misturado”, propondo essa interação entre os guarda roupas feminino e masculino, sem levantar abertamente a bandeira genderless, mas deixando isso no ar para os bons entendedores, através de uma campanha onde os modelos fazem “experiências” usando pessoas mais características do gênero oposto (VOGUE, 2015).

A grife francesa Givenchy, não tem esse assunto como novidade, já que mostra a um bom tempo, através de homens usando saias em suas passarelas, essa fluidez de gênero, assim como a Gucci, que na coleção Outono/Inverno 2015/2016 deixou claro esse posicionamento agênero, não apenas com homens de saia, mas camisas extremamente rendadas para eles, lenços florais e combinações mais “terno e gravata” para elas (VOGUE, 2015).

Ellen DeGeneres, apresentadora de seu talk show, *The Ellen DeGeneres Show*, que vai ao ar desde 2003, criou sua própria marca intitulada ED. Com esse objetivo, Ellen apostou em itens que fogem ao binarismo de gênero, ou seja, não tendem para o que é considerado esteticamente masculino ou feminino. Entre os seus ícones de estilo estão Mia Farrow, Katherine Hepburn e Paul Newman (VOGUE, 2015).

Apesar das semanas de moda ainda estarem divididas em temporadas masculinas e femininas, o que mais se vê nas passarelas atualmente são coleções mistas, nas quais desfilam lado a lado roupas para homens e mulheres. Vestidas em meninas andróginas, com beleza montada para parecerem meninos, as peças exploraram uma alfaiataria casual, com pinceladas esportivas. Calças retas, de bolso boca, combinadas a camisetas estampadas ou lisas de gola alta, ganharam a cobertura de jaquetas e blazers alongados ou um modelo de couro mais curto. Nos pés, botas afiveladas matadoras de couro e bico fino. O estilo rocker contrasta com o streetwear de Virgil Abloh, mas é tão competente quanto (JUSTUM, 2018).

Mais um nome adepto ao movimento genderless é a atriz de “Orange Is The New Black”, Ruby Rose, abertamente adversa à definição de gênero e que se considera “gender fluid” (gênero fluido), que vem causando rebuliço na mídia com suas composições mais masculinas. Podemos citar diversos outros nomes que em algum momento mostraram ser adeptos ou simpatizantes da moda e estilo agêneros, como Kanye West, ASAP Rocky, Emma Watson, entre outros (JUSTUM, 2018).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O império da moda luta a favor de tornar-se cada vez mais justo, ético e sustentável. A influência tecnológica agora é aliada de todas as engrenagens que movem o sistema produção, compra e vendas. Hoje em dia, a vasta opções de estilos e tendências gera pontos a favor do comércio, como maior alcance de consumidores, novos nichos de mercado e-commerce, otimização de espaços físicos de lojas (sem divisões físicas para gêneros), melhor aproveitamento de matéria-prima para a criação de roupas, diferenciação no mercado de moda, padronização de modelagens, redução de custos e de estoques.

Claramente, o estilo agênero (a.k.a. genderless), tem como principal meta unificar extremos e provocar manifestações em busca do vestuário unissex sobre o mercado da Moda, já que a indumentária sempre foi porta de entrada para o reconhecimento da identidade cultural idealizada pela sociedade. Esse novo conceito em fase de desenvolvimento desde o século XX vem sendo explorado cada vez mais e pretende, além de vestir, colocar em alta debates como sexualidade, preconceito, racismo, disparidade socioeconômica e grandes tabus que englobam padrões e expressões poderosas das hegemonias de gênero.

Apesar de as mulheres virem incorporando elementos do vestuário masculino há tempos, o grau de confusão das coleções de moda atuais parece ser típico do período contemporâneo. A moda andrógina coloca mulheres e homens num mesmo patamar, pois não há mais distinção nem na maneira de vestir-se. Assim, mais do que um movimento temporário capitalista, parece que vivemos uma conjuntura histórica muito apropriado para que a moda sem gênero se desenvolva de maneira natural e firme, não somente como uma jogada do mercado, mas por uma demanda natural da cultura contemporânea.

Visto que vivemos em uma sociedade patriarcal, moldada em padrões lineares engessados no binarismo de gênero, a expressão da moda sem gênero ganha cada vez mais visibilidade e pode ser pensada como um reforço da necessidade de romper uma das principais barreiras limitadoras relacionadas à moda (SANCHEZ, 2016; SCHMITT, 2016)

Pode-se concluir que a moda está aos poucos seguindo uma nova onda – não mais ditando regras e padrões, mas adaptando-se às necessidades de mudança da

estética pré-estabelecida e entendendo a pluralidade da sociedade, porém também correspondendo os requerimentos individuais das minorias que necessitam de atenção e cuidado para expressão de lutas em prol de igualdade. A Moda, nesse contexto, mostra sua face homogênea, abraçando a sociedade sem exclusões de forma harmônica.

REFERÊNCIAS

ALEXANDRE, Ricardo. **Dias de Luta: O rock e o Brasil dos anos 80**. Arquipélago Editorial, Porto Alegre, 2017.

Anita bem criada. **5 Mulheres que fizeram história no mundo da moda**. 2018. Disponível em: <<http://anitabemcriada.com/tag/madeleine-vionnet/>>. Acesso em: 14 Mar 2020.

ARAUJO, Jackson. **Lacroix faz réplica de desfile parisiense**. Folha de São Paulo. 1997. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq220522.htm>>. Acesso em: 28 Maio 2020.

ASSENNATO, Diana. **10 marcas brasileiras para comprar roupa sem gênero**. Free The Essence, 2016. Disponível em: <<https://www.freetheessence.com.br/nova-economia/modelos-disruptivos/10-marcas-brasileiras-para-comprar-roupa-sem-genero/>>. Acesso em: 15 Mar 2020.

ASSIS, Maria Elisabete Arruda de.; SANTOS, Taís Valente dos. **Memória Feminina: mulheres na história, história de mulheres**. Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana: Recife, 2017.

BARBOSA, Micael S.; ANDRADE, Natalie. **Gênero Neutro: a moda do século XXI**. 8ª Jornada Científica e Tecnológica do Instituto Federal do Sul de Minas, 2016.

BAUMANN, Bettina. **Meio século de revolução sexual: liberdade ou novas amarras?** DW, Made for minds, 2018. Disponível em: <<https://p.dw.com/p/33RJf>>. Acesso em: 18 Abr 2020.

BARROS, Mabi. Alexandre Herchcovitch: 'Não penso em roupas para gêneros'. **Revista VEJA**. 2017. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/blog/veja-gente/alexandre-herchcovitch-nao-penso-em-roupas-para-generos/>>. Acesso em: 02 Jun 2020

BRANDEMBERG, Flaviane. **Andrógino – A história do conceito e significado**. Folha Vitória, Sexo e Prazer, 2016. Disponível em: <<https://www.folhavoria.com.br/entretenimento/blogs/sexo-e-prazer/2016/09/08/androgino-a-historia-do-conceito-e-significado/>>. Acesso em: 16 Jun 2020.

CALLAN, Georgina O'Hara. **Enciclopédia da moda: de 1840 à década de 90**. Tradução por Glória Maria de Mello Carvalho e Maria Ignez França. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

CARVALHO, Ana Paula Lima de. A Moda do Prêt à Porter dos anos Cinquenta: Permanências e Mudanças Culturais. **Revista Vozes em Diálogo**. Nº 3. Rio de Janeiro, jan-jun, 2009.

CASUAL, Móveis Grupo. **Giorgio Armani**. 2020. Disponível em: <<https://www.casualmoveis.com.br/designers/giorgio-armani>>. Acesso em: 02 Jun 2020

CATARINA. Marca Igor Danona. **Revista Catarina**. 2020. Disponível em: <<http://www.revistacatarina.com.br/marca/igor-dadona/>>. Acesso em: 08 Maio 2020.

CHAGAS, Tonica. **Paul Poiret, o estilista que criou a silhueta feminina do século 20**. O Estado de São Paulo, 2007.

Disponível em: <cultura.estadao.com.br/noticias/geral,paul-poiret-o-estilista-que-criou-a-silhueta-feminina-do-seculo-20,20395>. Acesso em: 15 Mar 2020.

CHANEL, Gabrielle. **Gabrielle Chanel e Deauville**. Chanel News, 2014. Disponível em: <https://www.chanel.com/pt_BR/moda/news/2014/08/gabrielle-chanel-and-deauville.html>. Acesso em: 14 Jun 2020

D'Angelo, Roberto. **Lanvin, uma história emocionante**. Ana Siul, beleza, casa e detalhes, 2017. Disponível em: <<http://anasuil.com.br/arte-em-frascos-de-perfumes/lanvin-uma-historia-emocionante/>> Acesso em: 12 Jun 2020.

DABROWSKA, Gesy Tápias. **Elsa Schiaparelli**. Blog Viagem Olfativa. 2014. Disponível em: <<http://viagemolfativa.blogspot.com/2014/11/schiaparelli-nasceu-em-roma-em-1896.html>>. Acesso em: 24 Mar. 2020.

DORIGONI, Juliana. **Elsa Schiaparelli e as Artes: Criações da Estilista na Década de 1930**. XVIII Semana de História. 2012.

EMI. Estado de Minas Internacional. **Paris Fashion Week se inspira no século 18**. 2019.

Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2019/09/30/interna_internacional,1089117/paris-fashion-week-se-inspira-no-seculo-18.shtml>. Acesso em: 15 Mar 2020.

EÚ. Etiqueta Única. **Conheça a Vionnet, marca que voltou à ativa para revolucionar o mundo fashion**. 2020.

Disponível em: <<https://www.etiquetaunica.com.br/blog/vionnet/>>. Acesso em: 01 Maio 2020.

FANINI, Michele Asmar. A (in)elegibilidade feminina na Academia Brasileira de Letras: Carolina Michaëlis e Amélia Beviláqua. **Tempo Soc.** V. 22, N. 1, São Paulo, 2010.

FEIO, Ugor. Genderless: a revolução de gênero na moda. **Revista Moda Cidade**, 2016. Disponível em: <<http://www.modacidade.com.br/blog/2016/01/07/genderless-a-revolucao-de-genero-na-moda/>>. Acesso em: 17 Maio 2020.

FERRAZ, Queila. **As grandes Estilistas da Moda Européia – Madeleine Vionnet**. Fashion Bubbles, 2011.

Disponível em: <<https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/as-grandes-estilistas-da-moda-europeia-%E2%80%93-madeleine-vionnet-%E2%80%93-parte-25/>> Acesso em: 08 Maio 2020.

FLORES, Ruth. **O beijo no cinema**. Blog 365 filmes, 2017. Disponível em: <<http://www.blog.365filmes.com.br/2017/04/o-beijo-no-cinema.html>>. Acesso em: 04 Mar 2020.

FOLHA. **Como Donatella Versace elevou sua marca ao ápice para depois vendê-la por R\$ 8 bi**. A Folha de São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2018/10/como-donatella-versace-elevou-sua-marca-ao-apice-para-depois-vende-la-por-r-8-bi.shtml>> Acesso em: 05 Mar 2020

FONSECA, Ludmilla Carvalho. **Anarco-feminismo e Crítica Literária: Breves Apontamentos sobre uma Vertente Radical da Literatura Feminista**. Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13th Women's Worlds Congress (Anais Eletrônicos), Florianópolis, 2017.

GARCIA, Cláudia. **A volta da feminilidade**. Almanaque Folha, 2016. Disponível em: <<http://almanaque.folha.uol.com.br/christiandior.htm>>. Acesso em: 19 Maio 2020.

_____. **Vida e Carreira**. Almanaque Folha, 2016. Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/balenciaga_historia.htm>. Acesso em: 19 Maio 2020.

GONZALES, Amelia. **Mulheres fazem 75% de todo o trabalho de cuidados não remunerado do mundo**. G1. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/natureza/blog/amelia-gonzalez/post/2020/01/20/mulheres-fazem-75percent-de-todo-o-trabalho-de-cuidados-nao-remunerado-do-mundo.ghtml>>. Acesso em: 01 Maio 2020.

HARTL, Judith. **1960: A primeira pílula anticoncepcional chega ao mercado**. DW, Made for minds, 2018. Disponível em: <<https://p.dw.com/p/2Z0q>>. Acesso em: 08 Abr 2020.

HEYMANN, Gisela. Coco Chanel, a revolucionária da moda. **Revista Superinteressante**. 2018. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/historia/coco-chanel-a-revolucionaria-da-moda/>>. Acesso em: 02 Jun 2020

HOOKS, Bell. Mulheres negras: moldando a teoria feminista. **Revista Brasileira de Ciências Políticas**. Nº 16, Brasília, jan/abr, 2015.

ISTOE. **A Primeira Guerra Mundial trouxe uma grande mudança para as mulheres**. 2018. Disponível em: <<https://istoe.com.br/a-primeira-guerra-mundial-trouxe-uma-grande-mudanca-para-as-mulheres/>>. Acesso em: 18 Maio 2020.

_____. **Hubert de Givenchy, o aristocrata da moda**, 2018. Disponível em: <<https://www.istoedinheiro.com.br/hubert-de-givenchy-o-aristocrata-da-moda/>>. Acesso em: 06 Mar. 2020.

_____. **O Mestre Armani**. 2010. Disponível em: <<https://www.istoedinheiro.com.br/noticias/negocios/20100603/mestre-armani/47221>>. Acesso em: 02 Jun 2020

JORDÃO, Claudia. **Na intimidade dos Versace**. Istoé, 2010. Disponível em: <https://istoe.com.br/58437__NA+INTIMIDADE+DOS+VERSACE/>. Acesso em: 15 Maio 2020.

JULIA CLOSET. **A influência de Madonna no mundo da moda**. 2018. Disponível em: <<https://www.juliascloset.com.br/blog/detalhe/a-influencia-de-madonna-no-mundo-da-moda>>. Acesso em: 28 Abr 2020.

JUSTUM, Sylvain. **Menino ou menina? Nenhum dos dois. Louis Vuitton aposta em roupa sem gênero**. Globo, 2018. Disponível em: <<https://gq.globo.com/Estilo/noticia/2018/10/menino-ou-menina-nenhum-dos-dois-louis-vuitton-aposta-em-roupa-sem-genero.html>>. Acesso em: 15 Maio 2020.

KIMURA, Gabriela. **David Bowie foi um dos maiores influenciadores que a moda já conheceu**. M de Mulher, 2016. Disponível em: <<https://mdemulher.abril.com.br/moda/david-bowie-foi-um-dos-maiores-influenciadores-que-a-moda-ja-conheceu/>>. Acesso em: 02 Jun 2020.

LACERDA, Nara. **A mudança que vem das mulheres: liderança feminina protagoniza luta social**. Brasil de Fato, 2020. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2020/03/06/a-mudanca-que-vem-das-mulheres-lideranca-feminina-protagoniza-luta-social>>. Acesso em: 29 Mar. 2020.

LANZ, Letícia. **O Corpo da Roupa: A pessoa transgênera entre a transgressão e a conformidade com as normas de gênero**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2014.

LEHNERT, Gertrud. **História da Moda do século XX**. Tradução por J. M. consultores, S.A. São Paulo: Könemann, 2001

LOUREIRO, Gabriela. O lado negro de Coco Chanel: antissemita e agente nazista. **Revista Veja**, 2011. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/mundo/o-lado-negro-de-coco-chanel-antissemita-e-agente-nazista/>>. Acesso em: 02 Jun 2020

MALAGOLINI, Anny. **História do Biquíni**. Blog Pajaris, 2020. Disponível em: <<https://blog.pajaris.com.br/historia-do-biquini-conheca-essa-invencao-revolucionaria/>>. Acesso em: 03 Jun 2020.

MALTA, Jéssica. Aos 60 anos, Madonna continua fazendo jus ao título de 'Rainha do Pop'. *Jornal Hoje em Dia*. 2018. Disponível em: <<https://www.hojeemdia.com.br/almanaque/aos-60-anos-madonna-continua-fazendo-jus-ao-t%C3%ADtulo-de-rainha-do-pop-1.647883>>. Acesso em: 15 Abr 2020.

MALVA, Pamela. 10 mulheres que marcaram o mundo da moda. **Revista Cláudia**, 2018. Disponível em: <<https://claudia.abril.com.br/moda/as-10-mulheres-que-marcaram-o-mundo-da-moda/>>. Acesso em: 11 Jun 2020.

MARTINS, Ana Paula Antunes. **Corporificação e Visões de Mundo da Política Feminista e de Mulheres na Contemporaneidade**: diálogos, imagens e discursos sobre marchas de mulheres (2012 – 2017). Universidade Brasília. Brasília, 2018.

MARTINS, Geiza. **Minissaia e empoderamento**: conheça a história deste ícone fashion. *Glamour*, 2018. Disponível em: <<https://revistaglamour.globo.com/Moda/Fashion-news/noticia/2018/03/minissaia-e-empoderamento-conheca-historia-deste-icone-fashion.html>>. Acesso em: 14 Jun 2020.

MARTINS, Ivan. **A primeira revolução sexual**. *Época – Globo*, 2013. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/ideias/noticia/2013/09/primeirab-revolucao-sexualb.html>>. Acesso em: 28 Mar 2020.

MEIRA, Mirela et al. **Seminário Internacional sobre Gênero, Arte e Memória**. III SIGAM: Gênero, Arte e Memória. Pelotas, 2011.

MEIRELLES, Ucha. Alta-costura: vestidos feitos à mão fazem retorno ao universo pop. **Revista Marie Claire**. 2018. Disponível em: <<https://revistamarieclaire.globo.com/Moda/Tendencia/noticia/2018/09/alta-costura-vestidos-feitos-mao-fazem-retorno-ao-universo-pop.html>>. Acesso em: 05 Abr. 2020.

MENDES, Valerie; HAYE, Amy de la. **A moda do século XX**. Tradução por Luís Carlos Borges. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MENDES, Yanaf. **Moda unissex, agênero, binária, genderless, gender-bender, neutra, rosa ou azul**. *Gay Blog*, 2019. Disponível em: <<https://gay.blog.br/cronicas/moda-unissex-agenero-binaria-genderless-gender-bender-neutra-rosa-ou-azul/>>. Acesso em: 12 Jun 2020.

MIRANDA, Fernanda. **Leila Diniz, a jovem que contestou o machismo nos anos 60**. *Catraca Livre*, 2017. Disponível em: <<https://catracalivre.com.br/cidadania/leila-diniz-jovem-que-contestou-o-machismo-nos-anos-60/>>. Acesso em: 12 Jun 2020.

MOTTA, Débora. **Pesquisa analisa a trajetória de inserção das mulheres no ensino superior**. FAPERJ, 2014.

NASCIMENTO, José Renato Carneiro do. **Relações conjugais e amorosas em Vigia, Pará: códigos, crimes e poder.** Universidade Federal do Pará. Belém, 2016.

NASCIMENTO, Raísa Bosniac do. **A Distinção e Semelhança dos Sexos Refletidos na Moda.** Universidade de São Paulo, 2016.

NASSIF, Lourdes. **Linha do tempo feminista do Brasil.** GGN – O Jornal de Todos os Brasis, 2015. Disponível em: <<https://jornalggn.com.br/direitos/linha-do-tempo-feminista-no-brasil/>>. Acesso em: 24 Mar. 2020.

OLIVETE, Ana Luiza. **Androginia: a história da percepção masculino e feminino.** Audaces, 2013. Disponível em: <<https://www.audaces.com/androginia-a-historia-da-percepcao-do-masculino-e-feminino-parte-i/>>. Acesso em: 11 Jun 2020.

PERRIN, F. **Facebook agora permite que usuário escolha 17 identidades de gênero.** Folha de S. Paulo. São Paulo, 2015.

PICON, Jérôme. **Jeanne Lanvin.** Paris: Flammarion, 2002.

PINHONI, Marina. REGADAS, Tatiana. LIMA, Thaís. **Drag queens: a história da arte por trás de homens vestidos de mulher.** Globo, 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/drag-queens-a-historia-da-arte-por-tras-de-homens-vestidos-de-mulher.ghtml>>. Acesso em: 27 Abr 2020.

POLETTTO, Beatriz. **Cyndi Lauper e sua influência na moda.** UOL, 2018. Disponível em: <<https://harpersbazaar.uol.com.br/moda/cyndi-lauper-e-sua-influencianamoda/#:~:text=%C3%8Dcone%20dos%20anos%201980%2C%20Cyndi,a%20transformou%20em%20uma%20estrela>>. Acesso em: 13 Jun 2020.

RAMOS, Maria Lucia Bueno. **Cultura visual e estilos de vida: As revistas de moda francesas e as estratégias de marketing da alta costura no início do século XX.** **Revista Maracanã.** Vol. 12, n. 14, jan/jun, 2016.

REVIDE. **O Estilo único de Gianni Versace.** 2012. Disponível em: <<https://www.revive.com.br/editorias/moda/o-estilo-unico-de-gianni-versace/>>. Acesso em: 29 Mar. 2020.

RIBEIRO, Cláudia de Castro. **Donatella Versace - Biografia, fortuna, tragédia e transformações físicas.** R7, 2020. Disponível em: <<https://areademulher.r7.com/celebridades/donatella-versace/>> Acesso em: 01 Abr 2020.

RICARDO, Paulo. **A “revolução” sexual e o que perdemos.** Palavra viva, 2015. Disponível em: <<https://palavraviva.com/noticias/a-revolucao-sexual-e-o-que-perdemos/>>. Acesso em: 29 Maio 2020.

RICHARDS, Sarah. **Christian Dior: Designer dos Sonhos - As histórias por trás dos vestidos.** Olive Road, 2019. Disponível em: <<https://www.oliveroad.london/christian-dior-designer-of-dreams/>>. Acesso em: 08 Abr. 2020.

RODRIGUES, Ana. **O livro do Feminismo**. Globo Livros: Porto Alegre, 2019.

ROGERS, Sam. Yves Saint Laurent: 7 motivos pelos quais ele revolucionou o mundo da moda. **Revista Vogue Internacional**. 2019. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/moda/noticia/2019/08/yves-saint-laurent-7-motivos-pelos-quais-ele-revolucionou-o-mundo-da-moda.html>>. Acesso em: 14 Abr. 2020.

SALES, Milena Melo. **Desejos frustrados na formação de um colecionismo de moda no MASP**: as aquisições dos vestidos de alta-costura de Dior e Lanvin. Universidade de São Paulo, 2018.

SANCHEZ, Gabriel.; SMITT, Juliana. **Moda sem Gênero**: Conceituação e Contextualização das Tendências não Binárias. 3º Congresso de Iniciação Científica em Design e Moda, 2016.

SANTIN, Ana Caroline Angelo. **Perspectivas Feministas, Interseccionalidades e o Encarceramento de Mulheres no Brasil (2006-2018)**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2019.

SANTOS, Carlinhos. João Pimenta persegue uma moda que dilua a questão do gênero. ClicRBS, 2016. Disponível em: <<http://pioneiro.clicrbs.com.br/rs/cultura-e-tendencias/noticia/2016/12/joao-pimenta-persegue-uma-moda-que-dilua-a-questao-do-genero-8823965.html>> Acesso em: 17 Mar 2020.

SEELING, Chalotte. **Moda**: o século dos estilistas. Tradução por Letrário. São Paulo: Könemann, 2000.

SCHIAPARELLI, Maison. **Alta-Costura**. s/d
Disponível em: <<https://www.schiaparelli.com/en/>>. Acesso em: 05 Abr. 2020.

SILVA, Franklin, Wandson Clemente. **O Erotismo e o Sagrado no Poema “Noche Oscura” de São João da Cruz**. Universidade Estadual da Paraíba. Monteiro – PB, 2019.

SIMÕES, Felipe de Paula. **Música Pop como Comunicação de Massa**. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010.

SOUSA, Rainer Gonçalves. **Movimento Feminista**. Mundo Educação, 2018. Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/historiageral/movimento-feminista.htm>>. Acesso em: 05 Maio 2020.

STEVENSON, N. J. **Cronologia da Moda**. Tradução por Mariz Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2012.

TEIXEIRA, Jecely. **Homossexualidade Feminina: o amor por meio da invisibilidade**. Psicologado, [S.l.]. (2012). Disponível em: <<https://psicologado.com.br/psicologia-geral/sexualidade/homossexualidade-feminina-o-amor-por-meio-da-in-visibilidade>>. Acesso em: 18 Jun 2020.

TELES, Maria Amélia de Almeida. **Breve História do Feminismo no Brasil**. São Paulo – SP. Brasiliense, 1993. (Coleção Tudo é História)

VALIM, Carlos Eduardo. **Armani reduz o guarda-roupa**. Istoé Dinheiro, 2017. Disponível em: <<https://www.istoedinheiro.com.br/armani-reduz-o-guarda-roupa/>>. Acesso em: 22 Maio 2020.

VASONE, Carolina. **Dez legados de David Bowie na música e na moda que permanecem entre nós**. Fashion For Ward, 2016. Disponível em: <<https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/dez-legados-de-david-bowie-na-musica-e-na-moda-que-permanecem-entre-nos/>>. Acesso em: 13 Jun 2020.

VOGUE. **Dossiê de estilo: Madonna**. Vogue Portugal, 2017. Disponível em: <<https://www.vogue.pt/dossier-de-estilo-madonna>>. Acesso em: 05 Abr. 2020.

_____. **Ellen DeGeneres lança marca de roupas agênero**. Globo, 2015. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2015/05/ellen-de-generes-lanca-marca-de-roupas-agenera.html?status=500>>. Acesso em: 05 Maio 2020.

_____. **Jeanne Lanvin: the Power of Quiet Fashion**. Globo, 2015. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/Suzy-Menkes/en/noticia/2015/03/jeanne-lanvin-power-quiet-fashion.html>>. Acesso em: 03 Jun 2020.

_____. **Retrospectiva: a influência de David Bowie na moda**. Globo, 2016. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2016/01/retrospectiva-influencia-de-david-bowie-na-moda.html>>. Acesso em: 14 Maio 2020.

WIKIPÉDIA. **Madeleine Voinnet**. 2020. Disponível em: <https://pt.qwe.wiki/wiki/Madeleine_Vionnet>. Acesso em: 10 Jun 2020.