

A influência e materialização do fetichismo na moda¹

Breno Vinicius de Castro²

Universidade Federal do Recôncavo da Bahia - UFRB

Resumo

Tendo como tema o fetiche, o presente artigo busca estudar as relações humanas com o corpo e as diferentes formas de experimentação e vivência da sexualidade por meio das chamadas perversões sexuais, observando a forma como a cultura do fetiche se materializa na moda, suas relações e pontos de influência. Além disso, busca-se observar os signos evidentes do fetichismo que se fazem presentes no design de moda contemporâneo através de suas peças de vestuário e acessórios, como saltos, luvas, *lingerie* e *corset*.

Palavra-chave: moda; fetiche; influência; moda íntima.

Fetiche vem do português feitiço, que fazia referência à adoração por amuletos e ídolos religiosos pelos povos africanos e o uso dessa palavra era feito por parte de colonos e mercadores de Portugal ainda no século XV. Baseando-se então em atribuir um valor lúdico, mágico ou encantatório a um determinado comportamento ou atitude que se distancia do que é considerado normal em sua manifestação cotidiana (Chataignier, 2006).

No livro *Psychopathia Sexualis* de 1886, Krafft-Ebing coloca o fetichismo pela primeira vez na história como conceito relacionado às patologias sexuais, considerando-o uma neurose cerebral. Porém, o fetiche enquanto patologia é raro e pertence a uma pequena parcela da população, visto que desde que não interfira de forma direta no dia-a-dia do indivíduo, pode-se então descartar a patologia.

Esse quadro patológico é fortemente rejeitado por entusiastas que acreditam que o fetiche trata-se de uma variação sexual mais livre sexualmente e não uma doença que precisa ser tratada, exceto nos casos em que o fetichismo causa sofrimento e/ou debilidade significativa nas atividades sociais, ocupacionais ou outras atividades importantes do dia a dia, onde o tratamento se faz necessário e importante (Steele, 1997).

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Moda, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGCOM/UFRB e Bolsista CAPES. Integrante do Grupo de Pesquisa Corpo e Cultura. E-mail: brenovcastro@hotmail.com.

Para Dias; Meireles (2015), o fetiche pode ser compreendido como um fenômeno positivo para a sexualidade humana, libertando o sexo da obrigação de ser instrumento exclusivamente destinado à procriação, proporcionando outras formas de sensação e satisfação. Shakti (2008) aponta que os desejos são inevitáveis, independentemente da escolha de satisfazê-los ou não é impossível que se livre deles, sendo parte integrante do íntimo de cada um e por mais que se tente reprimir ou ignorar um fetiche ele sempre estará vivo e presente até que seja liberto e explorado.

Acredita-se que o fetichismo em sua concepção atual tenha sido visto pela primeira vez na Europa ainda durante o século XVIII, onde “atitudes e comportamentos sexuais tradicionais começaram a evoluir em direção ao padrão moderno” (Steele, 1997, p. 30) e se solidificado na segunda metade do século XIX.

As sexualidades consideradas desviantes e normais sempre conviveram lado a lado desde os primórdios da humanidade, sendo assim a sexualidade humana pode ser entendida como um processo natural e evolutivo, caracterizado pela busca do prazer nem sempre vinculado a questões reprodutivas, o que inclui as chamadas perversões sexuais. As diferentes formas de vivenciar o prazer só começaram a ser vistas como doença (do corpo ou do psicológico) no século XIX, surgindo então o instável e grande campo das perversões, criando assim a figura do perverso (Leite Junior, 2000).

O fetichismo e a moda

A apropriação do fetichismo pela moda evoluiu junto com a revisão de padrões e atitudes, indo de encontro com a sociedade e a abertura dela em relação à expressão sexual, ao desvio e ao entendimento dos estilos eróticos. Um símbolo claro desta apropriação é o uso de botas de cano alto que antes eram elemento de identificação de prostitutas (Villaça, 2004).

John Willie foi um fotógrafo estadunidense que influenciou a construção dessa cultura no final da década de 1940, através da sua revista *Bizarre* (fig. 1) composta por desenhos, fotografias e temas como dominação sexual, técnicas e moda fetichista, abriu caminho para o surgimento de outras publicações do mesmo estilo posteriormente em diferentes partes do mundo.

Figura 1 – Capas da revista *Bizarre*



Disponível em: <<https://www.burnsiderarebooks.com/pages/books/140942279/john-coutts-r-e-b/bizarre-a-fashion-fantasia-the-first-25-issues>>. Acesso em 20 de junho de 2025.

Naquela época a imagem fetichista restringia-se a publicações em revistas sobre sexo e sua moda era difícil de ser adquirida, sendo justamente através destas publicações que o fetiche começou a se tornar evidente e o movimento de liberação sexual serviu para tornar também sedutor o que antes era apenas considerado perverso (Ourofino, 2015). Nos anos 1970 a cultura sadomasoquista foi mais uma vez influenciada e dessa vez de forma ainda mais clara e forte pelos punks, movimento radical da contracultura.

A expoente máxima do fetiche no mundo da moda sem dúvida é Vivienne Westwood, em 1974 ela transformou sua loja em uma boutique sadomasoquista onde vendia roupas de borracha, couro para amarrações e botas dentro de um ambiente decorado com “chicotes, correntes, máscaras, grampos para os peitos e até mesmo uma cama hospitalar coberta com um lençol de borracha” (Steele, 1997, p. 42). Ela mesma se vestia com essa influência oriunda da mistura entre o punk e o fetiche, sendo também a estilista mais intimamente associada ao movimento punk.

O fetiche evoca imagens de “sexo bizarro” que chamam atenção para peças do vestuário como: saltos altos, espartilhos, objetos fálicos, tatuagens, materiais de couro, borracha, renda, veludo e de cores fortes e brilhantes como o preto (associado ao poder, ao mal e ao mistério). Na cultura fetichista, há um destaque especial para partes do corpo

como o cabelo e pés. O sapato e o espartilho são os precursores do vestuário-fetiche (Assis; Lopes; Silva, 2012, p. 03).

Antes do início de uma produção comercial propriamente dita como fetichista, os acessórios e objetos de fetiche eram fabricados pelos próprios adeptos das práticas. Até mesmo a pornografia consumida era feita por eles, o que acabou induzindo pessoas a iniciarem uma produção e uma comercialização de itens, dando uma maior visibilidade às práticas e até mesmo popularizando-as.

Chataignier (2006) aponta que não existem tecidos fetichistas, o que existe são tecidos que se tornaram fetichizados devido a atenção dada pela moda e exibida por diversos canais de comunicação como a mídia, o cinema e a publicidade. O couro, inicialmente o animal e posteriormente o sintético, se tornou um material tido como fetichista durante o século XIX, porém as primeiras roupas feitas de couro existem desde o período neolítico.

Seu cheiro e brilho eram características que chamavam atenção de fetichistas e quando envernizado o material era ainda mais valorizado, sendo que na cor preta o seu uso é fortemente associado ao sadomasoquismo (Steele, 1997). O estilista Yves Saint Laurent foi o primeiro estilista de renome a usar o couro em seus desfiles (fig. 2), usando do forte impacto que esse material possui para introduzi-lo no mercado de moda.

Figura 2 - Modelo usa peça de couro feita por YSL na Vogue



Disponível em: <<https://www.shrimptoncouture.com/blogs/curate/12886513-beyond-rebellion>>. Acesso em 20 de junho de 2025.

Pela vantagem de o tecido não amarrotar e pelo seu simbolismo que carrega sensações de poder e proteção, o couro se tornou o material fetichista preferido do público em geral. Tecidos como veludo, rendas, tule, cetim, *chiffon* e *lycra* também adquiriram status fetichista por causa das sensações tácteis que são capazes de proporcionar e ao seu uso por parte de grupos que praticam atos ligados à sexualidade.

A materialização do fetichismo na moda

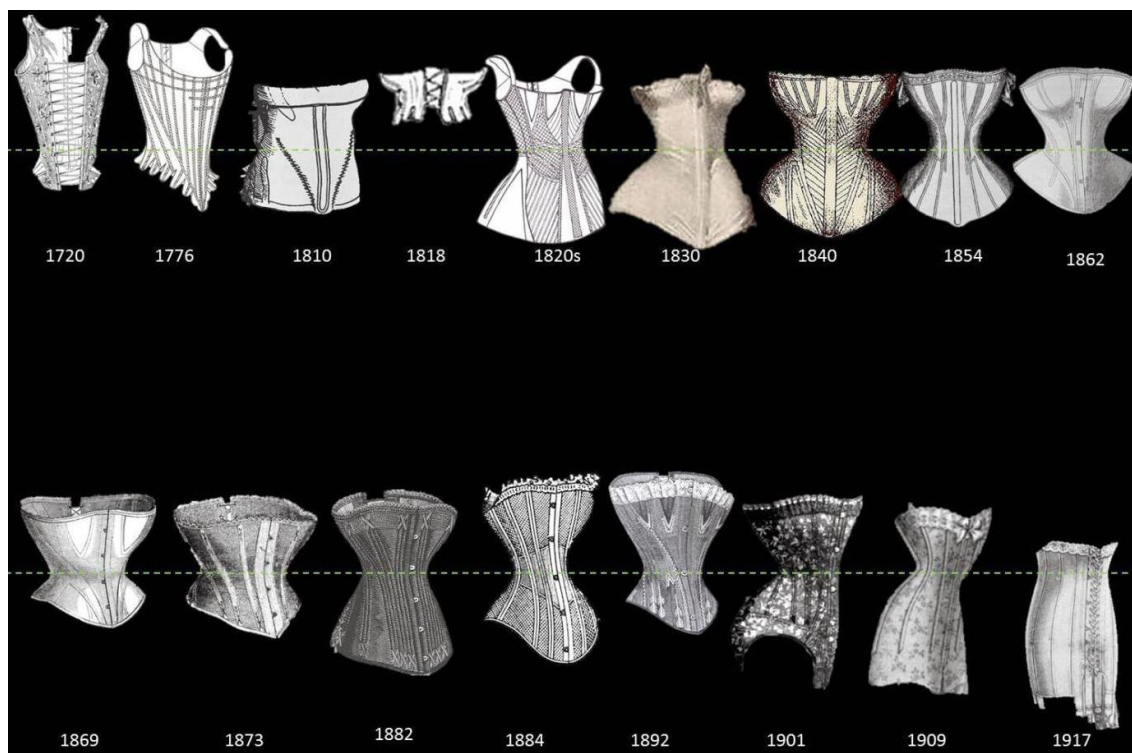
As botas foram o primeiro item de moda com influência clara do fetiche a ser aceito popularmente, antes associadas às prostitutas e dominadoras, iam até as coxas ou joelhos e geralmente eram abotoadas ou amarradas (Steele, 1997). Feitas de couro, vinil ou verniz, são acessórios frequentemente associados à figura da dominatrix e integram o jogo simbólico da dominação e da submissão.

Sinônimos de poder elas hoje se fazem presentes no cotidiano das pessoas, sendo então um ótimo exemplo da materialização e influência do fetiche na moda. Por muitas vezes dificultarem o movimento de quem os usa, os sapatos de salto alto adquiriram conotação erótica para algumas pessoas.

Corset ou espartilho são peças feitas com armações de ferro ou barbatanas feitas de plástico com o objetivo de modelar o corpo, sendo muitas vezes combinadas com uma cinta-liga, essas peças constituem um visual excitante e fetichista. São comumente usados para criar um ar sensual ao vestuário, marcar a cintura e valorizar a forma ampulheta do corpo (Ourofino, 2015).

Na década de 1820 o *corset* (fig. 3) foi também adotado por dândis que buscavam alcançar a silhueta de ampulheta tendência da época e por alguns militares que buscavam apoio na região lombar e uma postura correta durante a prática de exercícios físicos. Apesar de estar longe de ser uma peça unissex, há registros de seu uso por homens em anúncios do final do século XIX e seu comprimento ia da região abaixo do tórax até o quadril "atribuindo intenções fetichistas aos relatos sobre seu uso, por estarem frequentemente associados à imagem de uma dominadora responsável por atar a peça ou submeter os homens ao seu uso" (Pereira, 2022, p. 85).

Figura 3 - Cronologia do *corset*



Disponível em: <<https://www.arialeya.com/lingerie-history-corset/>>. Acesso em 20 de junho de 2025.

Embora atualmente seu uso não ser tão frequente, esta peça continua com lugar de destaque na cultura fetichista e sua influência na moda e no fetiche ainda é observada. Tornando-se popular em meados do século XIX, a *lingerie* é outra peça importante na história do fetichismo pois ao mesmo tempo em que ela esconde e vela o corpo, também o expõe e valoriza, estimulando o imaginário sexual (Botti, 2003).

A criação de uma categoria de moda especializada em moda íntima foi fator fundamental para a evolução do erotismo presente na vestimenta. Fugindo da dualidade entre estar vestido ou despido, as roupas íntimas passaram a ocupar uma posição intermediária, fazendo com que quem a usa esteja ao mesmo tempo coberto e nu.

As luvas também carregam consigo uma imagem de dominação, principalmente quando feitas de vinil ou verniz, assim como chicotes e a cinta-liga (Ourofino, 2015). Embora não sejam na maioria das vezes escolhidas como objeto principal do fetiche, as luvas são acessórios valorizados e que carregam insinuações sexuais claras, como é o caso das luvas longas e pretas que têm forte ligação com o sadismo. Um fato curioso é

que na Idade Média as luvas cumpriam o papel das alianças de noivado dos tempos atuais, sendo trocadas entre os amantes (Steele, 1997).

Do mesmo modo que o fetiche influencia a moda o contrário também acontece, o vestuário em si é elemento que participa ativamente do processo de construção de toda a cultura envolta das chamadas perversões sexuais e na difusão dela para a cultura de massa, ou seja, o público em geral que não faz parte dessa cultura. A moda tem a capacidade de inserir a mercadoria como agente de desejo, sendo o próprio desejo humano, especialmente o sexual, objeto de transformação. Existe na vestimenta e na sexualidade uma conexão íntima estabelecida, onde o traje é o reflexo da intimidade do ser humano e do seu instinto sexual (Dias; Meireles, 2015).

Muito além do simples objetivo de promover pudor encobrendo o corpo, a vestimenta pode seguir caminho contrário e promover ainda mais a sexualidade, seja usando da engenhosidade e da perversão na sensualidade ou até mesmo tornando o corpo, através dos produtos de moda cheios de charme e erotismo, mais charmoso, sensual e belo. “O corpo já não é mais sensual sem os artigos da moda. Mas a própria sensualidade humana já não é mais a mesma” (Dias; Meireles, 2015, p. 162).

Instituindo-a como uma segunda pele e tomando para si a função biológica, a moda assume o trabalho de promover a atração sexual e até mesmo de estimular a reprodução através do deslocamento da sensualidade, esta partindo dos domínios orgânicos do corpo e atingindo o território artificial através da vestimenta e dos acessórios. No design contemporâneo a sedução, e em decorrência disso a perversão, se coloca como elemento importante para que exista um mercado consumidor e é na moda que a sedução se apoia todo o tempo.

O senso comum associa certos objetos e roupas ao fetichismo e esse imaginário envolto de fantasia, aliado com o que realmente se é usado por quem o pratica sexualmente é o que hoje constitui o fetiche (Ourofino, 2015). O fetiche não é somente um símbolo, devendo então não ser encarado como tal, seu significado e as formas como ele se materializa na moda depende do contexto em que se está inserido e de quem o veste.

A utilização de temas fetichistas pela moda acarreta na comercialização dessa cultura, vendendo seus signos, acessórios e assinaturas. Grande parte das pessoas que usa itens considerados ou assumidamente inspirados no fetichismo sequer conhece sua origem, evidenciando que a influência da moda é tão grande que pessoas fazem uso de

peças e acessórios sem ao menos se preocuparem em saber qual a origem daquilo e no que sua construção está baseada, usando somente por estar na moda ou por influência alheia e mercadológica.

Esse fato evidencia também a forma como as influências do fetiche e suas materializações na moda foram e continuam sendo tão fortes e sólidas, trazendo produtos que antes eram elementos de identificação de grupos marginalizados – como é o caso das botas usadas pelas prostitutas – para dentro do guarda-roupa de pessoas que não tem nenhuma ligação ou conhecimento disso.

Segundo Leite Junior (2000) a moda fetichista, antes tratada como passageira, permanece atual e perdura por décadas como elemento de inspiração para os mais renomados estilistas e as mais renomadas marcas do mundo da moda. Objetos, roupas e materiais associados ao fetiche já não são mais tão difíceis de serem encontrados, existindo inclusive lojas e marcas que tem sua produção e desenvolvimento exclusivamente ligados a essa cultura.

Referências

ASSIS, Lilian Bambirra de; LOPES, Fernanda Tarabal; SILVA, Kelen Vanzin Moura da.

“Madonna no Chão”: Um estudo sobre fetichismo, moda e indústria cultural em peças publicitárias da *Dolce e Gabbana*. Curitiba: [s.n., 2012].

BOTTI, Mariana Meloni Vieira. **Fotografia e Fetiche: um olhar sobre a imagem da mulher.** Campinas: In. Cadernos Pagu (UNICAMP), v. 21, p. 103-131, 2003.

CHATAIGNIER, Gilda. **Fio a fio: tecidos, moda e linguagem.** São Paulo: Estação das Letras, 2006.

DIAS, Warley Souza; MEIRELES, Ildenilson. **O sex-appeal do inorgânico: reflexões sobre moda e fetichismo visual em Walter Benjamin.** Montes Claros: Poiesis: Revista de Filosofia, v. 12, n. 2, p. 155-170, 2015.

LEITE JUNIOR, Jorge. **A cultura S&M.** 52 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Sociais) - PUC, São Paulo, 2000.

OUROFINO, Amanda Gomes. **O fetiche na fotografia de moda e a representação feminina: editoriais da revista *Vogue Brasil* de 2007 a 2011.** Florianópolis: Revista Linhas, v. 16, n. 32, p. 221-245, 2015.

PEREIRA, Roseana Sathler Portes. **Corset: o continuum e a impermanência simbólica na modelação da corporeidade feminina**. 2022. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022.

SHAKTI, Agni. **Dicionário de Fetiches e BDSM**. São Paulo: Idéia & Ação, 2008.

STEELE, Valerie. **Fetice: moda, sexo & poder**. Tradução Alexandre Abranches Jordão. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

VILLAÇA, Nízia Maria Souza. **A Cultura do Fetice: Corpo e Moda**. Rio de Janeiro: [s. n., 2004].