

## **Moda como Vetor Expressivo e Inclusivo: Identidade e Feminino<sup>1</sup>**

Renata Pitombo Cidreira  
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Cachoeira, BA

“[...] A vestimenta faz a personalidade”! (Roland Barthes)

“A roupa é comunicação”! (Umberto Eco)

“Somos o que vestimos”! (Renata Pitombo)

### **RESUMO**

A presente comunicação desenvolve a reflexão da moda enquanto vetor expressivo, capaz de manifestar sentidos, valores, sentimentos, ideais, defendendo a concepção da moda como mídia. Explora, ainda, como a roupa e nossa *composição da aparência* se constituem enquanto potentes dispositivos de constituição do ser, revelando-se, assim, como elementos identitários, de pertença, de inclusão e de (re)existência, sobretudo do universo feminino. Como contributos conceituais elegemos as pesquisas de Marshall McLuhan e Georg Simmel, adotando metodologicamente uma abordagem sócio-comunicacional.

**PALAVRAS-CHAVE:** Moda; Mídia; Inclusão; Identidade; Feminino.

### **INTRODUÇÃO**

A moda é um mass media no sentido em que ela é ao mesmo tempo espaço de comunicação e meio de mediação entre indivíduos, grupos sociais e culturais, entre civilizações inteiras. A moda é um mass media porque ela é um instrumento do discurso simbólico da comunicação representada pela iconicidade.

A atenção de McLuhan ao que chamamos de ‘ato de vestir’ pode ser conferida em dois de seus trabalhos mais significativos: *Guerra e Paz na Aldeia Global* (1971) e *Os meios de comunicação como extensões do homem* (1964). Em *Guerra e Paz na Aldeia Global*, a descrição que o autor faz das dificuldades de locomoção de uma mulher argelina sem o véu (*pardah*) é surpreendentemente esclarecedora da relação complexa que se estabelece entre o corpo e a roupa. A noção de extensão da pele é extremamente rica para nossa reflexão.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Moda, evento integrante da programação do 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2024.

A roupa incide sobre nossa sensibilidade (SIMMEL, 2008) e capacidade sensorio-motora (McLUHAN, 1964) e, conseqüentemente, altera a relação do nosso corpo com o ambiente no qual nos inscrevemos. A vestimenta modela nosso corpo, promove um ‘alargamento do eu’, como atesta Georg Simmel (2008, p. 70), conferindo “o enaltecimento do eu mediante o existir para os outros e da existência para os outros através do realce e da expansão de si mesmo”. As noções simmelianas conduzirão nossa investigação, permitindo compreender a moda como vetor expressivo, que auxilia nas dinâmicas performativas da nossa identidade, da nossa pertença e da nossa inclusão social.

## **METODOLOGIA**

Esta pesquisa se constitui numa abordagem qualitativa, fundamentada numa perspectiva sócio-comunicacional, elegendo dois autores como norteadores no horizonte metodológico: Marshall McLuhan e Georg Simmel. Tem um caráter exploratório (GIL, 2011), acionando temas chaves como a moda, a comunicação e a cultura feminina, promovendo um entrelaçamento entre eles. Embora moda e comunicação já possuam densidade teórica, ainda são poucas as pesquisas que estabelecem a correlação entre estes campos, e acioná-los atrelados à cultura do feminino pode trazer um olhar interessante para futuras pesquisas. A técnica utilizada foi basicamente bibliográfica (KOCHE, 2016), através de livros e artigos relacionados aos temas.

## **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **Moda como vetor expressivo**

Mais próximo de uma perspectiva sociológico-comunicacional, o teórico canadense Marshall McLuhan foi sensível às transformações operadas no corpo em função do uso desta ou daquela indumentária. Atento, portanto, às transformações sensoriais operadas no corpo humano, em função do impacto desta ou daquela mídia, McLuhan desenvolve toda uma observação sobre a indumentária concebendo ela própria também como uma mídia, ou ainda, e mais precisamente neste caso, como uma extensão da pele.

Não por acaso, quando se refere ao vestuário, o autor lhe confere o estatuto de segunda pele, sugerindo, em última instância, o grau de incorporação do vestuário ao corpo e seu potencial enquanto configurador e definidor de possibilidades sensorio-

motoras. Acreditamos que cada um de nós já experimentou a sensação de algum tipo de interferência ou modificação dos hábitos sensoriais-motores, em função do uso desta ou daquela veste. De fato, a indumentária exerce um certo grau de constrangimento ao corpo, impondo e propiciando este ou aquele movimento, esta ou aquela sensação, funcionando, muitas vezes, como uma verdadeira máscara, permitindo-nos incorporar vários personagens, fazendo-nos atuar conforme o figurino.

Sutileza que já havia sido observada por Georg Simmel (1989), uma das primeiras referências sobre pesquisas na área de moda, cuja obra permanece relevante até os dias de hoje. O autor é um dos que primeiro sugere a analogia entre a roupa e a máscara, referindo-se, especialmente, ao fato de que, em várias situações, pessoas muito sensíveis se utilizam da indumentária para assumir um personagem, tentando preservar, assim, o segredo de uma alma individual. Ou ainda de como a roupa e nossa *composição da aparência* se constitui enquanto um potente dispositivo de constituição do ser, revelando-se, assim, como um elemento de (re)existência.

É dessa aparência enquanto poesia do ser que pretendemos falar aqui. Instigados em perceber o jogo que se desenrola entre a indumentária e o corpo, bem como entre esse corpo vestido e a cultura vigente, concentramos nosso estudo no universo do vestuário, compreendido enquanto rica e intrigante rede de sentido, comprometido com o debate em torno da construção da aparência, da composição do *look*, que define um estilo singular, capaz de dialogar com o corpo social.

### **Moda como vetor inclusivo**

A presente intervenção defende as diversas possibilidades de constituições corporais na contemporaneidade, a partir da *composição da aparência*, através das práticas vestimentares. Como sabemos a imagem corporal participa dos sistemas de percepção, das atitudes e do modo como nos situamos no mundo. Esse *esquema corporal*, para usar uma expressão de Merleau-Ponty, “é um conjunto de performances motoras pré-conscientes e sub-pessoais que cumprem um papel [...] no controle da postura, do equilíbrio e do movimento” (1994, p. 196). Está implícito aí um saber incorporado, um senso prático, um *hábito*, que faz com que nos acomodemos ao mundo.

A vestimenta e a moda nos conferem um modo de ser, um estilo, um modo de formar (PAREYSON, 1993), auxiliando nas dinâmicas performativas de si, nos processos

identitários. A partir dessas reflexões, colocamos em cena as dimensões performáticas da apresentação de si (CIDREIRA, 2013), em diálogo com o ambiente que nos circunda. Desse modo, compreende-se que a moda tem sido um vetor extremamente importante de representatividade e resistência para a visibilidade de aparências múltiplas, conformando outras dinâmicas de reconhecimento da beleza e das corporeidades e auxiliando, inclusive, na conformação da identidade da mulher.

### **Moda e intervenção social: cultura da feminilidade**

E como, a partir do campo da moda e da composição da aparência, podemos refletir e intervir sobre alguns dos dilemas da vida social e da cultura da feminilidade?

Um breve retrospecto histórico nos evidencia a relação da roupa com a constituição da identidade da mulher. As roupas femininas durante a maior parte da história moderna eram feitas para sugerir capacidade para a maternidade. Elas sublinhavam contornos arredondados, insistiam em tecidos ricos e macios, e tendiam a centrar o interesse no busto e no estômago. Depois, o vestido feminino passou a levar uma noção de debilidade e fragilidade e, mais tarde, a uma noção de liberdade e liberação e assim por diante. Durante o século XX assistimos a várias mudanças no trajar feminino, correspondendo sempre ao novo papel social que a mulher passou a ocupar, atuando ativamente no mercado de trabalho.

Os anos 20 trazem a androginia, cortes de cabelo mais curtos, achatamento dos seios e tecidos mais soltos que não demarcam a silhueta. Coco Chanel cria o “pretinho básico”, traduzindo o traje masculino para o feminino e os terninhos caem no gosto da mulher moderna. A década de 30 traz muitas mudanças para as mulheres brasileiras. Lideradas por Bertha Lutz, uma das fundadoras da Federação Brasileira pelo Progresso Feminino, conquistam o direito ao voto em 1932, por meio do Decreto 21.076, do então presidente Getúlio Vargas, garantindo maior autonomia política e construindo de forma, ainda lenta, os primeiros passos para a constituição do papel da mulher na vida social. O movimento feminista se potencializa a partir dos anos 60, adquirindo um caráter libertário junto ao movimento hippie, às lutas pacifistas contra a guerra do Vietnã nos EUA e ao movimento estudantil na França (COSTA, 2009). Assistimos a um grande manifesto histórico nesta década, a “queima dos sutiãs” durante o concurso de Miss Universo, dos EUA, marcando uma etapa pela luta libertária feminina (MENDES; VAZ; CARVALHO,

2015). Em âmbito internacional, a década de 70 foi “a década da mulher”. A ONU realizou em 1975 a primeira Conferência Mundial da Mulher, o que gerou maior alcance, visibilidade e importância à causa das mulheres. No Brasil, mesmo em tempos de ditadura, as mulheres passaram a contestar e compreender melhor sua postura social (PEDRO; GUEDES, 2010). Nos anos seguintes as pautas de igualdade de gênero continuam ativas e a moda acompanha esse movimento. A moda em pleno século XXI procura a “mudança constante, o gosto pelo novo, a busca da distinção e da identidade, bem como a articulação entre o simbólico e o material” (HELLMANN, 2009, p.112), articulando, desse modo, com muita astúcia, as dinâmicas da sociedade de consumo, inserida numa ampla rede em que as novas mídias e o mercado ditam as regras do jogo.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após o percurso aqui traçado, compreendemos a potência comunicativa da moda e seu importante papel nas dinâmicas de constituição identitária e de inclusão social. Para tanto, reforçamos dois eixos em que a moda se manifesta mais agudamente: a representação e a fascinação.

Quando refletimos sobre moda e representação o que está em questão é a garantia da presença e exibição de diversas corporalidades. E a moda tem sido um vetor extremamente importante para a visibilidade de aparências femininas, queers, negras, deficientes, gordas, LGBTQIA+...

E é nesse sentido que a moda enquanto mídia atua no empoderamento feminino, desestimulando essa ideia de competição entre as mulheres e mostrando que não há um corpo, estilo ou padrão específico de beleza, exceto o que cada uma exala naturalmente. Quando uma mulher sabe que pode se vestir da maneira que quiser — provocante, recatada, excêntrica, minimalista etc —, ela ganha a confiança e a voz para lutar contra a violência, o assédio, a desigualdade e outros fatores prejudiciais.

A moda é uma forma de expressão das ideias e da personalidade. A construção do pensamento de que uma mulher pode se vestir da maneira que quiser e se sentir bem, independentemente dos padrões sociais impostos, é uma peça essencial no empoderamento feminino.

Por fim, ao pensarmos em moda e fascinação procuramos reiterar a importância da fantasia, da imaginação, das emoções e da beleza na nossa vida cotidiana. “A beleza



enquanto o que nos une mais facilmente e mais misteriosamente” (FERRY, 2008, p. 36). A beleza como um *sensus communis*, esse sentido comunal, do qual nos fala Immanuel Kant, na sua Crítica da Faculdade de Julgar (1790). Falamos aqui dessa aparição que nos afeta, que nos atinge e comove, nos permitindo buscar e descobrir novos perfis de nós mesmos, que promove a transformação de si, garantindo uma autonomia estética. A moda auxiliando, portanto, na conformação de identidades íntegras, plurais e dinâmicas, constituindo a nossa existência no mundo.

## REFERÊNCIAS

- CIDREIRA, Renata Pitombo. **As formas da moda: comportamento, estilo e artisticidade**. São Paulo: Annablume, 2013.
- COSTA, Ana Alice Alcântara. O movimento feminista no Brasil: dinâmica de uma intervenção política. In: PISCITELLI, Adriana; MELO, Hildete Pereira de; MALUF, Sônia Weidner (Org.). **Olhares Feministas**. Brasília: Ministério da Educação: Unesco, 2009. p. 51-81.
- FERRY, Luc. **Le sens du beau: Aux origines de la culture contemporaine**. 5ª ed. Paris: Librairie Générale Française, 2008.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- HELLMANN, Aline. **A moda no século XX: Para além da distinção social?**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.
- McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Editora Cultrix Ltda., 1964.
- McLUHAN, Marshall; FIORE, Quentin. **Guerra e Paz na Aldeia Global**. Tradução de Ivan Pedro de Martins. Rio de Janeiro: Distribuidora Record, 1971.
- MENDES, R.s.; VAZ, B.j.o.; CARVALHO, A.f.. O Movimento Feminista e a Luta pelo Empoderamento da Mulher. **Gênero & Direito**, [s.l.], n. 3, p.88-99, 22 dez. 2015. Revista Gênero & Direito. <http://dx.doi.org/10.18351/2179-7137/ged.2015n3p88-99>.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da Percepção**. Trad. C. A. de Ribeiro de Moura. São Paulo: Martins Fontes, 1994.
- KANT, Immanuel. **Critique de la faculté de juger**. Tradução: Alain Renaut. Paris: GF Flammarion, 1995.
- KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de Metodologia Científica: Teoria da ciência e iniciação à pesquisa**. 34. ed. Petrópolis: Vozes, 2015.
- PAREYSON, Luigi. **Estética: Teoria da Formatividade**. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 1993.
- PEDRO, Claudia Bragança; GUEDES, Olegna de Souza. As conquistas do movimento feminista como expressão do protagonismo social das mulheres. In: **Simpósio sobre Estudos de Gênero e Políticas Públicas**, 1., 2010, Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2010. p. 1 – 10.
- SIMMEL, Georg. **Philosophie de la modernité: la Femme, la vie, l'individualisme**. Tradução de Jean-Louis Vieillard-Baron. Paris: Éditions Payot, 1989.
- SIMMEL, Georg. **Filosofia da moda e outros escritos**. Lisboa: Edições Texto & Grafia Lda., 2008.