A moda enquanto sistema de legitimação das dicotomias entre feminino e masculino.

Autora: *Mariana Soares Pires Melo*[*]
Coautora: *Maria do Socorro da Silva Medeiros*[**]
Orientador e Coautor: *Prof. Dr. Hermano de França Rodrigues*[***]

RESUMO

Partimos da idéia de que o corpo é de uma eloquência voraz, ele reflete o "andar" social, nos auxiliando, desde modo, na penetração dos costumes que nos compõem. Para tanto a roupa faz dele utensílio insubstituível na elucidação do que se deseja que o "outro veja". É a partir de uma análise binária, estrita e geralmente rígida que merece ênfase a questão do feminino e do masculino na moda, enquanto elemento de legitimação de gênero. Lipovetski (2006) faz uma observação crucial para este estudo: a moda é essencialmente feminina. O luxo, a sedução, a frivolidade, as publicações, estão voltados ao feminino. As roupas são leves, em geral de cores mais delicadas, se valorizam as curvas e destaca-se a fluidez da modelagem e dos tecidos. Ao masculino fica relegada a austeridade, advinda do homem burguês, os cortes retos e o ar de seriedade das cores sóbrias, compondo-se assim outro universo alegórico (CRANE, 2006). A fim de compreender este sistema que explicita a violência simbólica, nos termos bourdieusianos, este trabalho tem como objetivo demonstrar como a moda, enquanto linguagem voltada para a manutenção dos status heteronormativos, é capaz de abarcar discursos das definições sociais de gênero, e em especial reproduzir o que é esperado enquanto correto e adequado ao social, legitimando e regulamentando as padronagens da sexualidade. Tal avaliação se dará através da análise das simbologias e dos valores transmitidos pelos fartos discursos visuais empregados na moda da sociedade ocidental.

Palavras-chave: Gênero. Moda. Dicotomia. Heteronormatividade.

[*] Mestranda em Sociologia pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Voluntária do Grupo de Pesquisa LIGEPSI – Literatura, Gênero e Psicanálise. E-mail: melo.mariana89@hotmail.com
[**] Graduada em Letras pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Bolsista no Grupo de Pesquisa LIGEPSI – Literatura, Gênero e Psicanálise. E-mail: msr_medeiros@hotmail.com
[***] Prof. Dr. Hermano de França Rodrigues, Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas – DLCV e do Programa de Pós-Graduação em Letras – PPGL – Coordenador Orientador do Grupo de Pesquisa LIGEPSI - Literatura, Gênero e Psicanálise. E-mail: hermanorg@gmail.com

INTRODUÇÃO

É preciso compreender a moda enquanto uma forma de expressão cultural que tanto norteia os estudos ligados à sociedade, quanto permanece como importante sistema capaz de ser analisado por si mesmo, sem depender de outras concepções, tornando-se ponto chave dos estudos humanos tanto para historiadores quanto para economista, por exemplo. Aqui apresentamos aspectos necessários para a compreensão de uma sociologia da moda, não apenas como peça do papel de consumo para os indivíduos, mas especialmente como arranjo que corrobora para a construção das identidades individuais e coletivas, fortalecendo os aspectos de divisão segundo o gênero. Assim, estamos deixando de lado estudos essencialistas e perpassando a formatação de indivíduos em meio a negociações de status simbolizados em seus vestuários.

Na visão de Crane (2006, p.22) “As roupas, como artefatos, “criam” comportamentos por sua capacidade de impor identidades sociais e permitir que as pessoas afirmem identidades sociais latentes”. Ou seja, ela é objeto valorativo e evidencia, portanto, as questões de gênero e sexualidade tanto de um passado distante, quanto especialmente na modernidade, onde começa a ter as características que a tornam reconhecida como é hoje.

A noção que temos da ideia de corpo perpassa claramente o desenvolvimento do guarda-roupa, é o que podemos interpretar, por exemplo, quando Bourdieu (2002) nota a formação de um determinado *habitus* feminino, a partir, dentre outros aspectos, da naturalização e conformação do corpo, pela introjeção de modos, trejeitos e símbolos de uma socialização dada, onde há uma preponderância do masculino em relação ao feminino, o que ele trata como dominação. De forma que tal dominação pode dar-se de diversas formas, mas principalmente por meio da *violência simbólica* que destacamos aqui como um dos fatores pelos quais a moda pode ser vivida.

O que defendemos neste estudo é uma visão da moda para além de suas possibilidades artísticas, de lazer e ainda do consumo – o que não significa afirmarmos tais pontos como sem importância. Estamos contudo, tentando compreender de que maneira a moda é capaz de legitimar uma dicotomia rígida que se apresenta na divisão dos sexos, estando essa noção de sexo atrelada a noção de gênero e a noção de desejo segundo os preceitos "naturais" limitados pela heteronormatividade e pelo patriarcado. Não há na moda – não com "naturalidade" - o entrelugar, há o espaço do masculino e do feminino, e estes estão separados para o sexo que lhe segue.

Ainda que possamos ouvir clamores a respeito de uma moda feminina que se "masculiniza", ao usar calças de cortes mais retos, blazers, camisetas, sapatos "masculinos", como os do estilo Oxford, como se estivéssemos abrindo espaço para a "liberdade do vestir", compartilhamos da visão de Lipovetsky (2006), onde esta "masculinização" é sempre reinterpretada e rearranjada para o gênero feminino, sejam nas cores, nos cortes, nos materiais mais delicados, ou mesmo na composição com outras peças de caráter feminino. É o que se pode facilmente observar nos manuais, revistas e blogs atuais de moda.

O sistema moda é primeiramente feminino, como nos conta Lipovetsky, (2006) e sucumbe a divisão de uma cultura normativa que categoriza a sua existência entre seção masculina, seção feminina e seção infantil (também feminina/também masculina); nada efetivamente além disso. Pode-se notar tais circunstâncias das publicações às modelagens, e principalmente nas "roupas de homem" e "roupas de mulher", isso legitima o tradicional binarismo homem/mulher, e ajuda a construir uma espécie de *habitus*, por meio de uma violência simbólica, conforme seguimos os termos bourdieusianos.

Propomos um ensaio da moda enquanto este sistema capaz de legitimar a binaridade dos corpos por sua expressão exteriorizada em uma linguagem já dada, que pode claro ser usada para mudar as estruturas partindo de dentro, mas que tem como escopo reforçar constantemente as atribuições de categorias rígidas do que é ser "homem" e o que é ser "mulher."

1. A moda e gênero

Retomamos continuamente a compreensão de que a moda é uma das expressões de socialização de maior valia da modernidade. Quando Leopoldo Waizbort (2008) observa a sociologia da moda como uma das linhas mais importantes de estudo da área, não o faz a toa. Da mesma forma que Gilberto Freyre (2009) dedica aos modos de homem e modas de mulher sua avaliação e comentários com determinado afinco, ou mesmo como Simmel (2008) mergulha na Filosofia da Moda para entender as características de uma modernidade efervescente na virada do século XIX para o XX, no que podemos inclusive nos transpor para uma intensificação deste processo, com certeza observando uma multiplicidade voraz dos aspectos modernos na contemporaneidade. Nos estudos de Lipovetsky (2006) em o “Império do Efêmero” a moda desponta como importante artefato dentro dos estudos estéticos e humanos, por sua simbologia e interconectividade plural. Seria possível, portanto, analisa-la tanto cronologicamente como a partir de aspectos pontuais como trabalho, divisão de classes, relações de mercado, dentre outros, mas especialmente no que nos interessa neste trabalho, traremos as questões relacionadas as expressões de gênero e sexualidade.

Segundo uma análise atual percebemos ainda a forte noção de feminino e masculino como norteadores das interações sociais, localizados ainda em julgamentos de certo e errado, na acepção de valores sociais e culturais, onde busca-se constantemente legitimar tal dicotomia, seja no controle dos gestos, seja no vocabulário dito como correto, seja na dialética que se propõe constantemente aos indivíduos, como lados fixos e imutáveis, homem e mulher. Esta mesma análise nos remete a compreende como “A maior parte das culturas [...] traduziu a diferença dos sexos em uma linguagem binária e hierarquizada, na qual apenas um dos termos era valorizado” (BOZON, 2004, p.21).

Nossos comportamentos e acepções estão sim ligados a concepção que fazemos de gênero. Quando Simone de Beauvoir diz que “Não se nasce mulher, torna-se mulher”, congrega-se fortemente em uma frase a noção de construção social dos indivíduos, estes seres dotados de comportamentos determinados, de convenções, e ao mesmo tempo de maleabilidades e contradições. Contudo, estamos momentaneamente interessados na observação dos que limitam, do que estabelece a fronteira, do que está colocado como linguagem para determinar o que é o feminino e o que é masculino e como eles devem ser praticados, desenvolvidos e repassados culturalmente, portanto, interessa aqui, a compreensão da moda enquanto este sistema da lógica do estático, que torna alguém “mais homem” ou “mis mulher”.

Tal divisão entre atribuições de homem e mulher é uma formulação natural em diversas sociedades, o que como afirma Bourdieu parece estar “na ordem das coisas” (2002, p.8), mas não é “natural”, ou essencial; donde voltamos novamente a noção de construção social: “O sexo em si, é uma construção social” (LE BRETON, 2014).

Partindo para a observação capilar da moda em seu estado “bruto”, aquela que atinge a maior parte das pessoas, percebemos que a moda moderna sai das passarelas de Alta Costura onde se pode brincar com as questões do corpo e descolar as noções de sexo, gênero e desejo, para o prêt-à-porter, onde é orientada por um sistema industrial, padronizada essencialmente pelo consumo (MENDES e HAYE, 2003), que pauta as dinâmicas deste binarismo que chamamos atenção.

1.2. O Masculino, O Feminino: Os Espaços do Simbólico.

Torna-se fundamental para a compreensão deste trabalho a noção da importância que os objetos têm na construção do que Bourdieu vai chamar de *habitus*, como veremos mais a frente. No momento cabe observar, utilizando-nos substancialmente da compreensão de Lipovetsky (2006) que a moda é

essencialmente feminina, ou seja, seus objetos estão voltados principalmente para esta noção de gênero e isto está na base de sua estruturação.

Tomados pela definição do que é ser mulher e do que é ser homem, o mercado da moda é essencialmente feminino, estando este termo ligado a noção de mulher segundo o sexo biológico, e não qualquer mulher, ela deve ser preferencialmente branca, magra e loira[2]. Quando falamos de mercado de moda estamos falando não apenas das roupas, mas também de toda uma cadeia industrial e mercantil que perpassa sua estruturação bem definida, da parte de criação e modelagem, passando pelo marketing e pela venda de desejos, até a logística de entrega e da divisão de setores em grandes magazines.

Bastaria reivindicar a observação de que existe o “setor feminino”, o “setor masculino” e o “setor infantil”, ou para a divisão nas grandes semanas de moda entre “Moda” (onde já está explícita a noção de feminino), e “Moda masculina”, e diferença substancial de tamanho e quantidade de tais eventos, assim como nas revistas do setor, para começarmos a questionar tais divisões. Podemos notá-las a partir de observação empírica do ponto no qual afirmamos ser a moda um sistema de legitimação de dicotomias de gênero. A ideia compartilhada assim pressupõe uma feminilidade que vai das cores claras, dos tecidos mais fluídos e maleáveis, dos decotes profundos, do uso de rendas, das saias, de uma áurea de romance, de insinuação da silhueta, de maneira que “você se sinta mais confiante” (mais “mulher”) e seja capaz de se sentir atraente para o outro(a). Tudo, desde os termos às imagens, podem ser compreendidas como espécies de violências simbólicas, na medida em que são formas de coação simbólicas, não existe o uso da força, mas há um jeito acordado como correto e bom de ser usado que já passa por natural, fala-se do estado das coisas como elas são, o que está fora disso está contrário a este estado e não parece ser correto.

[2]Para maior aprofundamento interessa a pesquisa de MARTINS, Ana Caroline Siqueira. A influência da mídia de moda e dos quadros histórico sociais na construção da identidade de modelos negras. In: VI CONGRESSO INTERNACIONAL DE HISTÓRIA, 6., 2013, Maringá. ANAIS DO VI CONGRESSO INTERNACIONAL DE HISTÓRIA. Maringá: Uem, 2013. p. 1 - 21. Disponível em: <http://www.cih.uem.br/anais/2013/trabalhos/467_trabalho.pdf>. Acesso em: 12 setembro. 2014.

> Se antes quando a gente pensava em seduzir rolava uma busca louca por decotes grandalhões, comprimentos super curtos, caimento justésimo e batonzão vermelho… hoje a gente acredita que é bem mais sedutor é se sentir feminíssima e confiante! Mamãe já dizia que é melhor insinuar do que mostrar, né — e quando a gente SE SENTE sedutora de verdade, de dentro pra fora, o que pode ser insinuado transparece naturalmente, a gente carrega com facilidade. É ou não é?!?? Nessa toada, tem aqui uns elementos do que a gente chama de 'nova feminilidade'. Idéias que suavizam, "romantizam", criam oportunidade de conversa e paquera (alôr!) e adocicam qualquer visual. Tudo fácil de adaptar pra toda personalidade, toda silhueta, todo estilo, toda ocasião e toda vontade – certeiro pra acrescentar essa "nova feminice" de vez em quando. Ó! (FÓRMULA DA NOVA FEMINILIDADE blog "Oficina de estilo", 2014)

Seria possível claramente a argumentação de que é na moda que encontramos grandes mudanças sociais – ligando aqui a noção de identidade social com identidade de gênero, como lembra Heilborn (1996) - como o sucesso de modelos *trans* e das próprias possibilidades da moda andrógena, obviamente que não descartamos isso enquanto possibilidade real, contudo não é o retrato principal. Lipovetsky por exemplo chama atenção quando questiona sobre a própria evolução o guarda-roupa feminino, como o uso do smoking, de calças, das camisas de botão, mas enxerga que essa inserção do "masculino" na vestimenta "feminina" tem dois pontos fundamentais: não segue o caminho inverso e tampouco é uma troca equalizada.

Na visão que compartilhamos com o filósofo, o caminho inverso, ou seja, do guarda-roupa feminino ao guarda-roupa masculino, não estrutura-se. Não é permitido socialmente ao homem o uso da maquiagem, por exemplo, ou de saltos altos, de saias, que quando usadas refletem mais tom político em protesto do que de fato o uso comum da roupa, biquínis, vestidos, meia calças, sutiãs, calcinhas – salvo fetiches sexuais – dentre tantas outras peças que "pertencem" originalmente ao conjunto de roupas legadas a mulher/feminino. Poderíamos claro, notar os usos feitos pelas travestis, transexuais dentre outras, mas nota-se que, ao trabalhar na análise de um mundo onde estas dicotomias são rígidas, tais categorias não são tratadas como o "puro masculino", ou ainda, como "homens".

O outro ponto diz respeito a como esta moda que é permitida socialmente as "mulheres" coladas ao gênero feminino e que nutrem desejo pelo masculino

conforme os padrões heteronormativos e patriarcais. Ou seja, é possível usar a camisa de manga longa, punho e colarinho rígidos, como a camisa masculina, mas ela terá o corte que valorize a curva da cintura e cores mais delicadas em primazia, talvez alguns detalhes bordados com motivos “femininos”, não abotoaduras de ouro, nem riscas de giz. Da mesma forma o smoking, ainda que Saint- Laurent tenha brilhantemente saído da dicotomia aqui apresentada, cai no uso de um smoking que não é o masculino, é uma peça inspirada no masculino feita para o feminino. Por isso dizemos que não é equalizada, da mesma forma os sapatos, os relógios, os lenços, a gravata, o corte de cabelo. O que é feminino e o que é masculino estão bem delimitados.

> Os exemplos são inúmeros: homens e mulheres usam calças, mas os cortes e muitas vezes as cores não são semelhantes, os sapatos não tem nada em comum, um chemisier de mulher se distingue facilmente de uma camisa de homem, as formas de maiôs de banho são diferentes, assim como as das roupas de baixo, dos cintos, das bolsas, dos relógios, dos guarda-chuvas. Um pouco em toda parte, os artigos de moda reinscrevem, por intermédio dos pequenos “nadas”, a linha divisória da aparência. É por isso que os cabelos curtos, as calças, paletós e botas não conseguiram de modo algum dessexualizar a mulher; são, antes, sempre adaptados à especificidade do feminino, reinterpretados em função da mulher e de sua diferença. (LIPOVETSKY, 2006, p.131).

1.3. Moda, Patriarcado e Heteronormatividade

Sendo assim podemos elencar diversos aspectos importantes no que toca a compreensão do devir social que se forma em relação aos gêneros, desejamos destacar, portanto dois pontos importantes: as noções de patriarcado e heteronormatividade, tanto como categorias de estudo, como especialmente categorias políticas na compreensão do cenário do qual o feminino que tratamos aqui está inserido, como forma de compreender os motivos pelos quais o sistema moda acontece como o caracterizamos.

Segundo Fávero (2012), além da visão que destacamos aqui sobre a dicotomia entre o que é ser o “feminino” e o “masculino”, ainda estamos perpassadas pela noção da mulher como adequada à norma de um *patriarcado* que

determina a dominação e regência da família – e por consequência desta mulher – por um homem, chefe de família, responsável pela proteção e comando do grupo.

A noção deste *parther* pode estar ligada necessariamente a uma diferença de classes que perpetua dominação segundo os preceitos de uma classe burguesa que exerce dominância não apenas financeira, mas também simbólica e dos costumes. É o que observa Nick Roberts (1998) ao falar da diferença que as mulheres da classe burguesa tinham em relação às mulheres da classe trabalhadora, em especial na Inglaterra do século XIX. A noção de prática sexual, de posse, de "bom costume" e das relações amorosas e afetivas das mulheres da classe trabalhadora, estava mais liberta em suas ações no que dizia respeito a indivíduos que não se caracterizavam como objetos de algum homem, fosse ele pai, marido ou irmão, de maneira que as relações que se davam não estavam na ordem da proteção do feminino como algo que devesse ser limitado e afastado de qualquer coisa que o desvalorizasse como bom e desejável. O contrário do que se dava na classe burguesa, onde estes laços estavam mais atados e fortes, ou seja, a ação deste patriarca era mais intensa. A mulher que trabalhava e estava fora de casa não estaria sujeita a todo este controle e dependência que a mulher "de dentro" estava. O cenário muda com o jugo da classe burguesa não apenas na questão econômica, mas também simbólica e da ordem dos costumes.

Da mesma forma Fávero (2012) chama atenção para a concepção de heteronormatividade, onde o desejável das relações afetivas está localizada na conjectura de uma pessoa do sexo masculino que se reconhece enquanto do gênero masculino, e relaciona-se com uma mulher que performatiza seu gênero feminino, sendo portanto os outros tipos de relação e de experiências retirados desse modelo correto e necessário, quase como um *tipo ideal* do que é ser normal, tendo força nas relações aquele que é homem, branco, heterossexual.

Há de se pensar quais os rumos que podem ser tomados por aqueles que não se encaixam neste padrão. Também neste arquétipo podemos observar a diferenciação do feminino não apenas enquanto "segundo sexo", mas enquanto sexo negativo, o *não-sexo*, o ruim, mal, sujo, o que deve ser penetrado e não o que

penetra. Dentre as diversas interpretações possíveis desta questão de diferenciação entre o que são os “deveres” do feminino e do masculino e das qualidades que são dadas como atreladas a cada um, lembramo-nos do importante estudo Néstor Perlongher (1987) sobre da prostituição viril em São Paulo. Quando o autor fala de masculinidades e da situação onde um dos participantes da relação deve ser penetrado – ou seja, deve exercer um papel que é relegado ao feminino - e esta relação está mediada pelo dinheiro, faz uma citação de Bruckner e Finkielkraut (1979) ao lembrar que se o paradigma da prostituição tivesse se desenvolvido entre as mulheres

> as clientes é que continuariam a ser chamadas de putas, pois é evidente que o que consideramos prostituído não é tanto o corpo vendido, mas o corpo penetrado. Só atingem essa degradação as mulheres, ou, na falta delas, os enrabados. (1979, p. 217 apud PERLONGHER, 1987, p. 21)

Da mesma forma Bourdieu reafirma: “O corpo tem sua frente, lugar da diferenciação sexual, e suas costas sexualmente indiferenciadas e potencialmente femininas, ou seja, algo passivo, submisso (...)” (2002, p.12). Tal paradigma se estenderá para as diversas concepções do que é ser indivíduo em sociedade e das manifestas expressões em acordo ou não com esta construção social, sendo assim, a moda não está de forma alguma retirada destas noções, está inclusive dentro e muito bem azeitada nas engrenagens que mantem estes processos ainda fortes.

2. A moda enquanto violência simbólica

> Os significados de ser mulher estão atrelados a determinadas pautas sociais e morais que *sinonimizam* mulher com feminino, homem com masculino e ambos no contexto de um padrão heterossexual. As noções de feminino e de masculino estão, por sua vez, estereotipicamente associadas a diversas características que costuram os significados do que se considera como comportamento “próprio” de cada uma delas. (LACOMBE, 2010, p.19).

Tais noções de masculino e feminino que perpassam os estereótipos de cada sociedade podem ser compreendidas a partir da perspectiva de Bourdieu (2002) ao tratar da noção de violência simbólica desenvolvida em sua teoria. Quando observa

a respeito da “Dominação masculina”, Bourdieu trabalha com aspectos a partir da concepção de que existe uma dicotomia entre as relações de sexo e gênero que se estendem a diversas formas de pensamento e ação no cenário onde se desenvolvem as interações humanas. Assim, tais relações estão permeadas de significações e legitimações que podem constituir-se enquanto autenticas e reconhecidas a depender dos poderes que determinam tais concepções.

Do ponto de vista do sociólogo a construção social se dá a partir da ordem entre dominantes – no caso o masculino – e dominados – no caso o feminino – e esta dominação será perpetuada através de uma violência simbólica que responde pela mediação destas relações. Indo além da violência física, por exemplo, tal tipo de violência pode utilizar-se das instituições, da família ao Estado, pois tudo está na organização de poder do dominante. Esta situação passa a ser vista como natural e comum, como se estivesse na “ordem das coisas”, mesmo as formas de avaliar e prever tanto a si como o outro que o domina partilham das perspectivas dominantes, enraizadas nos corpos e nas interações, tudo torna-se então produto deste social, entrando aí a noção de *habitus.* Seria o caso de mães que educam filhos dentro dos formatos de poder da dominação masculina, reconstruindo tal situação constantemente. Existe um trabalho de construção simbólica destes entendimentos, que se naturalizam quase como inerentes a essência humana, mas que não passam de construções sociais: “se encarnam em *habitus* diferenciados segundo o princípio de divisão dominante e capaz de perceber o mundo segundo esse princípio.” (Bourdieu, 2002, p.17).No limite desta ordem, certas tarefas podem ser dadas ou retiradas de acordo com estes princípios, certas práticas estimuladas e outras proibidas, e tantas outras tidas como desejáveis e outras como sujas. O trajar da moda passa a ser uma destas possibilidades.

Seguindo esta linha de pensamento, seria possível compreender como se dá a divisão social do trabalho e como se dão as próprias relações entre estes dominantes e dominados quando tratamos desde a postura corporal até as ações determinadas para cada um. Interessa-nos, contudo especialmente compreender como isto poderia ser visto no que consideramos um sistema de moda:

> Essa espécie de confinamento simbólico é praticamente assegurada por suas roupas (o que é algo mais evidente ainda em épocas mais antigas) e tem por efeito não só dissimular o corpo, chama-lo continuamente à ordem (tendo a saia uma função semelhante à batina dos padres) sem precisar de nada para prescrever ou proibir explicitamente ("minha mãe nunca me disse para não ficar de pernas abertas"):ora como algo que limita de certo modo os movimentos, como os saltos altos ou a bolsa que ocupa permanentemente as mãos, e sobretudo a saia que impede ou desencoraja alguns tipos de atividades (a corrida, algumas formas de sentar, etc.); ora só as permitindo à custa de precauções constantes, como no caso das jovens que puxam seguidamente para baixo uma saia demasiado curta, ou se esforçam por cobrir com o antebraço uma blusa excessivamente decotada, ou têm que fazer verdadeiras acrobacias para apanhar do chão um objeto mantendo as penas fechadas. Essas maneiras de usar o corpo, profundamente associadas à atitude moral e à contenção que convém as mulheres, continuam a lhes ser impostas, como que a sua revelia, mesmo quando deveriam de lhes ser impostas pela roupa (como o andar com passinhos rápidos de algumas jovens de calças compridas e sapatos baixos). (BOURDIEU, 2002,p.19,20)

Podemos conceber diversas formas de dominação a respeito de como coordenar e moldar este corpo em um formato desejado, não apenas enquadrá-lo, mas construí-lo em meio aos valores dominantes, tanto no que diz respeito aos gostos quanto às ações. Sendo assim podemos claramente notar que a moda funciona como instrumento de toda esta sistemática. Constitui o que podemos chamar de violência simbólica, esta totalidade de ações que empreendem os dominantes em relação aos dominados, exercidos diretamente ao corpo, sem que haja necessariamente violência física para esta ação, podemos dizer que é uma construção resultante de um poder constantemente desenhado nos corpos dos dominados, o limitando, o fazendo e refazendo. A moda, podemos ver, molda este corpo e o limita conforme as modelagens, as temporadas, as coleções: por ser tão significante, é capaz de assinalar os gestos e reproduzir ações mesmo quando não está presente, como no caso das moças que andam apressadas, mesmo de sapatos baixos, ou como poderíamos nós mesmos destacar, da postura de pernas cruzadas, mesmo usando calças, dentre tantos outros. A forma como a moda é capaz de moldar estes corpos, que têm muitas vezes uma necessidade voraz de mudança e de possibilidades, nos traduz um sistema que circunscreve nossos esquemas de comportamento, tanto físico quanto social e psicológico.

Os códigos de atribuições para todos os indivíduos que estão situados dentro de um universo moderno permitem cada vez mais uma individualidade. Contudo, como isto se dá nas questões de gênero? Segundo Lipovetsky (2006) a moda, em especial a Alta Costura, se pauta pelo feminino, desde as grandes *Maisons* francesas, até a rua, o que muda de figura com certa intensidade nos anos 60, quando esta mesma parte da moda investe na parte dos "homens", especificamente no setor prêt-à-porter. Além da vestimenta austera e cinzenta, agora também incorpora certo elemento da fantasia ao permitir o traje esporte, a brincadeira com tênis, cores e camisetas, ocorre o fim do monopólio feminino. Além disso, inicia-se na modernidade uma masculinização parcial do guarda-roupa feminino com peças como camisas e calças sendo reinterpretadas pelas mulheres. Contudo, o filósofo reafirma: "Isso não significa de modo algum que a moda tenha deixado de encontrar seu lugar de eleição no feminino" (2006, p.130), afinal, são as coleções femininas que levam o nome glamuroso para as marcas, nelas reside o mundo da fantasia, da brincadeira, da leveza, da não seriedade. No guarda-roupa masculino, como bem concorda Crane (2006), está a divisão entre este mundo menos rígido do *sportwear,* e o mundo do trabalho, do homem burguês, clássico e de terno – mas ainda sim, uma divisão entre o mundo do trabalho e o mundo fora dele. Essa aclamada celebração da igualdade parece não atingir muitos aspectos do mundo da moda, de maneira que:

> as sociedades modernas repousam não apenas no princípio de igualdade entre os sexos, mas também no princípio de não-igualitário do "belo sexo": a beleza permanece um atributo, um valor particular do feminino; é admirada , encorajada, exibida em profusão entre as mulheres, pouco entre os homens. (LIPOVETSKY, 2006, p. 139)

Isto que poderíamos chamar de *habitus* do "belo-sexo", esta formação que é incorporada simbolicamente no que diz respeito ao feminino podem ser facilmente encontradas nas roupas ditas do setor feminino, sendo empenhadas em promover o luxo, a sedução, a frivolidade, a leveza, o que é de cor mais clara, dos tamanhos curtos e pequenos, com babados e laços, com detalhes brilhantes, com desenhos

que estimulam a delicadeza, com linhas curvas, com cortes que sobressaltam a silhueta, as costas, as pernas e coxas, que não permitem o franco movimento, que exigem cuidados e atenção para “não mostrar demais”, que precisam de trejeitos não abruptos, com pouco conforto e comodidade, mas todos aos quais o corpo feminino parece “naturalmente” adaptar-se e conformar-se, a mulher “parece nascida para isso”.

Do lado dito contrário, em favor do masculino – ou também contra, já que inibe o que homem que deseja outras possibilidades, pois para Bourdieu (2002) o homem também é vitima da própria dominação masculina – vemos o escuro, o rígido, a linha reta, com a rigidez, a austeridade do homem de negócios que é “mais homem” no mundo feroz dos negócios, fora de casa, que difere-se daquele antigo e indigno nobre que não trabalhava e não dava valor ao dinheiro. Para o masculino vale o cinza, o corte reto, que o faz inteiro, o terno que é apenas uma extensão da sua masculinidade, de seu falo, de seu patriarcado, sua seriedade e conformidade sexual para com as normas heteronormativas, compõe-se assim outro universo alegórico (CRANE, 2006).

Ainda na visão de Bourdieu, (2002) na medida em que os próprios dominados são capazes de aceitar e reproduzir os símbolos de sua dominação, de maneira que concordem com ela e a reconstruam continuamente, estabelece-se um reconhecimento da submissão que lhes foram impostas ao longo de uma construção social. Tal consideração não significa uma estrutura rígida ao ponto da imobilidade, sendo francamente concebível a possiblidade de determinados indivíduos realizarem diferentes tipos de interpretação dos símbolos que lhes foram dados, e oferecerem resistência aos mesmos, além do que estes processos são continuamente construídos, sendo esta a explicação para as mutações, ainda que lentas em muitos casos, da relação entre dominantes e dominados. Porém, é notória como tais sistemáticas, como a própria moda, não são facilmente colocadas à disponibilidade destes que não aceitam o *status quo*. Dentro da moda considerada “normal” a binaridade posta para as questões de gênero continua a ser reconstruída e reinterpretada no sentindo de manter-se como uma moda feminina e uma moda

masculina, fora destes parâmetros há muita coisa a ser experimentada, contudo, é preciso pensar fora de uma dicotomia constantemente legitimada dentro do sistema.

CONCLUSÃO

A moda pode assim, ser considerada um dos sistemas de sustentação e legitimação da binaridade, ou dicotomia, estabelecida entre as questões de sexo e gênero. Está ligada ainda a noção de violência simbólica a partir das concepções de Bourdieu, a partir do momento que se torna intermediária da dominação simbólica sobre o que é “roupa de homem” e “roupa de mulher”, definindo a construção social dos corpos, além de limitar ações e trejeitos a partir desta dominação simbólica, tal como o exemplo das mulheres que correm com passos curtos mesmo estando de sapatos baixos, ou quando está “naturalmente” acordado que uma mulher deve sentar de pernas cruzadas, como se sempre usasse uma saia.

Observa-se também, como o *habitus* ligado a este corpo feminino está perpassado pela adoção de modos que são ditos femininos, de maneira que mesmo os objetos, as roupas, os acessórios, os cabelos e gestos devem estar de acordo com um *habitus* feminino, dotado de cores próprias, cortes, modelagens, modelos, gestos e tamanhos próprios. O ideal de feminilidade socializa corpos a partir destes estereótipos, que não são imutáveis, mas são fortemente empregados e rígidos, e o sistema de moda corrobora para que tais modelos sejam introjetados e fetichizados como necessários e bons, seja pela lógica do consumo, seja pela lógica do essencialismo.

A questão do poder que torna capaz a limitação destes aspectos está ligada a preponderância da heteronormatividade e do patriarcado em nossa sociedade. Tomados especialmente como categorias políticas, tais pontos fundamentam nossa tese de que, estando a moda inserida, construída e remodelada constantemente nas determinações de um modelo heteronormativo e patriarcal, é facilmente observável como carrega em suas sistemática, das criações aos modelos, uma gama de

aspectos do que é considerado correto segundo suas definições e limitações, tornando legitima inclusive a dicotomia entre masculino e feminino.

REFERÊNCIAS

BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo Sexo:** A experiências vivida. 2. ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1967. Tradução de Sérgio Milliet.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002. Tradução de Maria Helena Kühner.

BRETON, David Le. Corpo, Gênero, Identidade. In: **CORPO, GÊNERO E SEXUALIDADE, VI.**, 2014, Juiz de Fora. Anais... . Juiz de Fora: Center Gráfica Editora, 2014., p. 19 - 34.

FAVERO, Maria Helena. Psicologia do gênero: Psicobiografia, sociocultural e transformações. Curitiba: Ed. UFPR, 2012.

FREYRE, Gilberto. **Modos de Homem & Modas de Mulher**. São Paulo: Global, 2009.

HAYE, Amy, e MENDES, Valerie. A Moda no Século XX, São Paulo, Martins Fontes, 2003.

HEILBORN, Maria Luiza. Ser ou estar homossexual: dilemas de contrução da identidade social. In: PARKER, Richard e BARBOSA, Regina. Sexualidades Brasileiras. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1996.

LACOMBE, Andrea. **LER[SE] NAS ENTRELINHAS:** sociabilidades e subjetividades entendidas, lésbicas e afins. 2010. 192 f. Tese (Doutorado) - Curso de Pós-graduação em Antropologia Social,, Universidade Federal do Rio de Janeiro Museu Nacional, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em:

<http://teses2.ufrj.br/Teses/PPGAS_D/AndreaLacombe.pdf.>. Acesso em: 02 nov. 2013.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero**: A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

LOURO, G. L. (Org.). **O corpo educado:** pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

MARTINS, Ana Caroline Siqueira. A influência da mídia de moda e dos quadros histórico sociais na construção da identidade de modelos negras. In: vi congresso internacional de história, 6., 2013, Maringá. **Anais do vi congresso internacional de história.** Maringá: Uem, 2013. p. 1 - 21. Disponível em: <http://www.cih.uem.br/anais/2013/trabalhos/467_trabalho.pdf>. Acesso em: 12 setembro. 2014.

PERLOGHER, N. O. O negócio do michê: a prostituição viril em São Paulo. São Paulo: Brasiliense, 1987.

ROBERTS, Nick. As prostitutas na história. Trad. Magda Lopes. Rio de Janeiro: Record, Rosa dos Tempos, 1998.

SIMMEL, Georg. Filosofia da Moda. In: SIMMEL, Georg. **Filosofia da Moda e outros Escritos**. Lisboa: Edições Texto e Grafia, 2008. p. 21-58.

WAIZBORT, Leopoldo. **Georg Simmel sobre a moda – uma aula**. In: IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte – São Paulo – v.1 n.1 abr./ago. 2008

ZANETTI, Cris; e RESENDE, Fê. Oficina de Estilo. Fórmula da nova feminilidade. Disponível em: < http://oficinadeestilo.com.br/2014/05/14/formula-da-nova-feminilidade/>. Acesso em: 05 set. 2014.