

**IX Encontro Nacional de Estudos do Consumo**  
**21 a 23/11/2018, ESPM, Rio de Janeiro, RJ**

Grupo de Trabalho- Moda, arte e design: a composição estética da vida social

**MODA E FEMINILIDADE:**  
**A DIFÍCIL MISSÃO DE VESTIR-SE “MULHER”**

BONIZOL FERRARI, Fernanda  
Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora

**RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo discutir os padrões estéticos e comportamentais atualmente atribuídos à noção de feminilidade. Conceito cultural bastante naturalizado, trata da composição que abarca roupas, acessórios e padrões de beleza e comportamento que contemporaneamente é atribuído às mulheres como uma característica tradicionalmente feminina. No entanto, se em revistas, jornais e blogs dedicados ao público feminino essa visão encontra padrões bastante definidos, no campo dos estudos sociais ele se mostra cada vez mais fluido e controverso. Quando confrontado com as novas perspectivas de abordagem das questões relativas ao gênero, tais padrões recebem duras críticas e apontam para uma necessidade de revisão.

**Palavras-chave:** Moda. Comportamento. Feminilidade. Mídia.

**INTRODUÇÃO**

A relação entre moda e subjetividade é assunto de muitos textos e teorias. Esse conjunto de peças de vestuário e acessórios em relação constante com o corpo gera um fluxo de informações que acabam por dizer algo sobre/para aquele indivíduo. É nesse sentido, da aparência como forma de comunicação entre indivíduos, que a moda se torna um instrumento fundamental na construção daquilo que propõe como “feminilidade”.

A feminilidade é um conceito cultural bastante naturalizado. Se no campo dos estudos sociais ele se mostra cada vez mais fluido e controverso, na moda ainda domina uma normatividade sobre o que é ser/parecer mulher em termos estéticos. Uma composição que abarca roupas, acessórios e padrões de beleza constrói aquilo que se espera atualmente das mulheres enquanto uma aparência tradicionalmente feminina. No entanto, não é apenas a materialidade da roupa que define a feminilidade. Aspectos comportamentais como atitudes, gostos e preferências também são fundamentais nessa construção.

## **1. A FEMINILIDADE COSNTRUÍDA E ATRIBUÍDA**

A história da moda e história social da mulher tem muito em comum. Cercada de regras e padrões, a moda feminina e suas regras estão diretamente relacionadas às questões de libertação e relações de sociabilidade, tal qual a história social das mulheres. E se a relação entre moda e mulher é assim tão estreita, na relação que se forma entre moda e a noção de feminilidade, elas se misturam. Essa leitura da mulher via moda serve às expectativas que a sociedade, por meio dela, projetam na imagem da mulher. A moda indica o é adequado, o que é permitido e, sobretudo, o que deve ser evitado para não se “perder a feminilidade”.

A noção de feminilidade que hoje prevalece e relaciona moda e comportamento feminino, tem como marco a Modernidade. É nesse momento que uma nova relação entre o indivíduo e seu corpo se estabelece de fato e de forma bastante distinta entre homens e mulheres, estabelecendo os parâmetros comportamentais e estéticos da noção ainda hoje praticada de feminilidade.

Por um lado, foram as relações de poder estabelecidas a partir da diferenciação dos papéis sociais desempenhados por homens e mulheres na sociedade moderna que as colocou em lugar de submissão a uma anunciada supremacia masculina. Ao homem, o desbravamento da vida pública, à mulher à segurança privada do lar. E foi na fragilidade do corpo que tal “proteção” se justifica. O naturalismo manteve a mulher e seus encantos à disposição do homem. Considerada intelectualmente inferior e fisiologicamente mais fraca que o homem, caberia então à mulher atender às demandas masculinas. Sua

intelectualidade lhe permitiria apenas atividades mais simples, voltadas ao conforto e trato do marido e da família. Enquanto ser carnal e das paixões, a mulher não seria capaz de aceder à razão. Fisiologicamente, ciclos menstruais, gravidez e amamentação enfraqueceriam a mulher, o que a tornaria inapta para qualquer atividade laborativa.

Por outro, o amor romântico torna o século XIX o século da sedução, e Melo e Souza (1987) o considera um divisor de águas no que diz respeito à moda e sua função social. É quando o princípio da sedução ou da atração se torna o grande norte da moda concernente à vestimenta feminina. Diferentemente do vestuário masculino, a estética e os padrões de beleza feminina tomam a dianteira das escolhas de moda, mas sempre atenta aos limites impostos as insinuações. As exteriorizações de sensualidade feminina foram contidas quando, “[...] por sorte, a natureza previu os meios para deter os excessos femininos. Dotou as mulheres da vergonha, do pudor [...]” (CALANCA, 2008, p. 96).

No que diz respeito à aparência, novos padrões se impõem, deixando de lado a concepção de beleza feminina como lugar do pecado e atribuindo novo valor à beleza. “Enquanto a cultura clerical na Idade Média teme a beleza feminina como lugar do pecado, o neoplatonismo renascentista, como já disse, atribui um novo valor à beleza” (CALANCA, 2008, p. 88). A vaidade era, inclusive, mais que apenas valorizada, e sim uma característica considerada quase inata em toda menina.

Maria Rita Kehl (1989), analisando a emergência de produções no campo da literatura em relação à mulher no contexto do modo de vida burguês da segunda metade do século XIX, alega que somos herdeiros de discursos que, historicamente, definiram uma “natureza feminina” eterna e universal.

O que é específico da mulher, em sua posição tanto subjetiva quanto social, é a dificuldade que enfrenta em deixar de ser objeto de uma produção discursiva muito consistente, a partir da qual foi sendo estabelecida a verdade sobre sua “natureza”, sem que tivesse consciência de que aquela era a verdade do desejo de alguns homens – sujeitos dos discursos médico e filosófico que constituem a subjetividade moderna – e não a verdade “da mulher”. (KEHL, 1998, p. 15)

A moda deve então ser capaz de materializar tudo isso: uma personalidade que aponte claramente para as diferenças estabelecidas e os limites impostos ao comportamento das mulheres em relação aos homens. Em uma posição de subserviência, fragilidade e vaidade seriam características tipicamente femininas, condições típicas do gênero que coloca a mulher ao deleite do olhar masculino, estes sim, dotados de capacidade de julgamento, capazes de definir e regular seus furores.

Assim, a Modernidade, que há tempos já vinha modificando a estética das cidades, impõe seus padrões à moda e ao corpo. Para Elizabeth Wilson (1985), desde o século XVII a silhueta esbelta já havia se tornado o novo modelo de beleza e a modernidade impõe um novo desafio para a moda e uma prova de fogo para a sociedade: nas cidades, é preciso se mostrar e mostrar-se atendendo aos novos padrões de aparência e julgamento.

À medida que as cidades cresciam desenvolviam-se redes de sociabilidade independentes do controle real, aumentaram os lugares onde estranhos podiam regularmente se encontrar. [...] A difusão das comodidades urbanas ultrapassou o pequeno círculo da elite alcançou um espectro muito mais abrangente da sociedade (SENNET, 1998, p. 32).

Já em 1911, Simmel (2008) escreve sobre domínios e efeitos que a moda exerce sobre as mulheres. Segundo o autor, pelo fato de expressar e estimular, ao mesmo tempo, igualdade e individualidade, imitação e distinção, a moda provocaria nas mulheres uma relação de dependência, uma chancela sobre suas escolhas.

Da fragilidade da posição a que foram condenadas as mulheres durante a maior parte da história surge sua ligação estreita com tudo o que é 'costume', com tudo que "convém", com a forma de existência válida em geral e aprovada por todos. (SIMMEL, 2008, p. 176)

Mais de um século depois, o que é certo e o que é errado no vestir contemporâneo feminino já não atende mais a um único padrão, mas aquilo que "convém", que os "costumes" identificam como socialmente adequado no vestir feminino ainda dita boa parte das normas da moda atual. É nesse contexto que a noção de feminilidade se mantém como uma característica do vestir feminino

que, na maioria das vezes, é apontado como um das mais marcantes características da moda feminina e que deve ser preservada como um “valor” inerente à própria condição de mulher.

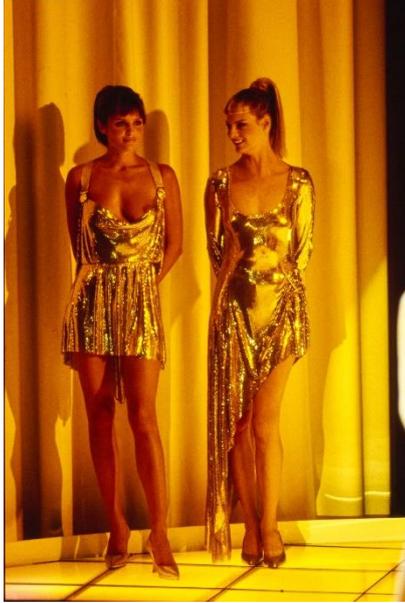
## **2. SER O QUE QUISER, MAS SEM PERDER A FEMINILIDADE**

Desde a segunda metade do século XX que o vestir feminino não atende mais a um único padrão, mas aquilo que “convém”, que os “costumes” identificam como “feminilidade” ainda dita boa parte das normas da moda atual. Um estudo feito na virada do século já apontava para a manutenção da importância de manter a aparência feminina condizente com os padrões de feminilidade e elegância. Marlene Stray (2000) cita uma série de reportagens publicadas pelo jornal Daily Mail londrino em 1994 que demonstram que o conservadorismo persistia no vestir quando analisadas as novas propostas para a temporada de outono/inverno do ano seguinte. Ao longo da semana de moda, o jornal trouxe uma série de notas que deixavam clara a insatisfação com a estética proposta. Alguns títulos de reportagem são citados pela autora como: “Por que a maioria dos desenhistas de moda odeia as mulheres?” e “Alta moda - ou baixa decadência?”. Nesta última, assinada por Gail Rolfe, a jornalista afirmava que

A moda tem sido dominada por um ânimo poderoso, subversivo e anárquico. Todas as velhas tradições de beleza, excelência e bom gosto foram desprezadas, substituídas por roupas que se tornaram de predatórias e agressivas... a abertamente vulgares. (DAILY MAIL, 1994, p. 28 *apud* STARY, 2000, p. 148)

Beleza, excelência e bom gosto foram opostas à vulgaridade e agressividade naquilo afrontava a feminilidade tradicional. A figura a seguir mostra duas das propostas de moda desfiladas naquela temporada pelas marcas Versace e Comme des Garçons.

**Figura 1 - Modelos apresentados pelas marcas Versace e Comme des Garçons em 1994**



Fonte: Site Revista Vogue<sup>1</sup>

Atualmente, grande parte das informações sobre moda e tendências é proveniente da internet. O que antes era objeto das revistas impressas e jornais, hoje é tratado em blogs e sites que assumiram, em grande parte, esse papel. No entanto, se o veículo de comunicação mudou, a questão da feminilidade como característica (quase) fundamental permanece.

Muitos são os papéis e posturas desempenhadas pelas mulheres na sociedade contemporânea. No entanto, independente de qual seja a posição assumida, o conteúdo de moda proposto ainda prioriza uma postura e aparência que a feminilidade seja mantida.

A questão da emancipação e independência feminina são apontadas na mídia como uma postura positiva e, na maior parte das vezes, recomendada. No entanto, a manutenção de uma certa “leveza” nos atos é percebida como uma indicação para não correr o risco de ter sua postura entendida como masculina. No dia Internacional das Mulheres o Jornal Gazeta do Norte<sup>2</sup> publicou uma reportagem que mostra o avanço das mulheres em questões relativas ao mercado de trabalho e sua maioria nas Universidades mundiais e nacionais. No

<sup>1</sup> Disponível em <<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-1994-ready-to-wear/comme-des-garcons/slideshow/collection#9>> Acesso em 01 Out. 2018

<sup>2</sup> Publicada no Jornal Tribuna do Norte. Disponível em <<http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/forca-sem-perder-a-feminilidade/214197>> Acesso em 01 Out. 2018.

entanto, posturas mais assertivas e de posicionamento declaradamente feminista, não foram valorizadas e recomendadas. A reportagem atribui as “mais feministas” reclamações quanto ao machismo comum nos estados do nordeste e propõe que a chegada ao poder, a elevação da autoestima e reconhecimento profissional não prejudiquem sua feminilidade.

Para a psicóloga organizacional Adriana Guedes, que desenvolve uma pesquisa sobre a crescente presença de mulheres em cargos de chefia, o movimento feminista ficou para trás e agora o momento é do movimento feminino. “As mulheres sabem que para alcançar cargos e posições antes ocupadas por homens não é preciso se masculinizar. A feminilidade deve ser um diferencial dessa mulher do século XXI. A sensibilidade, o detalhismo, a atenção individualizada são características do sexo feminino que não podem ser esquecidas. Não é competir, é para complementar!

Não é só no campo profissional que tal postura parece ser mantida. As práticas esportivas também não se viram imunes a tais considerações. Uma reportagem feita pela seção de esportes do site UOL<sup>3</sup> trouxe Kyra Gracie, campeã de jiu-jitsu e herdeira de uma tradicional família dentro do universo das lutas. O título da reportagem é “Musa do esporte – Kyra Gracie carrega a força do clã lutador, mas sem perder a ternura”. Ao longo do texto, diversas vezes a questão das características apontadas como femininas são postas em evidência. Em entrevista, a atleta diz: “quero mostrar que as mulheres podem lutar sem deixar de serem femininas”. A reportagem traz também uma série de fotos, inclusive sobre uma campanha feita por ela para uma marca de quimonos confeccionados em tecido cor de rosa. As imagens a seguir, trazidas à reportagem, mostram a atleta em momentos de competições, mas trazem também fotografias feitas que pretendem ser associadas a uma postura considerada feminina.

---

<sup>3</sup> Reportagem veiculada no site de UOL. Disponível em < <https://uolesporte.blogosfera.uol.com.br/2011/08/23/musa-do-esporte-kyra-gracie-carrega-a-forca-do-cla-lutador-mas-sem-perder-a-ternura/>> Acesso em 01 Out. 2018.

Figura 2 – Fotos publicadas juntamente da entrevista feita com Kyra Grace para o site UOL



Fonte: Site Uol

A reportagem fala ainda que a atleta costuma fazer fotos consideradas sensuais e menciona o fato de ela já ter posado para revista VIP, direcionada para o público masculino. A atleta alega gostar de elogios e da repercussão de tais ensaios, mas diz que sua prioridade são as competições. Essa sensualidade, no entanto, encontra um limite bastante definido. “Porém, é bom deixar claro que posar nua está fora das pretensões da discípula Gracie. ‘Meus tios me matariam’, explica”.

Já no que diz respeito às questões relativas à beleza, certas mudanças no visual devem ser ponderadas se o objetivo é não perder a feminilidade. Um de seus maiores símbolos é o cabelo comprido e ainda exerce fascínio sobre grande parte dos homens e mulheres (SABINO, 2010). Dessa forma, o comprimento curto é permitido, mas regras devem ser seguidas.

Quem tem cabelo curto corre o risco de “masculinizar” o visual se os fios estiverem muito arrumadinhos. Mas o problema é fácil de resolver. “Tem que estilizar bem”, diz Luis. [...] A atriz Anne Hathaway, mesmo com o cabelo bem curtinho, esbanja feminilidade<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Disponível no blog Psycho Blondies <<http://psychoblondies.com/por-helena-jimenez/tenha-cabelo-curto-e-esbanje-feminilidade/>> Acesso em 01 Out. 2018.

O quesito moda também traz suas regras. No caso de utilização de peças naturalmente associadas ao guarda roupa masculino – como os ternos, por exemplo - é indicado por consultores de estilo pessoal que estes sejam acompanhados de cores suaves e o uso de peças associadas ao guarda roupa feminino. Atributos que conferem características tangentes sensualidade feminina também garantem que seu uso não seja mal interpretado.

Foi-se o tempo em que terno era coisa de homem. Sexy, chique e cool, a dupla paletó + calça virou item de primeira necessidade no guarda roupa das moças, do dia a dia ao *red carpet*. Mas, para quem ainda fica na dúvida de como usar sem perder a feminilidade, Ucha Meirelles, consultora de moda e nossa colaboradora, dá as dicas através de *celebs* que aderiram ao look.<sup>5</sup>

A primeira delas é mesclar peças *boyfriend* com outras que esbanjam feminilidade. Ao vestir um paletó, por exemplo, opte por usar um vestido por baixo. Essa combinação, além de extremamente feminina, também é cheia de personalidade [...] A segunda dica é optar por cores mais alegres e abertas. Ao comprar um blazer ou uma calça mais larguinha, por exemplo, escolha peças de tonalidades como coral, salmão, azul bebê ou rosa claro.<sup>6</sup>

Até mesmo quando o objetivo deveria ser justamente apagar tais características, um modo de garantir a feminilidade é oferecido. O site Steal the Look<sup>7</sup>, que possui também página no aplicativo Instagram (que conta com mais 313 mil seguidores) e um portal destinado a compras dos produtos anunciados em suas plataformas digitais, propõe uma forma de “entrar na onda *genderless* sem perder a feminilidade”. Segundo Judith Butler (2017), *genderless* (agênero ou *agender*) refere-se a indivíduos que não se encaixam nas distinções binárias entre sexo e gênero propostos pela sociedade, em uma proposta de gênero fluido, sem identificação com o feminino ou masculino. Isso reflete nos mais diversos aspectos de sua vida em sociedade, como na forma que escolhe para se vestir. É importante ressaltar que tal conceito difere daquilo proposto ainda na

---

<sup>5</sup> Reportagem veiculada no site da revista Glamurama. Disponível em <<https://glamurama.uol.com.br/ucha-meirelles-ensina-como-usar-ternos-sem-perder-a-feminilidade/>> Acesso em 01 Out. 2018

<sup>6</sup> Site Dicas de Mulher. <Disponível em <http://dicasmulher.com.br/mulher-em-foco/moda-boyfriend-como-usar-o-guarda-roupa-masculino-sem-perder-a-feminilidade-2/>> Acesso em 01 Nov. 2018.

<sup>7</sup> Site Steal the Look. Disponível em <<http://stealthelook.com.br/como-entrar-na-onda-genderless-sem-perder-a-feminilidade/>> Acesso em 01 Out. 2018.

década de 1960 como *unissex*, ou seja, algo que serve tanto ao homem quanto à mulher.

O site inicia a matéria explicando ao público o que significaria o termo. Segundo o site, “moda *genderless* nada mais é que o estilo sem gênero, ou seja, aquela roupa que pode ser usada por homens, por mulheres, tudo junto e misturado”. A reportagem segue sem fazer qualquer referência a pesquisas de cunho social e filosófico que discutem o tema e atribuem a moda ao estilista Alessandro Michele, da marca Gucci, que teria lançado a tendência em um desfile apresentado em 2015 e aponta como proceder para se vestir de forma agênero.

O esquema é escolher roupas que possam ser usadas por ele e por ela – camisas e calças são as mais fáceis, mas vamos mostrar que também dá pra conquistar o mesmo efeito com vestidos, pra não perder a feminilidade jamais.

Algumas propostas são mostradas, seguidas de *links* para compras de peças semelhantes em sua plataforma. As imagens que seguem mostram que elementos como cores, laços e babados são constantemente associados a imagem de feminilidade, enquanto roupas como ternos e silhuetas que não aderem ao corpo, seriam as associações aos elementos masculinos das roupas apresentadas.

**Figura 3:** Roupas propostas pelo site como agênero, mas com elementos de feminilidade



Fonte: Site Steal The Look.com.br

Neste texto são apresentados apenas alguns exemplos acerca da forma como as questões de comportamento, moda e beleza são associados à feminilidade. Uma pesquisa no site de busca Google a partir da frase “sem perder a feminilidade” (com aspas, para garantir a pesquisa exata dos termos) aponta para uma média 33.800 páginas que, em alguma parte de seu conteúdo, tenha apresentado tal significado, demonstrando a popularidade do assunto.

Rosa Maria Fisher (2001, p. 591) analisa as formas de feminilidade a partir de produtos televisivos voltados ao público feminino adolescente e aponta que formas de feminilidade construídas na cultura midiática televisiva atuam diretamente em um sistema de aparelhamento de ideais de acordo com cada gênero e o faz por meio de “um conjunto de representações históricas sobre a mulher no Ocidente”. Segundo a autora, os modos de construção de subjetividade feminina adolescente se daria em observância a alguns termos fundamentais: a ligação indissociável entre o fato biológico e a condição de ser mulher; a ideia de feminilidade como uma característica inata originada da condição biológica; a valorização de uma atuação intelectual e até esportiva, mas preservando o aperfeiçoamento do corpo e a “verdadeira beleza”, a chamada beleza interior e; por fim, discursos conservadores e românticos no que tange sexualidade que por vezes oscila e “evidencia um curioso e terrível modo de resistir à ordem”.

Escrito no início desse século, e relativo à feminilidade adolescente, a análise não muito difere daquilo que hoje pode ser percebido sobre a construção das noções de feminilidade da mulher adulta, principalmente no que diz respeito a questões de moda, beleza e comportamento. Vale ressaltar que, mais de quinze depois, o comportamento feminino parece não muito se deslocar em direção de posições e padrões menos hegemônicos de imagem feminina. Pelo contrário, o que se nota é um conservadorismo que vem se fortalecendo e pode ser cada vez mais e pode ser visto nas tendências de moda atuais.

Assim, ultrapassando a ideia de feminilidade como um aspecto natural das mulheres, sua conceituação demonstra uma ritualização da cultura que é determinante na construção dos significados que atribuímos à moda e a forma como nos relacionamos socialmente com ela. Suas orientações sobre formas de vestir o corpo feminino atuam nesse sentido criando estereótipos femininos que

são construídos em torno de imagens e comportamentos em função de uma normatividade vigente em certo tempo e contexto social.

### **3. Considerações Finais**

A identidade feminina, perpassa assim pelo contexto da feminilidade e, “num tempo como este, em que se elege o corpo como o lugar de todas as identidades” (FISHER, 2001, p. 592) não há como não abordar a moda como um lugar de construção de estereótipos femininos, por muitas vezes, estigmatizantes.

A construção de significados a partir de características fixas e culturalmente definidas é o que Kathryn Woodwad (2014) entende como identidade. Essa identidade é socialmente construída e geradora de um sistema classificatório que nos propicia um certo grau de consenso sobre como classificar as coisas a fim de manter alguma ordem social. Essa ritualização da cultura é determinante na construção dos significados que atribuímos aos objetos e a forma como nos relacionamos socialmente com eles. O que aqui entendemos como feminilidade está diretamente ligado àquilo que entendemos como feminino em cada cultura, levando em conta tempo e espaço.

Considerando assim, aspectos comportamentais e estéticos, a feminilidade, seria uma característica da identidade feminina. Enquanto reconhecida, implicaria na construção de um estereótipo diretamente ligado às mulheres e ao ser amplamente reproduzido se torna o modelo socialmente aceito como o padrão de comportamento e aparência feminino. Em contrapartida, a não adesão a esse padrão implicaria na marginalização daquelas que não o acatam. Daí a importância de “não perder a feminilidade”.

Esses estereótipos que são construídos em torno de imagens e comportamentos femininos em função de uma normatividade vigente em certo tempo e contexto social podem ser analisados a partir do conceito de performatividade de Butler (2017). A autora discute a questão da performatividade em relação ao binarismo de gêneros, feminino e masculino. Para a autora, feminino e masculino são construções sociais que se definem por meio de uma repetição estilizada de atos que são atribuídos a homens e mulheres como característicos de cada uma dessas categorias. Esses atos são

considerados performáticos uma vez que não estão realmente ligados a definições fixas e concretas do que poderia diferir homens e mulheres, nas construções identitárias que atribuem a esses atos uma expressão do feminino e do masculino. No entanto, por se tratarem de construções sociais, incidem assim variantes quanto a tempo e cultura, por exemplo, e essas identidades de gênero não podem ser fixadas, elas estão o tempo todo em devir.

Esses elementos performativos são fundamentais para a construção das identidades e abordar o comportamento feminino e os estereótipos através da performatividade nos permite questionar a real validade da noção de feminilidade.

Neste sentido, a feminilidade não passaria de uma performance, de repetições de atos socialmente constituídos em função de uma condição cultural e temporal que os determina como passíveis de repetição e a forma como cada um vive sua identidade é produzida por meios dominantes de representação, esses aos quais não conseguimos escapar. A noção de feminilidade é construída dessa forma: um conjunto de aspectos estéticos e comportamentais que são definidos em um contexto cultural e estão diretamente atrelados a formas dominantes de representação do feminino, por mais que a adesão ou não ao estilo ainda seja uma opção.

Essa repetição, quando perpetuada e não relativizada, acaba por constituir categorias binárias, opostas, dicotômicas e limitantes de comportamentos. Como diz Butler, “tais limites se estabelecem sempre em termos de um discurso cultural hegemônico, baseado em estruturas binárias que se apresentam como a linguagem da racionalidade universal” (BUTLER, 2017, p. 30).

Assim, a feminilidade hoje proposta nos termos da moda tradicional não passaria de repetições, atos socialmente constituídos em função de uma condição cultural e temporal que determina aquilo que a sociedade, ainda patriarcal, espera da mulher e em consonância com uma posição social a ela atribuída por classes ainda dominantes. No entanto, essa mesma moda pode se constituir um espaço de discussão. Onde a tese diz que moda é um instrumento de opressão, a antítese diz que a moda é uma forma de expressão e liberdade. Compreender que a constituição dessas representações é algo que se dá no interior de um discurso e não fora dele é fundamental para entender a necessidade de relativização e validade dessas identidades que estão

condicionadas a um contexto cultural que é temporal e, sobretudo, socialmente construído, logo, instáveis e mutáveis

## REFERÊNCIAS

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero**: feminismo e subversão da identidade. Tradução: Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.

CALANCA, Daniela. **História Social da Moda**. 2. ed. Tradução: Renato Ambrósio. São Paulo: Senac São Paulo, 2008.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. Mídia e educação da mulher: Uma discussão teórica sobre modos de enunciar o feminino na tv. **Estudos Feministas**. Ano 9, n. p. 586-599, Dez. 2001. Disponível em < <http://www.scielo.br/pdf/ref/v9n2/8642.pdf>> Acesso em 01 Out. 2018.

KEHL, Maria Rita. **Deslocamentos do Feminino** - A Mulher Freudiana na Passagem para a Modernidade. Rio de Janeiro: Imago, 1998.

SENNET, Richard. **O Declínio do Homem Público**: as tiranias da intimidade. Tradução: Lygia Araújo. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

SIMMEL, George. A moda. **Iara** – Revista de Moda, Cultura e Arte, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 163-188, abr/ago. 2008. Disponível em: <[http://www1.sp.senac.br/hot/sites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/07\\_IARA\\_Simmel\\_versao-final.pdf](http://www1.sp.senac.br/hot/sites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/07_IARA_Simmel_versao-final.pdf)> Acesso em: 18 Out. 2018.

STRAY, Marlene Neves. Mulheres e moda: a feminilidade comunicada através da roupa. **REVISTA FAMECOS** • Porto Alegre, n. 13, p. 148-153, Dez. 2000. Disponível em < <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3090>> Acesso em 01. Out. 2018.

SABINO, Cesar. A louridade da loura In: GOLDEMBERG, Mirian. **O corpo como capital**. (Org.) O corpo como capital: gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira. 2. ed. Rio de Janeiro: Companhia das Letras e Cores, 2010.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas**: a moda no século XIX. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

WILSON, Elizabeth. **Enfeitada de sonhos**. Moda e Modernidade. Lisboa: Edições 70, 1985.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2014.