

DE CRINOLINA À LIBERDADE: A INFLUÊNCIA DA MODA NA EMANCIPAÇÃO FEMININA.

*From Crinoline to Freedom:
The Influence of Fashion on Female Emancipation.*

Dias, Wendy Marina dos Santos; Graduada; Universidade Federal de Pernambuco; wendy.dias@ufpe.br¹
Dantas, Maria Teresa Lopes Ypiranga de; PhD; Universidade Federal de Pernambuco; teresa.lopes@ufpe.br²

Resumo: Esta pesquisa examina o papel social da moda, com ênfase na função do vestuário como forma de expressão e na atuação da moda em apoio à luta pela emancipação feminina. Para abordar de maneira abrangente o tema, o estudo inicialmente aborda conceitos fundamentais sobre o movimento e teorias feministas. Em seguida, a moda é analisada como um agente de comunicação na sociedade. Por fim, a relação entre moda e feminismo é ilustrada por meio de exemplos de criações e personalidades que desempenharam um papel significativo no fortalecimento da causa feminista.

Palavras Chaves: Moda; Feminismo; Expressão.

Abstract: This research examines the social role of fashion, with a focus on the function of clothing as a form of expression and fashion's contribution to the fight for women's emancipation. To comprehensively address the topic, the study initially explores fundamental concepts related to feminist movements and theories. Subsequently, fashion is analyzed as a communication agent within society. Finally, the relationship between fashion and feminism is illustrated through examples of creations and personalities that have played a significant role in strengthening the feminist cause.

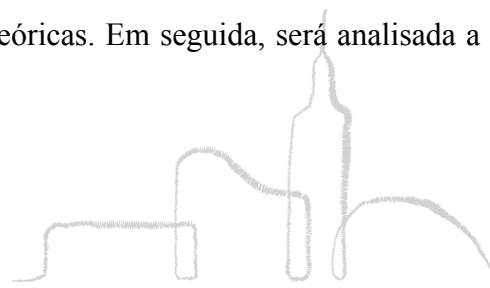
Keywords: Fashion; Feminism; Expression.

Introdução

O presente trabalho busca relacionar o feminismo e alguns dos princípios defendidos pelo movimento feminista a acontecimentos da moda a partir do século XX. Para isso, será explicado noções introdutórias acerca do feminismo, tais como os objetivos do movimento e fundamentações teóricas. Em seguida, será analisada a

¹ Graduada do curso de Design, Centro Acadêmico do Agreste, Universidade Federal de Pernambuco;

² Pós-doutorado em semiótica pela Université Sorbonne, Paris. Pesquisadora nas áreas de Formação do Olhar, Semiótica e Sociologia aplicadas as discussões sobre a mulher, a moda e o design.



utilização da moda como meio deflagrador de melhorias sociais por meio do fenômeno de comunicação que ela representa. Posteriormente, a pesquisa estabelece uma relação entre as modificações na moda feminina do século XX com o surgimento e consolidação dos princípios feministas. O estudo referente a essas temáticas gerou uma sucinta relação entre o cenário econômico, social e cultural em que o feminismo se insere e o comportamento de moda. Possibilitando assim a compreensão a respeito da concepção do vestuário como símbolo de luta na causa feminista.

Mediante o caráter comunicativo da moda é possível identificar mudanças no funcionamento da sociedade e seu estilo de vida através das diferentes produções da área do vestuário ao longo dos séculos. Partindo dessa perspectiva, este artigo explora o comportamento de moda perante as modificações sociais causadas pelo movimento feminista a partir do século XX ao analisar o papel da moda na luta feminista.

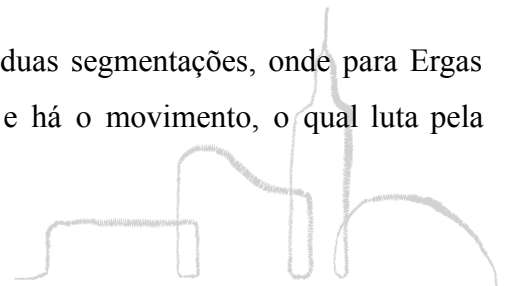
Diante disso é possível não somente compreender a causa e efeito das mudanças da moda, mas também aprender a utilizá-la como ferramenta de expressão e produção de aparência. Beauvoir (1980) defende que para provocar mudanças na sociedade é necessário que o indivíduo tenha consciência das opressões a qual é submetido. Ainda a respeito do feminismo, Perrot (2007) classifica o feminismo como um movimento não singular, atuante nos mais diversos segmentos que façam parte da vida das mulheres. No segmento da moda Fialkowski e Ribeiro (2014), apontam o vestuário como reflexo do imaginário social, onde por meio dele é possível expressar princípios, valores e os mais diversos comportamentos humanos.

A principal contribuição desta pesquisa reside na intenção de fomentar o desenvolvimento de uma geração de mulheres conscientes em sua busca por uma sociedade mais igualitária. Esse intuito é alcançado através da análise do processo de negociação simbólica da liberdade feminina, evidenciado por meio das transformações no seu vestuário.

Portanto, o objetivo desta pesquisa consiste em analisar o papel da moda como agente de comunicação social em favor da emancipação feminina. A investigação visa identificar produções e personalidades que influenciaram a moda em resposta ao surgimento dos ideais feministas, com o intuito de explorar o caráter comunicacional da moda à luz dos princípios do movimento feminista.

O Feminismo e suas perspectivas

Para introduzir o assunto, podemos classificar o feminismo em duas segmentações, onde para Ergas (1991), há a parte teórica que busca analisar a relação entre os sexos e há o movimento, o qual luta pela



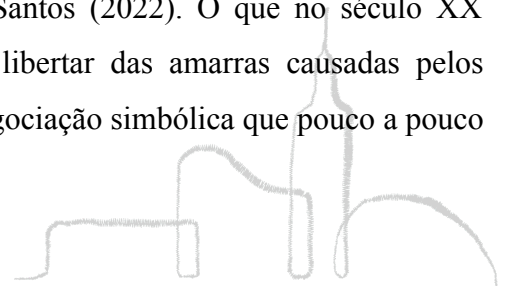
equidade e legitimação das mulheres na sociedade. Os ideais feministas atuam em qualquer esfera a qual as mulheres participem, e ganham força em diferentes intervalos agindo em “ondas”, as quais lidam com diversos assuntos, de acordo com Perrot (2007). Por possuir um carácter abrangente ocorreram diversos fatores que influenciaram o questionamento acerca do papel social da mulher e a sua busca pela emancipação, dentre eles, a integração das mulheres ao mercado de trabalho, voz ativa na política, acesso à educação formal e a produção intelectual.

No Brasil, o movimento feminista chegou por influência dos acontecimentos da Europa e América. E apesar de seu desenvolvimento mais lento e moderado, possui semelhanças com o movimento no exterior, principalmente em duas ondas, a primeira a qual é associada com questões sociopolíticas que foram contra a dura realidade imposta pela ditadura militar, e a segunda onda que é caracterizada pela liberação da sexualidade feminina e da reprodução, a qual tinha como fundamentação teórica a tese de Simone Beauvoir. A partir do lema “não se nasce mulher, torna-se mulher” presente no livro *O Segundo Sexo*, escrito em 1949, Beauvoir (1980) aponta os sexos como uma construção cultural e defende que para desafiar as normas de comportamentos impostas pelo processo de socialização é necessário assumir uma identidade social própria e reconhecer as opressões as quais esse sujeito é submetido.

Os códigos presentes no vestuário

Seguindo para o âmbito da moda, é possível categorizá-la como um marcador visual de experiências e do imaginário e simbolismo social, a moda se classifica como um agente de mudança em valores e comportamentos da sociedade, no presente estudo é enfatizado o caso onde a moda serviu, e continua servindo, como importante ferramenta de comunicação na conquista pela emancipação feminina. A roupa vai além de representação de estilos, a moda comunica ideologias, vivências e status. Fatores como cores, formas, estampas e uso se classificam como códigos onde comunicam posicionamentos e comportamentos, segundo FIALKOWSKI E RIBEIRO (2014).

Códigos e condutas pertencentes a uma construção social a qual era dominada pelos homens, onde os espartilhos e as crinolinas presentes no vestuário feminino foram o resultado dos padrões estéticos formulados pelo ideal “opressor” de uma sociedade patriarcal a partir do corpo da mulher, onde tinham como o principal signo a submissão das mulheres, conforme indicado por estudos de Santos (2022). O que no século XX começou a ser questionado a partir de princípios que buscavam se libertar das amarras causadas pelos preconceitos e discriminações, promoveu nas mulheres um sistema de negociação simbólica que pouco a pouco



pode ser a representação de seus direitos e oportunidades por meio de modificações em seu vestuário, como é o caso das minissaias. Este comportamento é descrito por Marilena Fialkowski e Edméia Aparecida Ribeiro, em A moda como reflexo das transformações sociais e emancipação feminina como:

A moda funciona para a mulher como forma lícita de expressão de sua individualidade, refazendo seu próprio corpo na luta entre os sexos e na procura do seu ser. A natureza da moda é transformar-se conforme mudam os tempos e as vontades. Da mesma forma, a identidade feminina, bem como seu corpo ao longo da história, vem sendo construídos de acordo com os aspectos sociais, estéticos, culturais, entre outros (Fialkowski e Ribeiro, 2014, p. 08)

Logo, a fim de suprir as necessidades do indivíduo, a construção de um vestuário se dá perante aos mais diversos aspectos pertencentes a realidade de uma pessoa ou grupo social, e para que a moda consiga representar fielmente aquele que a usa como extensão de seu ser, precisa prosseguir por meio de questões relacionadas à temporalidade e fundamentos socioculturais.

Fomentando um novo olhar na moda.

A fim de estabelecer a moda como ferramenta de comunicação na luta pela emancipação feminina, foi analisado produções de estilistas nacionais e internacionais que contribuíram para comunicar as diferentes necessidades e ideologias ao passo que a realidade da mulher foi se modificando de acordo com os desdobramentos do movimento feminista.

Figura 1: Criações dos estilistas Frederick Worth, Poiret e Saint Laurent.



Fonte: David Hilowitz, 2011.



Por volta da década de 1850 e 1860, criada por Charles Frederick Worth e disseminada por Alexandra da Dinamarca, de acordo com estudos de Debom (2018) as criações do estilista tinha como estética a marcação da cintura e projeção do busto e do quadril com suas volumosas saias, estética esta que passou a ser conhecida como “silhueta S”, onde modela o corpo da mulher a partir da visão do homem. Ao criar uma silhueta que sugere características físicas que eram atribuídas a mulheres que tinham maior tendência a procriar e reduzir sua mobilidade devido a presença da crinolina no vestuário feminino, Worth acabou por reforçar que na sociedade patriarcal da época o papel social feminino foi designado apenas para gerar filhos e cuidar da casa.

Entre 1900 e 1910 com o surgimento de novas perspectivas políticas que estavam na realidade das ruas, a maior visibilidade da causa feminista e o início da inserção feminina no mercado de trabalho, estilistas passaram a trabalhar em novas silhuetas dentre eles, vale destacar a criação do estilista Paul Poiret, a *Jupe entravée*, que apesar de limitar a mobilidade das mulheres criou uma nova forma ao corpo feminino, a qual se aproximava um pouco mais da silhueta masculina, promovendo uma inovação estética, moral e simbólica, segundo Gorberg (2023).

A estilista Coco Chanel desafiou as convenções de gênero da época ao estabelecer uma marca gerida e voltada para o público feminino. Chanel introduziu peças que enfatizavam a elegância e, principalmente, o conforto — atributos que anteriormente não eram considerados relevantes no vestuário feminino. Além disso, é relevante mencionar o estilista Yves Saint Laurent e sua criação "Le Smoking", que, ao mimetizar elementos do vestuário masculino, desempenhou um papel crucial na popularização do uso de calças pelas mulheres. Ambos os estilistas contribuíram para a aproximação das silhuetas feminina e masculina, questionando um tabu que perdurava há muito tempo. Embora suas inovações não tenham sido imediatamente aceitas, elas impulsionaram um debate significativo sobre a transformação dos padrões de gênero na moda.

Outra contribuição significativa foi a de estilistas como Mary Quant e André Courrèges, cujas criações tiveram um impacto notável ao popularizarem a minissaia. Esse item tornou-se um símbolo importante da emancipação feminina, representando a liberdade das mulheres em exibir seus corpos sem se conformar às normas sociais estabelecidas na época.

No cenário da moda no Brasil, destaca-se a Virgínia Lane, vedete brasileira, que com base em estudos de Quintella (2023) recorreu a moda para conseguir solidificar uma carreira promissora em uma sociedade regida pelo autoritarismo e patriarcado, mas que também incentivou a partir de sua visibilidade, um novo comportamento de moda para as mulheres da época. Lane contribuiu para a amplificação de perfis de feminilidade, marcados pelos batons vermelhos, saias curtas e calçados diferentes dos usuais. Segundo Quintella (2023) apesar da pressão, Virgínia não cedeu espaço para que fosse objetificada e sexualizada pela

imprensa, reverberando na construção de um perfil de uma mulher forte, segura, dona de si e que decide o que fazer com seu próprio corpo, algo que costumava ser incomum durante o período do regime militar.

Metodologia de Pesquisa

A revisão teórica apresentada aqui é o resultado da disciplina História e Estética da Produção dos Estilistas, ministrada pela professora (omitido para revisão cega) do Centro Acadêmico do Agreste– Universidade Federal de Pernambuco. A metodologia utilizada aqui é de base qualitativa e abordagem subjetivista e tem como o levantamento bibliográfico a dedução dos argumentos principais da sua produção de conhecimento. Essa pesquisa encontra-se em fase introdutória de sua produção e por isso acreditamos ser importante a apresentação de suas primeiras considerações para que possamos prosseguir a partir da revisão de pares.

Considerações Finais

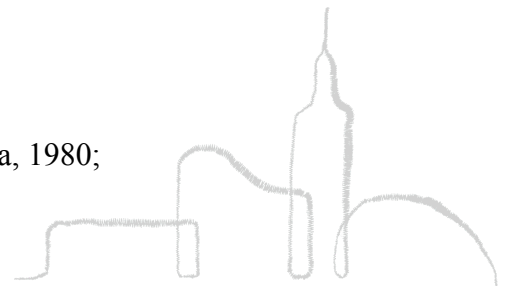
A aplicabilidade da moda na busca pela emancipação feminina, possibilitou às mulheres a oportunidade de conquistar o direito de reivindicar seu espaço, sua voz e principalmente a liberdade para designar sua própria identidade e narrativa. O vestuário abre um espaço para fomentar um novo olhar, o qual considera as vivências, origens e princípios das mulheres.

Em suma, a moda é um poderoso instrumento de expressão pessoal e política, promovendo assim um cenário propício para a extensão do seu ser de forma consciente e fiel ao que de fato cada indivíduo deseja comunicar perante a sociedade. Quando questiona as normas de gênero, promove a igualdade e amplia a representatividade, a moda se solidifica como uma importante agente de transformação na busca pelo empoderamento feminino e por uma sociedade com equidade entre os gêneros.

Por fim, concluímos inicialmente, a partir dos argumentos aqui apresentados que a moda como um fenômeno de comunicação social permitiu às mulheres que ao longo da sua trajetória social que é entrecruzada pela luta feminista pudesse constituir os ideais feministas por meio de aparência e assim se constituir e se identificar como uma mulher de sua época.

Referências Bibliográficas

BEAUVOIR. Simone de. **O Segundo Sexo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980;



CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Senac, 2006;

DEBOM, Paulo. Charles Frederick Worth: fragmentos de uma trajetória. **dObra [s]–revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, v. 11, n. 24, p. 146-166, 2018;

ERGAS, Yasmine. **O sujeito mulher. O feminismo dos anos 1960-1980**. In. DUBY, Georges; PERROT, Michelle. História das mulheres no Ocidente. Porto: Afrontamento, v. 1, 1991. p. 583- 611;

FIALKOWSKI, Marilena; RIBEIRO, Edméia. A Moda Como Reflexo Das Transformações Sociais e Emancipação Feminina. Paraná, 2014;

GORBERG, Marissa. **Jupe entravée**. albuquerque: revista de história, v. 15, n. 29, p. 13-40, 2023;

PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2007;

QUINTELLA, Carolina. **Virgínia Lane e o vestir como prática emancipatória na Era Vargas**. Albuquerque: revista de história, v. 15, n. 29, p. 61-83, 2023;

SANTOS, Andrielly da Silva. **MEDUS@ NDRY: Uma proposta de diversidade e aceitação corporal feminina**. 2023.

