

GENDERLESS: MODA SEM GÊNERO

Genderless: Fashion Whithout Genre

Santos; Renata Priscila Trajano dos; Graduanda; Universidade Federal de Pernambuco; reenatatrajano@hotmail.com

Justo; Iracema Tatiana Ribeiro Leite; Mestre em Design; Universidade Federal de Pernambuco; tatrleite@gmail.com

Resumo

Este estudo apresenta uma reflexão teórica e bibliográfica para compreender e conceituar o que é a tendência de moda e como ela está sendo disseminada nas mídias sociais, focando na tendência *genderless*, que explica sobre a difusão dos gêneros na moda. Foi resultado de uma disciplina de Introdução a pesquisa em moda, os resultados alcançados foram de caráter exploratório, com coleta de dados observados na internet, nos blogs de tendência de moda. Observa-se a disseminação destas roupas principalmente pela terminologia em destaque “*Agender ou Genderless*”, como um novo termo advindo da moda unisex cuja linguagem visual (cor, textura, forma, volume, detalhes) se conformam para ambos os gêneros.

Palavras Chaves: Tendência, Moda, Gênero.

Abstract

This study presents a theoretical and bibliographical reflection to understand and conceptualize what is the fashion trend and how it is being spread on social media , focusing on genderless trend, which explains about the spread of genres in fashion. Was the result of a course of Introduction to research in fashion, the results were exploratory, with data collection observed on the Internet , in fashion trend blogs. Note the spread of these clothes mainly by the terminology highlighted "agender or genderless" as a new term arising fashion unisex whose visual language (color, texture, shape, scale, details) conform to both genders .

Keywords: Trend, Fashion, Gender.

1. Introdução

A moda em sua história vem ultrapassando as fronteiras entre os gêneros feminino/masculino especialmente através das manifestações do mundo das artes, música e das celebridades. Atualmente esta tendência está ganhando cada vez mais notoriedade na sociedade, especificamente como tendência de moda, por sua efemeridade. Sobre tendência de moda Dário Caldas (2004, p.45) afirma que “desde os anos 1970 a ‘forma moda’ foi identificada por outros autores como um fato social total, o que significa que o seu modo de funcionamento alastrou-se para todas as esferas da sociedade e da cultura”.

A sociedade emite sinais que são percebidos, analisados, interpretados, e representados por profissionais que os decodificam, chegando ao seu público alvo em forma de produto ou informação. Aí surgem os designers de moda que tem a capacidade de aspirar esses sinais que vem sendo emitidos pela sociedade e difundi-los através da moda.

Este artigo visa compreender o que é tendência de moda e como são disseminadas essas tendências nas mídias sociais, focando na tendência “*genderless*” que aposta no fim da diferenciação de gêneros no mundo *fashion*, misturando peças femininas e masculinas. Sendo a moda um agente massificador visa-se observar como estão sendo difundidas essa tendência, o que está acontecendo no mundo que faz com que a indústria da moda volte a apostar nesse mercado?

Para chegar às respostas dos questionamentos deste artigo foi feita uma pesquisa bibliográfica em livros e sites para ter melhor domínio dos conteúdos. Logo após reunidos todos os referenciais bibliográficos a pesquisa é exploratória, focando na disseminação da tendência *genderless* no mercado da moda pesquisados nos sites de moda, como: ffw.com.br, gnt.globo.com e revistadonna.clicrbs.com.br.

2. Entendendo o que é tendência de moda

“O conceito de tendência que se generalizou na sociedade contemporânea foi construído com base nas ideias de movimento, mudança, representação de futuro, evolução, e sobre critérios quantitativos”. (CALDAS, 2004, p. 22)

Atualmente a tendência de moda segue um ciclo, não há nada realmente inédito e sim novas propostas em cima de estéticas já existentes. Essas novas propostas são baseadas na observação dos desejos e das novas necessidades dos consumidores onde partir daí as tendências de moda são recriadas com signos e significados que são de acordo com o espírito do tempo que está em voga.

A disseminação das tendências de moda mudou radicalmente desde a chegada da internet e as evoluções da tecnologia, principalmente em relação às mídias sociais. Como os blogs de moda vem investindo cada vez mais em divulgação de estilos de vida e comportamentos, as blogueiras tornaram-se grandes referências no mundo da moda e seus blogs tem sido não só uma potente energia inspiradora e disseminadora das tendências, mas também uma grande fonte de estudos para pesquisadores, criadores e até mesmo para os próprios consumidores.

3. O Gênero na moda

"A sociedade é dividida ao meio por uma batalha entre os sexos e os gêneros masculinos e femininos. Até em lojas de departamento é possível encontrar produtos divididos para homens e mulheres, para atrair uns e outros" (CRANE, 2001, p.12)

A sociedade ainda tem em sua cultura que determinado objeto ou comportamento é para homem ou para mulher, apesar de todos os movimentos não só relacionados a moda mas também aos artefatos cotidianos das pessoas, a ideia de moda *unissex* ou "coisas" *unissex* ainda é muito difícil para algumas pessoas compreenderem. Conforme afirma Lurie (1997, p. 226) "Um propósito básico do vestuário é, portanto, distinguir os homens das mulheres".

Lurie (1997) também observa que a distinção de gêneros começa bem antes do nascimento de uma criança e os pais são os responsáveis.

A distinção de roupas segundo o sexo se inicia com o enxoval de bebê, brinquedos, berço e móveis rosados para as meninas e azuis para os meninos. O rosa, na nossa cultura, é associado ao sentimento; o azul ao serviço. As implicações são que a preocupação futura da menina será a vida da afeição e a do menino, ganhar a vida. (LURIE, 1997, p.227)

Butler (2008) questiona esta ação cultural refletida na construção do gênero, o que ela afirma ser a heterossexualidade compulsória, onde modelos são apresentados bem antes do nascimento da criança. Segundo a autora:

Se o sexo é, ele próprio, uma categoria tomada em seu gênero, não faz sentido definir gênero como uma interpretação cultural do sexo. "O gênero não deve ser meramente concebido como a inscrição cultural de significado num sexo previamente dado (uma concepção jurídica); tem de designar também o aparato mesmo de produção mediante o qual os próprios sexos são estabelecidos." (BUTLER, 2008, p. 25)

Portanto, promover estudos e reflexão sobre a relação da moda com o vestuário é uma proposta para verificar as mudanças e os papéis dos homens

e mulheres na sociedade, onde existe uma relação do corpo, que assume um discurso a partir de suas representações, especificamente o vestuário.

4. A moda sem diferença de gêneros

Não é de agora que a tendência unissex está em alta na moda. Passando um breve caminho na história da moda, há ícones no imaginário desta história, a começar pela estilista Coco Chanel, que na década de 1920, utilizou o vestuário feminino no seu dia a dia, popularizando peças que antes eram mais usadas pelos homens, como por exemplo, a calça. Já o estilista Yves Saint Laurent, na década de 1960 “transformou o terno em traje socialmente aceito no vestuário feminino” (Cosgrave, 2000, p.231).

No final da década de 1960 e início de 1980 observa-se na história da moda, os movimentos antimoda, ambos os movimentos contra o sistema vigente e apoiando a liberdade sexual, apresentando peças para ambos os gêneros, cada década com sua proposta, enquanto que na década de 1960, com os hippies (figura 1) as roupas eram coloridas, *folk* e artesanais, na década de 1980 (figura 2), em reação ao estilo da década anterior, no estilo punk as roupas eram escuras, rasgadas e predominantemente de couro. Ambas as linguagens começaram a valorizar a moda andrógina e o estilo pessoal, destacando a reafirmação da individualidade dos sujeitos.

Figura 1: Estilo hippie anos 1960 (<https://br.pinterest.com>)



Figura 2: Estilo punk anos 1980 (<https://br.pinterest.com>)



Mas passar de androginia, peças unissex para a anulação total do “para meninas” e “para meninos” é um longo caminho, que aos poucos está sendo traçado, cada vez mais as pessoas não se importam mais se a roupa é feita para o sexo masculino ou feminino, se elas gostam, elas usam.

Basta pesquisar a palavra *genderless* em sites de pesquisa da internet, que aparece as chamadas a colocando como uma nova tendência nas passarelas. Esta tendência “*genderless*” que significa moda sem identidade de gênero, começou a se manifestar na moda por meio de peças como a calça *boyfriend* e a *skinny*, que servem tanto para homens quanto para mulheres. (SAIA JUSTA,2012)"Vivendo uma vida *genderless*, a sociedade fica muito menos preconceituosa, as pessoas podem ser mais felizes, mais autênticas", avalia a pesquisadora do WGSN Letícia Abraham, em entrevista ao site do programa Saia Justa do canal GNT.

Algumas lojas de departamento vêm apresentando este novo conceito, como a loja britânica *Selfridges*(figura 3 e figura 4) que em 2015 aboliu a separação de gêneros por seções femininas e masculinas, através de uma coleção chamada de *Agender*. Em sua loja não existem seções nem manequins de homens e mulheres, e apresentam as peças na vitrine de uma forma diferente, os consumidores poderão comprar sem preconceitos, eles acreditam que isso pode transformar a forma de compra e venda daqui pra frente. (VOGUE.GLOBO.COM, 2015).

Esta nova forma de comportamento, especificamente relacionadas ao consumo das mesmas mostra a quebra deste tabu de roupas para mulher e para homens, uma vez que, cada um vai escolher o que mais estiver de acordo com sua personalidade e não uma convenção social nem uma fragmentação de gênero, que a cultura sempre buscou evidenciar a partir da diferença de sexo.

Figura 3- Seção de roupas unissex na Selfridges (<https://br.pinterest.com>)



Figura 4- Algumas peças da coleção (<https://br.pinterest.com>)



O cenário apresentado acima foi baseado em comentários nos blogs de tendência de moda, portanto, mostra como essa ideia anda sendo disseminada no Brasil, sendo ainda é uma realidade que vem sendo trabalhada e difundida aos poucos, mas que vem ganhando mais espaço nas passarelas e publicidades de moda, estilistas como Alexandre Herchcovitch, Dudu Bertolini e

Walério Araújo, são alguns dos estilistas brasileiros que já vem mostrando essa tendência em suas passarelas.

As maiorias das peças ressaltadas nos blogs e sites de moda apresentam-se com a mesma linguagem visual com as mesmas formas, texturas, volumes, cores e detalhes para ambos os gêneros. Utilizando-se modelagens mais folgadas, cores neutras e os detalhes como estampas e bordados.

Se for observado o conceito de tendência descrito acima, percebe-se que é tendência *genderless* é releitura do espírito do tempo, inclusive na observância no cotidiano das pessoas, que nas ruas já demonstram este comportamento. Os jovens são os maiores propagadores desta tendência e os estilistas observando este desejo de liberdade sobre as roupas, iniciam as suas propostas de vestuário, levando esta ideia a partir do desfile de moda e nas mídias impressas e digitais.

5. Considerações finais

Esta reflexão é ponto de partida para futuras pesquisas relacionadas à relação das roupas com as identidades de gênero, uma vez que a tendência de moda *genderless* em vários canais de comunicação é um indicativo da mudança na sociedade em relação ao sexo/gênero.

As teorias de gênero são conceitos complexos na sociedade contemporânea, portanto, e mais uma vez a moda se apropriou deste “espírito do tempo” para comunicar através das roupas uma mensagem de que é necessário se debater o sistema hegemônico, e que as relações de gênero se estendem a forma de vestir ou se comportar.

Para compreender melhor a disseminação da moda *agender* é necessário um estudo detalhado e aprofundado seja através de análise das imagens disseminadas nas tendências de moda ou a partir da visão do estilista que as criam bem como através das pessoas que as usam. A moda mais uma vez retrata a realidade, quebrando tabus sobre o vestir e as relações de gênero, iniciando quiçá uma forma revolucionária do vestir, como houve em tantas épocas da história.

6. Referências

BAUDOT, François. A moda do século. São Paulo: Cosac & Naify edições, 2002.

BENTO, Berenice. Performances de Gênero e Sexualidade na Experiência Transexual. In: LOPES, Denílson et. al. (org.) Imagem e diversidade sexual: Estudos da homocultura. São Paulo: Nojosa, 2004.

BUTLER, Judith. Problemas de gênero: Feminismo e Subversão da Identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

CALDAS, Dario. Observatório de Sinais: Teoria e Prática da Pesquisa de Tendências. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2004.

COSGRAVE, Bronwyn. História da Indumentária e da Moda. Barcelona: Editorial Gustavo Gili: GGModa, 2012.

CARMO, Bernardo Mamede. Blogs de Moda e a Moda dos Blogs: o uso da internet como ferramenta de expressão mediada pelo consumo. Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social- Instituto de Cultura e Arte. Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2010.

CRANE, Diana. Fashion and its social agendas: Class, Gender and Identity in clothing. 2001.

LURIE, Alison. 1926 A linguagem das roupas/Alison Laurie; tradução de Ana Luiza Dantas Borges. - Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

LIPOVETSKY, Gilles. O Império do Efêmero – A Moda e seus Destinos nas Sociedades Modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

FISCHER-MIRKIN, Toby. O código de Vestir: os significados ocultos da roupa feminina/Toby Fischer-Mirkin; tradução de Angela Melim. - Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

GNT, Genderless: não possuir identidade de gênero vira tendência. In gnt.globo.com, <http://gnt.globo.com/bem-estar/materias/genderless-nao-possuir-identidade-de-genero-vira-tendencia.htm> Acesso em 26 de Maio de 2016.

MAGGI, Carolina. Para todos: moda unissex é democrática e favorece igualdade de gêneros. In uol.com.br, Disponível em <http://mulher.uol.com.br/moda/noticias/redacao/2015/04/01/para-todos-moda-unissex-e-democratica-e-favorece-igualdade-de-generos.htm> Acesso em 23 de Outubro 2015.

NEIVA, Tania. O que é tendência de moda. In tianeiva.com.br, Disponível em <http://tianeiva.com.br/2012/05/09/o-que-e-tendencia-de-moda/> Acesso em 05 de Novembro 2015.

ROBERTO, Emerson. As aparências e os gêneros: Uma análise da indumentária das dragqueens. In docplayer.com.br, Disponível em <http://docplayer.com.br/7165447-As-aparencias-e-os-generos-uma-analise-da-indumentaria-das-drag-queens.html> Acesso em 26 de Maio de 2016.

VASCONCELOS, Nuta. ALÉM DA ANDROGINIA: A DISTINÇÃO DE GÊNEROS ESTÁ CADA VEZ MENOR NA MODA. In [girlswithstyle.com.br](http://www.girlswithstyle.com.br), Disponível em <http://www.girlswithstyle.com.br/alem-da-androginia-a-distincao-de-generos-esta-cada-vez-menor-na-moda/> Acesso em 23 de Outubro 2015.

VOGUE, Unisex: Selfridges irá abolir separação de gêneros. In [vogue.globo.com](http://vogue.globo.com/moda/moda-news/n), Disponível em <http://vogue.globo.com/moda/moda-news/n> HYPERLINK "http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2015/01/unisex-selfridges-ira-abolir-separacao-de-generos.html"oticia/2015/01/unisex-selfridges-ira-abolir-separacao-de-generos.html" Acesso em 30 de Outubro 2015.