

## QUAL O SEU TIPO? BINARISMOS E MARGINALIZAÇÕES NA MODA FEMININA

*What's your style type? Binarisms and marginalizations in female fashion*

Ferrari, Fernanda B.; Mestra; Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora,  
bonizolferrari@hotmail.com<sup>1</sup>

**Resumo:** O objetivo desse trabalho é discutir a relação estabelecida entre moda e sexualidade feminina a partir de categorizações comumente vistas da mídia como “tipos”. A partir dessas categorizações, os estilos de vestir são analisados a partir de conceitos como elegância e vulgaridade, constituindo, assim, oposições e, conseqüente, marginalizações femininas.

**Palavras chave:** Moda; gênero; marginalização.

**Abstract:** The purpose of this paper is to discuss the established relationship between fashion and female sexuality from categorizations commonly seen in the media as "style types". From these categorizations, dress styles are analyzed from concepts such as elegance and vulgarity, thus constituting oppositions and consequent female marginalization.

**Keywords:** Fashion; gender; marginalization.

### Introdução

O presente trabalho tem por objetivo discutir a relação estabelecida entre moda e sexualidade feminina na sociedade contemporânea, tendo como ponto de partida as categorizações de estilos femininos de vestir conhecidos como “tipos” baseados em escolhas de moda e sua conseqüente aparência. Apesar de serem percebidos diversos estilos distintos, dois requisitos são essenciais nessa escolha: uma parcela de elegância e outra de sensualidade.

---

<sup>1</sup> Professora do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora. Tem experiência na área de Design de Moda, atuando principalmente os seguintes temas: gênero, sociabilidade e cultura urbana.

A motivação para essa pesquisa partiu de minha experiência em anos de trabalho na produção e comércio de vestuário feminino. Muitas são as características que uma mulher procura em uma roupa e muitas também são as restrições impostas aos modelos no ato da escolha. A compra de uma determinada peça pode ser, em determinadas situações, um grande dilema. Serve? Cabe no orçamento? É adequada à ocasião? Atende às tendências propostas pela “última moda”? Lhe cai bem? São muitos os questionamentos na cabine no momento exato da decisão. Um, em especial, sempre me chamou a atenção: “não estou vulgar, estou”? Nas cabines de prova, a vulgaridade podia ser pensada como um exagero na sensualidade, uma exposição demasiada do corpo que chamasse mais atenção para a roupa do que para a ocasião para a qual estava sendo escolhida. Diante desse impasse, uma roupa então considerada como vulgar quase nunca encontrava lugar nas sacolas de compra. Já a medida da vulgaridade não era tão simples assim. Por mais que se tratasse de algo a ser mantido à segura distância, a sensualidade, no entanto, não era de todo banida. Uma parcela era bem vinda e cultivada. Anos de reincidência desse exato momento de questionamento despertou minha atenção para essa tênue linha que se estabeleceu entre os padrões de moda atualmente seguidos: como se relaciona a moda com a vulgaridade?

### **Tipos Femininos: categorizações estéticas e comportamentais**

A adoção de um estilo capaz de comunicar uma dada personalidade e garantir uma identidade é um dos motores da moda contemporânea. Para Cristiane Mesquita (2009), aquilo que os profissionais da moda chamam de “estilo” é mais que um conjunto de peças de vestuário e acessórios escolhidos para o vestir. O Estilo trata-se de uma composição - que abarca, além da materialidade do vestuário, intervenções corporais e aspectos comportamentais em uma relação constante com o corpo que gera um fluxo de informações que acabam por dizer algo sobre/para aquele indivíduo.

Até a Modernidade, a relação entre o indivíduo e seu corpo se estabelece de forma bastante subjetiva. Gilda de Melo e Souza (1987)

considera o século XIX 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 no que diz respeito à vestimenta feminina. Já no século XX essas formas de sedução se ampliam ainda mais movidas por discussões acerca da questão de gênero e os limites impostos pelos papéis sociais destinados à mulher, sustentados pela caminhada feminina rumo à liberdade sexual.

Segundo Mara Rúbia Sant'Anna (2014), o século XX produziu novos sujeitos-moda condizentes com o que pedia o novo tempo, uma vez que uma nova poética da aparência passou a influenciar diretamente o comportamento feminino. Um dos grandes responsáveis por essa mudança nos ideais de aparência femininos foi o desenvolvimento da indústria cinematográfica e o papel chave desempenhado pelas roupas nos filmes, que são cruciais para a construção das imagens de gênero. Para Lou Taylor (2004), os ideais de “ser mulher” foram muitas vezes criados e manipulados por Hollywood e, assim como os “looks” de estrelas, muitos desses ideais foram avidamente consumidos pelas mulheres da época. Na maioria das vezes, aquilo que se via nas telas eram verdadeiras roupas de fantasia.

As roupas de Hollywood não eram feitas de fato para serem usadas. Muitas vezes, vestidos eram tão justos, tão cuidadosamente moldados, que só poderiam ser usados de pé. O valor das roupas de Hollywood era, portanto, pictórico. (tradução nossa) (TAYLOR, 2004, p. 179).

A estética considerada como mais ardente e sensual se opõe claramente ao comportamento dócil e frágil esperado das mulheres, indicando que a dinâmica da sedução precisa se adequar aos novos tempos. A imagem que Hollywood promove da mulher e da liberdade feminina é tão idealizada quanto suas roupas, atendendo a seus propósitos. Em seus filmes, aonde é notada alguma medida de liberdade comportamental, essas mulheres não são confrontadas por suas famílias ou pela sociedade. Um exemplo é a personagem Gilda, interpretada pela atriz Rita Hayworth em filme homônimo. Na trama, sua personagem não tem família e sua independência financeira é

tratada com naturalidade, mas não é explicada. Os modelos de mulher “vendidos” pelo cinema e pela mídia exaltavam a sensualidade de uma mulher sofisticada e sedutora, com certo ar de ousadia, de uma postura libertária em termos de sexualidade.

As mulheres que queriam ser elegantes depararam, durante muitos anos, com um problema semelhante ao da jovem adolescente dos anos cinquenta em relação ao namoro: até onde era permitido ir? Havia um risco e uma ousadia relacionados com a altura da saia e uma mulher podia escandalizar tanto por se submeter exageradamente à escravidão da moda como por ignorar arrogantemente as suas exigências. (WILSON, 1985, p. 167)

Diante desse impasse, Hollywood lança mão de uma série de perfis femininos adotados por suas estrelas que poderão então ser seguidos pelas mulheres. O estilo sensual de Ava Gardner e Rita Hayworth construíram a estética *femme fatale* e mantinha o ideal de sedução ardente do período.

Figura 1: Ava Gardner no filme *My Forbidden Past*, 1946 e Rita Hayworth no filme *Gilda*, 1946.



Fonte: <http://www.doctormacro.com> e <http://www.veja.abril.com.br>, 2016

Já um modelo mais romântico se apresentava representado por Doris Day, por exemplo, no papel da solteirona casadoira ou com Audrey Hepburn no papel da mocinha alegre. Enquanto a livre sedutora usava vestidos colados ao

corpo, ressaltando seios e quadris, as duas últimas usavam modelos bem mais comportados.

Figura 2: Doris Day no filme Pillow Talk, 1956 e Audrey Hepburn no filme Funny Face, 1957



Fonte: <http://loremholly.blogspot.com.br> e <http://falacultura.com/funny-face>, 2016

Assim, levando em conta das novas influências que contemplavam além da estética, traços de personalidade (nem sempre bem vistos), a moda passa a elencar “tipos de mulheres”, tal qual os “tipos de divas” hollywoodianas, cuja beleza e atitudes são possíveis de serem copiadas. Questionários e testes se tornaram então comuns em revistas de moda e ajudavam as mulheres a descobrirem seu tipo, que funcionam como caricaturas de diferentes gostos e papéis sociais femininos. O resultado obtido nesses testes dava a cada mulher o conforto de que pertenciam a um grupo já previamente formado, socialmente aceito e suas características físicas e comportamentais eram reconhecidas como dentro de um padrão. Para Wilson (1985), a certeza e a segurança de pertencer a um grupo que tem características e lugares claros e definidos, traz às mulheres uma segurança de aceitação social somada ao auto reconhecimento.

Em agosto de 1947 um teste da revista Grande Hotel, publicou um desses testes devidamente ilustrado com beldades de cinema. Sete são os

rótulos propostos: 1) a amorosa, representado por Joan Fontaine; 2) a esposa, representada por Frances Mercer; 3) a inteligente, representada por Ruby Keeler; 4) a camarada, representada por Merle Oberon; 5) a mulher-criança, representada por Angela Lansbury; 6) a deslumbrante, representada por Shirley Deane; e 7) a maternal, representada por Betty Fiels.

Figura 3: Páginas da Revista o Grande Hotel, 1947



Fonte: BUITONI, 1981, p. 79-81

O teste Que mulher é você? demonstra esse interesse pela psicologia colocando o problema fundamental dos tipos de personalidade. [...] O teste procura dizer qual o “potencial de encantamento” que a leitora tem e como deve explorá-lo para agradar e triunfar na vida. São sete estereótipos apresentados através da descrição de algumas características e sugerindo atitudes que ajudarão a mulher a ser mais feliz (BUITONI, 1981, p. 82).

Segundo a autora, toda a ideologia dos papéis sociais permitidos e destinados a mulheres encontram-se em cada um dos tipos propostos. Todos os rótulos propostos, com exceção da deslumbrante, eminentemente ligado à beleza, estão ligados a qualidades morais: amorosa, esposa, maternal. No caso dos tipos “inteligente” e “camarada” ressalvas são feitas em seu comportamento.

Para as duas, advertências por terem saído do papel natural da mulher. [...] A não ser a referência à negócios, no caso da “inteligente”, não há nenhuma profissão apontada para a mulher fora do lar. A guerra acabara e a mão de obra feminina não era tão necessária. [...] Não se trata de amadurecer, de crescer: o caminho se resume na adaptação aos padrões femininos ideais. (BUITONI, 1981, p. 84)

Passados quase cinquenta anos, as publicações ainda encontram mil formas de manter esse discurso. Um deles, bastante conhecido contemporaneamente no Brasil, é o da consultora de moda e estilo Constanza Pascolato, lançado em 1999. Em seu livro, intitulado o “O Essencial – O que você precisa saber para viver com mais estilo” a autora elenca, tal qual em meados do século passado, alguns tipos de mulheres, identidades fixas com índices distintivos bem definidos a serem seguidos conforme os padrões e limites do socialmente aceito. Para a autora, o jeito de ser de cada mulher, seu “tipo”, é como uma pedra que deve ser lapidada tal qual um escultor em busca da forma perfeita. No caso das mulheres, essa perfeição seria o requinte, a elegância. Reconhecer-se em algum desses estilos é fundamental: ‘é preciso encontrar quem você é. Resgatar uma mulher que você deixou de ser ou descobrir quem ainda, verdadeiramente, não conseguiu ser’ (PASCOLATO, 1999, p. 41).

Assim a autora passa então à descrição de tais tipos. Quatro (e apenas quatro!) são os tipos identificados. Características tanto físicas quanto comportamentais são usadas para descrevê-los: clássica, esportista, moderna e exuberante. Este último é o que mais se aproxima da estética da sensualidade. A exuberante é descrita pela consultora de moda como alguém que é sexy, mas de forma contida e calculada: mesmo fazendo uso do vermelho e do dourado, do decote e da fenda, tudo isso se dará de forma “criativa”, nos momentos adequados, sem pecar pelo excesso e claro, sem nunca perder o estilo. Ou seja, a exuberância ou sensualidade enquanto característica de identidade é permitida dentro de uma “economia” que

obedece ao limite de lugar e de tempo, como se essa mulher só pudesse se expressar livremente quando as circunstâncias permitirem. Em outras condições, talvez fosse melhor adotar outra postura, ou outro “tipo”.

Essa categorização de estilos também pode ser vista em programas de TV. Angela McRobbie (2004) aborda a questão quando analisa a participação de mulheres em um programa da TV Inglesa BBC, “*What Not To Wear*” que trata de avaliar e adequar a vestimenta do participante aos bons modos do vestir. O programa tem sua versão brasileira sob o nome “Esquadrão da Moda”, apresentado pelos consultores de moda e estilo Isabella Fiorentino e Arlindo Grund, pelo canal de TV aberta SBT. Nestes programas, os participantes são inicialmente submetidos a uma análise acerca de seu estilo pessoal, e seu enquadramento a certos grupos é então estabelecido: Romântica, alternativa, divertida, esportista, sexy são alguns dos estilos que podem ser adotados e reproduzidos.

Vale ressaltar que tais caracterizações são, majoritariamente, relacionadas às mulheres. McRobbie (2004) alega que este gênero de programação televisivo vem sendo, em sua maior parte, direcionada ao público feminino. Além disso, a participação masculina no programa, quando presente, atua mais como expectadores ou peritos no vestir. São raras as participações masculinas. Em sua versão brasileira acontece o mesmo:

As candidatas à transformação do visual – argumento em torno do qual a narrativa do programa se estrutura – são mulheres; dentre as 108 edições citadas no site do Esquadrão da Moda, apenas em uma o candidato é um homem. Isabella Fiorentino e Arlindo Grund, especialistas-apresentadores de Esquadrão da Moda, ensinam para “mulheres consideradas sem estilo ou que simplesmente se vestem de forma inadequada (...) como se vestir bem e com estilo”. As “vítimas” do programa devem se tornar adequadas aos mais diferentes parâmetros – as regras de se vestir bem são associadas às normas da beleza, do comportamento e da autoestima. Esquadrão da Moda, quando não convida homens para a transformação do visual, dialoga com o ponto de vista de Angela McRobbie. [...] A exclusividade da participação feminina ocorre de maneira silenciosa, como se fosse natural que mulheres necessitem mais de orientação para a adequação às normas sociais. (CORRÉA; LANA; ROSA, 2012, p. 123)

Assim, a antiga definição de estereótipos femininos se mantém. A demarcação de características bem definidas é fundamental para a categorização desses grupos. Por mais que se estabeleçam muitos estilos e, conseqüentemente, “tipos de feminilidade”, o que se percebe é que tais tipos se enquadram em apenas duas grandes categorias: aquilo considerado adequado no vestir feminino em posição ao considerado inadequado. Uma vez definidas, essas categorizações são, geralmente, sustentadas por posições binárias e opostas, criando uma clara desigualdade e conseqüente marginalização de uns em relação aos outros. Dentre esses binarismos que a moda constrói, a oposição entre elegância e vulgaridade é um dos mais facilmente percebidos.

### **Elegantes e vulgares: a marginalização feminina pelo vestir**

A análise desses tipos apontou para uma dicotomia que há muito tempo opera dentro dos ditames da boa moda: vulgaridade e elegância já rivalizam há séculos e polarizam categorias femininas em situação de clara desigualdade. A elegância comportaria a moda que partiria das classes dominantes dotadas de um gosto apurado e reconhecido, representando aquilo tido como “se vestir bem, de forma adequada e com estilo”, ou seja, pertencendo a um tipo feminino aceito e valorizado. Já a vulgaridade representaria a moda que partiria das classes inferiores e marginalizadas, não detentoras de conhecimento acerca do bem vestir e, conseqüentemente, necessitadas de orientação para maior apuro estético na adoção de um tipo feminino então aceito.

Essa diferenciação não é, no entanto, apenas estética. Para além daquilo que veste, a conduta feminina também é posta como base para tais construções. A vulgaridade não é, assim, um atributo exclusivo da vestimenta, acaba abarcando também o comportamento humano. Essa associação entre modos de vestir e modos de agir é determinante nos estilos de moda e vai designar aquilo que se considera um “estilo vulgar” e, em geral, está diretamente relacionado a um ideal de virtude feminina. A vulgaridade seria essa falha, essa aproximação para a falta de virtude, se associando tanto a

uma questão de classe, como de lugar da mulher na sociedade em sua relação direta com as questões de sexualidade.

As publicações sobre moda determinam o que é considerado apropriado ou inapropriado no vestir feminino, mas sempre a partir de critérios de gosto externos. Segundo o que se pode deduzir a partir das publicações<sup>2</sup> que se passam por porta-vozes de um código de vestir em voga, se é curto “demais”, justo “demais”, decotado “demais” ou transparente “demais”, é vulgar. A coexistência também não é permitida. Se é curto, deve ser largo; se é justo, deve ser sem decotes, se a transparência revela uma parte do corpo, o restante deve ser coberto. Entretanto, as atitudes também são apontadas como fundamentais na análise da vulgaridade. Deixar à mostra o corpo é exhibir-se e, conseqüentemente, oferecer-se. Em uma sociedade ainda com resquícios de uma cultura patriarcal, a mulher vulgar é a que está à “disposição”, aquela que é “fácil”.

Assim, moda e sexualidade se ligam e definem o que é certo ou errado na moda, o que vestir e o que não vestir, ao menos se o que se pretende é estar entre um dos tipos femininos aceitos/valorizados. Para além das publicações e blogs de moda, a aceitação ou não do vestir feminino diz mais que regras de etiqueta. Enquanto forma de diálogo não verbal entre o indivíduo e o mundo, a moda feminina e seus limites falam sobre espaços e fronteiras femininas que vêm sendo ocupados e rompidos.

### Considerações Finais

Atualmente, os padrões de moda e beleza observados deixam claro que a sensualidade é bem vinda e exaltada, às vezes quase cobrada, mas apenas no limite da insinuação. Nada que explicita ou mostre demais. Uma proibição aos exageros. A vulgaridade é tida como um atributo do comportamento que se relaciona a uma conduta feminina diretamente ligada ao grau de liberdade sexual da mulher, um dos principais meios de aferição dessa vulgaridade se torna a roupa. Ser vulgar não está entre os “tipos” a serem seguidos, ao menos

---

<sup>2</sup> Atualmente, grande parte das informações sobre moda e tendências é proveniente da internet. O que antes era objeto das revistas impressas, hoje é tratado por inúmeros blogs pessoais e sites que assumiram, em grande parte, esse papel.

nos tradicionais manuais de moda e elegância, em direta oposição aos “tipos” desaconselhados.

É justamente esta dicotomia, essa diferença da identidade prevalente, que coloca a mulher considerada vulgar em um lugar de marginalidade em relação a uma outra identidade dominante. Elegantes e vulgares são dicotomias que atendem a essa necessidade de, ao mesmo tempo, uma aproximação daquilo que é “melhor” e um distanciamento daquilo que é “pior”. Problematizar os binarismos é fundamental para compreender a forma como identidade e a diferença são construídas em nome de relações que se estabelecem.

Esses estereótipos são construídos em torno de imagens e comportamentos femininos em função de uma normatividade vigente em certo tempo, contexto social e cultural. Compreender que a constituição dessas identidades 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, instável e mutável. Sem deixar de lado ou diminuir seus valores estéticos e subjetivos da moda, é fundamental problematizar normas e tradições sob um ponto de vista social, não a fim de criar sobre elas juízos de valor, mas sim criar espaços e formas de existências plurais, para além de tipos e categorizações.

## Referências

AREND, Sílvia. Fávero. Trabalho, escola e lazer. In: PINSKY, Carla Bessanezi; PEDRO, Joana Maria. **Nova História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2013. p. 65-83.

AUAD, Daniela. **Feminismo**: que história é essa? Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

BUITONI, Dulcília Helena Shoreder. **Mulher de papel**. A representação da mulher pela imprensa feminina brasileira. São Paulo: Loyola, 1981.

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero**: feminismo e subversão da identidade. Tradução: Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

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

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**. Classe, gênero e identidade nas roupas. 2. ed. Tradução: Cristiana Coimbra. São Paulo: Senac São Paulo, 2006.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade I**: A vontade de saber. Tradução: Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade**: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas. Tradução: Magda Lopes. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1993.

HOLLANDER, Anne. **O sexo das roupas**: a evolução do traje moderno. Tradução: Alexandre Tort. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

LANA, Lígia Campos de Cerqueira; CORRÊA, Laura Guimarães; ROSA, Maitê Gurgel. A cartilha da mulher adequada: ser piriguete e ser feminina no Esquadrão da Moda. **Contracampo**, Niterói, n. 24, p. 120-139, jul. 2012. Disponível em <file:///C:/Users/Dell/Downloads/176-748-4-PB%20(1).pdf> Acesso em: 16 abr. 2016.

LE BRETON, Davi. **A sociologia do corpo**. 5. ed. Tradução: Sônia M.S. Fuhrmann. Petrópolis: Vozes, 2011.

MCROBBIE, Angela. Notes on "What Not To Wear" and post-feminist symbolic violence. **The Sociological Review**, London, v. 52, Issue Supplement s2, p. 97-109, Oct. 2004. Disponível em <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-954X.2005.00526.x/abstract>> Acesso em: 16 abr. 2017.

MESQUITA, Cristiane. O Império do Estilo. **Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v. 2, n.2, out. /dez. 2009. Disponível em: <[http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/02\\_IARA\\_vol2\\_n2\\_Dossie.pdf](http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/02_IARA_vol2_n2_Dossie.pdf)>. Acesso em 16 abr. 2016.

MULVEY, Laura. Prazer Visual e Cinema Narrativo. In: XAVIER, Ismail. **A experiência do cinema**: antologia. Rio de Janeiro: Graal/Embrafilme, 1983. p.437-453.

PASCOLATO, Constanza. **O essencial**. O que você precisa saber para viver com mais estilo. São Paulo: Objetiva, 1999.

PINSKY, Carla Bassanezi. A era dos modelos rígidos In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria. **Nova História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2013. p. 469-543.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. Sempre Bela. In: PINSKY, Carla Bessanezi; PEDRO, Joana Maria. **Nova História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2013. p. 105-125.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Elegância, beleza e poder na sociedade de moda dos anos 50 e 60**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

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

STEELE, Valerie. **Fetiche: moda, sexo e poder**. Tradução: Alexandre Abranches Jordão. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

TAYLOR, Lou. **The study of dress history**. London: Manchester University Press, 2004.

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