

O Papel da Vestimenta Nos Movimentos Feministas: o posicionamento das integrantes do Grupo de Estudo Sobre Gênero e Feminismo, da Univali.¹

Marina Rodrigues DORIGON²

Ediene do Amaral FERREIRA³

RESUMO

O presente artigo visa a analisar o papel da indumentária no movimento feminista e a posição das integrantes do Grupo de Estudo Sobre Gênero e Feminismo, da Univali. As estudantes contribuem de diversas maneiras para a disseminação desta ideologia com um propósito em comum: a luta pela igualdade de gênero. Busca-se, portanto, entender o papel da vestimenta nesse grupo e identificar a posição dessas mulheres com relação à indumentária e seu posicionamento político-ideológico. Para tanto, o estudo realizado é de abordagem qualitativa e caráter exploratório, fundamentado através das técnicas bibliográfica e documental. A coleta de dados foi efetuada por meio da realização de um Grupo Focal com dez participantes e os dados foram analisados através da triangulação das informações. Juntamente com manifestações corporais, a indumentária tem sido uma importante ferramenta de comunicação no movimento feminista, marcando diversas conquistas. Ainda que muito tenha mudado, a luta das mulheres contra a opressão e sua demanda por igualdade se mostra cada vez mais forte.

PALAVRAS-CHAVE: Feminismo; Moda; Igualdade de gênero.

ABSTRACT

This article aims to understand and analyze the role of clothing in the feminist movement and the position of the members of the Group of Studies of Gender and Feminism, from Univali. Students contribute in a variety of ways to the dissemination of this ideology with a common purpose: the struggle for gender equality. It is therefore sought to understand the role of clothing in this group and to identify the position of these women in relation to clothing and their political-ideological position. For that, the study was qualitative and exploratory in nature, based on bibliographical and documentary techniques. Data were collected through a Focus Group with ten participants and the data were analyzed through triangulation of the information. Along with corporal manifestations, clothing has been an important communication tool in the feminist movement, marking diverse achievements. Although much has changed, women's struggle against oppression and their demand for equality is growing stronger.

KEYWORDS: Feminism; Fashion; Gender equality.

RESUMEN

El presente artículo apunta a analizar el papel de la indumentaria en el movimiento feminista y la posición de las integrantes del Grupo de Estudio sobre Género y Feminismo, de la Univali. Las estudiantes contribuyen de diversas maneras a la disseminación de esta ideología con un

¹ Artigo Científico apresentado em cumprimento às exigências da disciplina de Iniciação Científica, do Curso de Publicidade e Propaganda da Escola de Artes, Comunicação e Hospitalidade da Universidade do Vale do Itajaí.

² Estudante de Graduação do 7º semestre do curso de Publicidade e Propaganda da Univali, e-mail: marinardorigon@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Publicidade e Propaganda da Univali. Mestre em Comunicação Social e Doutora em Educação, e-mail: ediene@univali.br

propósito en común: la lucha por la igualdad de género. Se busca, por lo tanto, entender el papel de la vestimenta en ese grupo e identificar la posición de esas mujeres con relación a la indumentaria y su posicionamiento político-ideológico. Para ello, el estudio realizado es de abordaje cualitativo y carácter exploratorio, fundamentado a través de las técnicas bibliográfica y documental. La recolección de datos fue efectuada por medio de la realización de un Grupo Focal con diez participantes y los datos fueron analizados a través de la triangulación de las informaciones. Junto con manifestaciones corporales, la indumentaria ha sido una importante herramienta de comunicación en el movimiento feminista, marcando diversas conquistas. Aunque ha cambiado mucho, la lucha de las mujeres contra la opresión y su demanda por igualdad se muestra cada vez más fuerte.

PALABRAS CLAVE: Feminismo; La moda; Igualdad de género.

INTRODUÇÃO

A vestimenta nos dias atuais tomou proporções que divergem às suas funções primitivas de cobertura corporal e proteção climática. O mundo contemporâneo transformou a indumentária em representação visual de idealização social, sendo também uma forma de comunicação pessoal e identificação política.

Embora a vestimenta seja de escolha individual, a sociedade impõe as regras, cabendo somente ao indivíduo segui-las ou não. Essa escolha está diretamente relacionada à personalidade, a fatores demográficos, contexto social, e posicionamento político de determinado indivíduo. Sendo assim, as roupas da moda demonstram classes e identidades sociais, e acima de tudo, mostram como determinado indivíduo reconhece a si mesmo ou como espera que os outros o reconheçam (CRANE, 2006).

Historicamente, indivíduos inconformados com tais imposições sociais buscam aceitação de seu modo de vestir, impróprios ao padrão dominante. Por longos períodos, essa busca pela aceitação foi vista principalmente com relação às questões de gênero. O movimento feminista, desde o princípio, utiliza a indumentária como expressão de independência. Para tal, fez uso de peças do vestuário masculino, a fim de expor abertamente os rígidos papéis de gênero e, com isso, reposicionar seu papel na sociedade (CRANE, 2006; FISCHER-MIRKIN, 2001).

Na atualidade, como forma de exposição social, a indumentária ganha ainda mais força e representatividade, uma vez que dialoga com a efemeridade deste tempo, com o capitalismo exacerbado e ideais de beleza inatingíveis. Posto isso, o posicionamento das militantes do movimento feminista com relação à sua forma de vestir pode ou não ser capaz de influenciar e/ou incentivar não só mulheres, mas simpatizantes da causa. Assim, é importante descobrir se existe essa relação de comunicação entre essas mulheres, suas roupas e seu posicionamento

político-ideológico; e, se sim, como este fenômeno acontece. Diante do exposto, elegeram-se como questões-problema: Qual é o papel do vestuário no movimento feminista e qual a posição das integrantes do Grupo de Estudo Sobre Gênero e Feminismo, da Univali, em relação à vestimenta como expressão do posicionamento político-ideológico?

O objetivo geral deste estudo é analisar o papel do vestuário no movimento feminista e a posição das integrantes do Grupo de Estudo Sobre Gênero e Feminismo, da Univali. Como objetivos específicos buscou-se: I) Identificar a posição das integrantes feministas desse Grupo com relação ao seu posicionamento político-ideológico; II) Compreender como as vertentes do feminismo diferenciam o vestuário das feministas entre si; e III) Entender o papel do vestuário no movimento feminista.

Para justificar a relevância deste estudo, concorda-se com Lipovetsky quando o mesmo diz que “a moda é celebrada no museu (...) está por toda parte na rua, na indústria e na mídia, e quase não aparece no questionamento teórico das cabeças pensantes” (LIPOVETSKY, 2009, p. 13)”. Claro, dos anos 80 até os dias atuais muita coisa mudou e a moda começa a causar algum furor entre os intelectuais (BONADIO, 2005). A partir desse ponto, encontramos na moda um campo pouco explorado e em construção científica, sendo de grande valia novas contribuições teóricas.

Com relação ao feminismo, são muitos os meios utilizados por mulheres feministas para se posicionar perante seus objetivos e propósitos. A vestimenta em diversos movimentos sociais e políticos tem sido crucial para identificar esses grupos. Há, portanto, a necessidade de representatividade científica para estas mulheres e este segmento social. Além disso, esta é uma importante fonte de reflexão e compreensão pessoal, uma vez que é levantada a questão sobre como a vestimenta é capaz de descrever a real imagem de cada mulher e como a moda dialoga com as relações de poder e de luta feminina.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Desde os primeiros registros históricos, as sociedades cobrem o corpo. Em 4.000 a.C, as roupas eram produzidas artesanalmente para fins de proteção térmica e cobertura genital. Peles de animais eram utilizadas como matéria prima e, posteriormente, com o desenvolvimento da agricultura, foi possível cultivar o linho, o que permitiu que os tecidos fossem confeccionados e assim, a indumentária se desenvolvesse (SILVA, 2009).

Mais do que um modo de sobrevivência, a vestimenta identificou e hierarquizou, ao longo dos séculos, as pessoas socialmente. Como afirma Barnard (2003, p. 63) “a moda e indumentária expressam não apenas mensagens mas constituem parte das relações sociais”. Ainda que até o século XI a vestimenta tenha sido essencialmente a mesma para homens e mulheres, as diferenças entre classes já se faziam visíveis desde a Mesopotâmia, onde a alta sociedade se autoidentificava pelos enfeites em suas longas túnicas, enquanto as classes sociais mais baixas frequentemente andavam nuas (SILVA, 2009).

A Idade Média europeia (séc. V ao XV) foi marcada por forte influência religiosa. A moda nessa época continuava como forte diferenciador social, a começar pela nobreza que utilizava tecidos nobres e coloridos, enquanto a plebe vestia tons sóbrios e tecidos de baixa qualidade. Surge assim a moda como diferenciador de sexos, separando mulheres pelos seus vestidos, e homens pelas suas calças (SILVA, 2009).

O grande marco da Idade Moderna (Séc XVI a XVIII) foi a Revolução Industrial, que influenciou não somente a economia através do capitalismo, mas sociedades inteiras, colocando em prática o consumismo ostentatório, que diferenciava não somente gênero e classes sociais, mas as pessoas entre si dentro do mesmo meio social (FOGG, 2014). Os homens faziam uso de vestes que demonstrassem um novo homem de negócios e as mulheres preenchiam seus guarda-roupas de forma a mostrar aos demais as posses dos maridos delas. Para tal, foi criado o corpete para afinar a cintura e direcionar o olhar para o profundo decote e para o volume dos quadris, proporcionado através da sobreposição de pesadas anáguas (SILVA, 2009). Como cita Crane: (2006, p. 199) “As roupas da moda (...) favoreciam os papéis submissos e passivos que as mulheres deveriam desempenhar”. Começa aqui o processo de sexualização da mulher, em que os corpos femininos passam a ser exibidos e moldados de forma a serem bem vistos e agradáveis aos homens.

No início do século XIX, na Inglaterra, surgem os primeiros movimentos de emancipação feminina, que se alastraram rapidamente para as Américas. As mulheres brancas de classe média agora compunham a força motriz das fábricas, o que trouxe grandes mudanças ao seu papel que até então, era essencialmente doméstico. Em 1830, as mulheres passaram a lutar por direitos profissionais e educacionais por meio de greves e paralisações. Algumas dessas mulheres principiaram a equiparar a falta de perspectiva, liberdade e autonomia da vida matrimonial a um regime de escravidão (DAVIS, 2017; FRIEDMAN, 1971). As mulheres, então, encontraram uma forma de valorização de seu trabalho, aprendendo a desafiar a

supremacia masculina e seu lugar político pré-estabelecido (DAVIS, 2016). Em 1848 surgem as chamadas *sufragistas*, que lutavam pelo direito ao voto, permitido apenas para homens brancos (PINTO, 2010). Na virada do século XIX para o XX, um padrão irreal de beleza foi imposto. Como cita Silva: (2009, p. 96), “Para se adaptar à moda, a mulher precisa fazer o corpo sofrer, martirizar-se”. A *Belle Époque* francesa cria a supercintura de 40cm, ideal de beleza que levou muitas mulheres a aderirem a cirurgias de remoção de costelas para atingir este novo padrão social (SILVA, 2009).

Sendo assim, no século XX, os movimentos feministas norte-americano, europeu e até mesmo brasileiro engajaram-se na modificação do vestuário das mulheres, tentando introduzir na sociedade a aceitação de roupas mais leves e confortáveis, condenando o uso dos espartilhos e das anáguas. A luta das mulheres agora era por espaço e emancipação na sociedade, quando passaram a atuar mais ativamente no mercado de trabalho ainda que sofrendo enorme preconceito (CRANE, 2006). Para Zerzan, a divisão sexual do trabalho teria sido “a primeira forma e responsável pela formação daquilo que hoje entendemos como gênero” (ZERZAN, 2010, p.3). Dessarte, “as relações de gênero presentes no patriarcado pressupõem que o órgão sexual determina as funções sociais” (PEDRO; GUEDES, 2010, p.3), refletindo diretamente na formação da identidade de uma sociedade, que passa a ser construída pela diferenciação dos papéis atribuídos a homens e mulheres (PEDRO; GUEDES, 2010).

Na virada do século XX, a Iª Guerra Mundial transformou radicalmente a vida das sociedades, trazendo diversas mudanças sociais, econômicas e políticas. Os homens vão para o campo de batalha e as mulheres passam a, obrigatoriamente, trabalhar para sobreviver. A indumentária então se adapta, abolindo os espartilhos, avessos às novas funções laborais e encurtando as saias na altura dos joelhos. Os anos 20 trazem a androginia, cortes de cabelo mais curtos, achatamento dos seios e tecidos mais soltos que não demarcam a silhueta. Coco Chanel cria o “pretinho básico”, traduzindo o traje masculino para o feminino e os terninhos caem no gosto da mulher moderna (SILVA, 2009). A década de 30 traz muitas mudanças para as mulheres brasileiras. Lideradas por Bertha Lutz, uma das fundadoras da Federação Brasileira pelo Progresso Feminino, conquistam o direito ao voto em 1932, o que garantia maior autonomia política e consolidava a evolução do papel da mulher na sociedade (PINTO, 2010).

A IIª Guerra Mundial traz mudanças semelhantes à primeira. Com o retorno dos homens ao lar ao fim dos conflitos, os Estados Unidos são impactados por uma onda de gravidez em massa chamada *baby boom*. As mulheres, então, retomam suas antigas funções domésticas e

sua vestimenta deve exaltar a nova “rainha do lar”, mãe e esposa moderna, rodeada por eletrodomésticos (SILVA, 2009). O feminismo recebe uma breve pausa neste tempo em que palavras como “emancipação” ou “carreira”, que poucos anos antes eram tão comuns, agora parecem estranhas e embaraçosas (FRIEDMAN, 1971).

O movimento feminista ganha força novamente a partir dos anos 60, adquirindo um caráter libertário junto ao movimento *hippie*, às lutas pacifistas contra a guerra do Vietnã nos EUA e ao movimento estudantil na França (COSTA, 2005). Um protesto histórico e de grande visibilidade acontece nesta década, a “queima dos sutiãs” no concurso de Miss Universo, dos EUA, marcando uma etapa pela luta libertária feminina (MENDES; VAZ; CARVALHO, 2015). No Brasil, a realidade era diferente. O país entrava em uma ditadura, instaurada pelo golpe militar de 64, o que culminou em uma enorme barreira cultural, artística e social, e, principalmente esmoreceu a causa das mulheres, pois o novo governo “via com grande desconfiança qualquer manifestação de feministas, por entendê-las como política e moralmente perigosas” (PINTO, 2010, p. 16-17). O clima político no Brasil não impediu que as mulheres resistissem de alguma forma, atuando “através de passeatas, manifestações públicas e organizações clandestinas” (PEDRO; GUEDES, 2010, p. 06). Em paralelo às lutas políticas, surgiu a pílula anticoncepcional, que trouxe enorme discussão sobre a sexualidade feminina, o início da luta pelos direitos do corpo e por novas formas de relacionamento entre homens e mulheres (ALVES, 2013; ALVES, 2013). A moda então sofre uma revolução cultural ao redor do mundo, quando movimentos juvenis rejeitaram a vestimenta de seus pais e passaram a escolher suas próprias roupas, trazendo o fim da moda única, com vários estilos à escolha (FOGG, 2014).

Em âmbito internacional, a década de 70 foi “a década da mulher”. A ONU realizou em 1975 a primeira Conferência Mundial da Mulher (SINPRO, 2012), o que gerou maior alcance, visibilidade e importância à causa das mulheres. No Brasil, ainda durante a ditadura, as mulheres passaram a questionar e compreender melhor sua postura social (PEDRO; GUEDES, 2010). Em 1972, surge o primeiro grupo organizado de feministas brasileiras, o que foi um marco para o movimento no país (CHRISTO, 2001).

Outras importantes conquistas ocorreram na década de 80 no Brasil. Após grande pressão feminina, em 1988, a Constituição Federal Brasileira concedeu direitos iguais a homens e mulheres. Segundo o Art 5º, “todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza”, sendo assim, a discriminação por gênero, dentre outras reivindicações, passam a ser

protegida na forma da lei (SINPRO, 2012). A partir desse marco histórico, novas políticas públicas foram criadas em favor dos direitos da mulher. Em 1985, foi criado o Conselho Nacional do Direito da Mulher e as Delegacias Especializadas de Atendimento à Mulher, a fim de amparar aquelas vítimas de violência doméstica. Sob influência da crescente modernização da economia, as mulheres foram reincorporadas ao mercado de trabalho (COSTA, 2009). A vestimenta, novamente, se adapta, devendo então mostrar as mulheres mais fortes, de forma a comunicar seu profissionalismo, seriedade e competência, sendo os itens masculinos, como os terninhos, novamente utilizados (SILVA, 2009).

Nos anos 90, o feminismo se profissionaliza por meio da criação de ONGs de apoio à mulher, em especial àquelas vítimas de violência e dificuldades sociais e financeiras. O feminismo aqui toma proporções de luta distintas às do início do século, dando luz ao chamado feminismo popular (COSTA, 2009), conquistando maior representatividade em ambientes políticos e econômicos, criando partidos políticos e abrindo espaço de luta por direitos (SINPRO, 2012).

A diferenciação de gênero começa na infância, seja pelo rosa-azul que separa meninos de meninas, relacionados a suas roupas e até mesmo a seus brinquedos, que são separados nas prateleiras das lojas como: brinquedos para meninos e para meninas - os dos meninos incentivam a ação, como carrinhos, helicópteros, trens, etc., enquanto os das meninas são passivos, como bonecas e itens de cozinha. O feminismo incentiva esta quebra de parâmetros para ambos os sexos, para que os indivíduos sejam vistos e qualificados individualmente, afirmando a quebra de estereótipos de gênero intrínsecos na sociedade desde a infância (ADICHIE, 2017).

No século XXI, os resultados decorrentes das lutas até aqui começam a crescer. No Brasil, em 2003, o Governo Federal cria a Secretaria de Políticas Públicas (SPM) a fim de melhorar as condições de vida das mulheres (SINPRO, 2012). No ano de 2006, é criada a Lei Maria da Penha, que garante os direitos das mulheres em caso de violência doméstica, demonstrando que “as novas formas de fazer política estão diretamente relacionadas à busca da igualdade entre os gêneros, nesse sentido, oferecem condições de empoderamento para que as mulheres usufruam de melhores condições de inserção em diferentes setores da sociedade” (MACHADO e MIRANDA, 2010, p. 03).

Os conceitos de feminismo mudam conforme suas reivindicações. No século XXI, principalmente, transforma-se de um movimento único para se tornar um conglomerado de

grupos fragmentados que buscam igualdade, mas divide-se em vertentes com demandas específicas, como por exemplo: Feminismo liberal, que luta pelos direitos naturais de um indivíduo, sobretudo sua liberdade (SENKEVICS, 2012); Feminismo interseccional, que diz respeito à intersecção de diversas opressões: de gênero, raça e classe social (ANUNCIADA, 2015); Feminismo radical, que olha para as raízes da opressão das mulheres, provenientes do patriarcado (KLEIN; ROWLAND, 1990); Feminismo negro, que contempla as lutas sociais e de classe das mulheres negras, o racismo e seu impacto nas relações de gênero (CARNEIRO, 2011); e Feminismo marxista, que defende que as relações sociais de trabalho e classe são a raiz da opressão feminina (MAESTRO, 2013).

Um novo feminismo surge na internet por meio de blogs e redes sociais. As lutas passam a se alastrar de forma abrangente, abrindo espaço para aqueles que até então, não tinham voz. Algumas reivindicações feministas deste século, no Brasil e no mundo, estão ligadas à legalização do aborto, ao fim do assédio e violência sexual de qualquer tipo, à liberdade de ir e vir, à luta de classes e à queda da diferenciação de gênero, no que diz respeito a quaisquer discriminações. O feminismo hoje se tornou uma luta pelas minorias, e está em todos os cantos da sociedade (CARDOSO; MARTINO, 2016; KORTE; OLIVEIRA, 2014).

A moda deste século busca a “mudança constante, o gosto pelo novo, a busca da distinção e da identidade, bem como a articulação entre o simbólico e o material” (HELLMANN, 2009, p.112), dialogando assim as relações de consumo com a efemeridade deste tempo ocasionado pelo capitalismo moderno, a transmissão desenfreada de informações e as novas mídias.

METODOLOGIA

Este estudo é de abordagem qualitativa, e exige do autor interpretação dos dados que serão coletados dentro do contexto natural que indivíduos ou grupos estão inseridos (CRESWELL, 2014). Caracteriza-se como de caráter exploratório (GIL, 2011, p.27), ainda que o feminismo, a moda e a comunicação já possuam certa consistência teórica separadamente, a correlação entre os três temas é uma novidade passível de ser explorada, principalmente no tocante a grupos universitários.

A técnica utilizada na pesquisa foi bibliográfica (KOCHE, 2016), através de livros e artigos relacionados aos temas, e documental (MARTINS e THEÓPHILO, 2009) por meio de

imagens, documentos de domínio do Grupo de Estudo, revistas e materiais em meio online. Com a união de todos esses dados foi possível construir uma base teórica consistente.

A técnica de amostragem utilizada foi não-probabilística por julgamento (GATES; MCDANIEL, 2003), uma vez que o objeto deste estudo são mulheres feministas, acadêmicas de diversos cursos da Univali, participantes do Grupo de Estudo Sobre Gênero e Feminismo desta mesma instituição. Como estudantes universitárias não possuem muitos recursos para que sua luta tenha o alcance desejado, então fazem-se perceber de outras formas, através de seu engajamento, seu próprio corpo e sua forma de vestir. Essas mulheres experienciam a realidade de ser feminista, vivendo diariamente esta luta dentro de seu meio.

Para coleta de dados foi realizado um Grupo Focal (GATES; MCDANIEL, 2003) com dez mulheres pertencentes ao Grupo de Estudo Sobre Gênero e Feminismo, no dia 10 de maio, às 18h, no laboratório de áudio do bloco C3 da Univali, com duração aproximada de uma hora. Através destas mulheres, já acostumadas a discutir fortemente sobre o assunto, e incentivadas pelo moderador a debater sobre o tema proposto, foi possível observar atentamente suas reações tanto às perguntas quanto às suas próprias respostas, mostrando assim uma perspectiva diferente acerca do tema, por falas e olhos das entrevistadas (MARTINS e THEÓPHILO, 2009).

O instrumento de coleta de dados foi por meio de roteiro de entrevista, contendo quinze questões para discussão (BARROS, A. DUARTE, J. *et al.* 2014), sendo cinco perguntas para cada objetivo e questão-problema. As 58 inscritas no Grupo de Estudo Sobre Gênero e Feminismo foram contatadas pelo entrevistador e convidadas em coletivo para participarem do Grupo Focal, e dez mulheres participaram. As participantes serão identificadas no decorrer do trabalho pelos números de 1 a 10, respectivamente.

A análise foi realizada através de triangulação de dados (MARTINS e THEÓPHILO, 2009, p.68), cruzando as informações obtidas por meio das teorias e documentos com as informações fornecidas pelas entrevistadas durante o Grupo Focal.

O Grupo de Estudo Sobre Gênero e Feminismo começou em 2018 na Univali, através de uma demanda dos acadêmicos. A aluna Ana Clara Zalasik Silva percebeu esta necessidade a partir de sua própria curiosidade e interesse de estudar o tema mais a fundo, visto que pôr este tema em discussão, em sua visão, era algo extremamente importante para o meio acadêmico. A professora Marina Corbetta Benedet, responsável pela supervisão das reuniões, informou que os encontros caracterizam-se como um grupo de estudos e não de pesquisa e, por isso, o projeto não está vinculado ao CNPQ, uma vez que as reuniões são feitas para entender determinados

assuntos ou conceitos já existentes, e não efetuar novas pesquisas sobre o tema. Os encontros são quinzenais e as discussões são realizadas com base em textos sugeridos pela própria professora, mas também pela universitária organizadora, considerando as necessidades acadêmicas. O grupo tem como metodologia a roda de conversa e diálogo sobre os textos e os assuntos que estes textos as possibilitam compreender e debater mais a fundo.

APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A partir da leitura das teorias e aplicação do Grupo Focal, foi possível cruzar os dados a fim de apresentá-los de forma analítica e concisa neste estudo. Os resultados da pesquisa serão dispostos a seguir.

Ser feminista para as mulheres participantes do Grupo Focal significa ser mulher, encontrar a si mesma, ser dona de si, seguir seus sonhos e crescer umas com as outras. A participante 10 afirma que “o autoconhecimento é um aspecto muito importante do feminismo da atualidade, já que a partir do momento em que uma pessoa conhece a si mesma verdadeiramente é capaz de olhar com maior empatia os demais e isso gera respeito”, algo citado por elas como escasso na sociedade atual.

O papel mais importante do feminismo hoje é a construção e desconstrução social da raiz do patriarcado inserida na sociedade e a luta de classes, referindo-se à, ainda existente, desigualdade social. A participante 1, negra e acadêmica do curso de Direito na Univali, cita a grande desigualdade que ainda existe na sociedade e o quanto isso ainda reflete na formação social da mulher, principalmente a negra. Para ela: “Não há emancipação feminina, não há empoderamento feminino sem igualdade social”, defendido por Davis (2016) em toda sua obra, quando alega a unificação das raças, das mulheres e de todas as classes sociais. Além da luta de classes, as participantes citam o fim da diferenciação de gênero como uma luta atual e constante, que diz respeito aos rótulos aplicados nos indivíduos desde antes da maternidade, como as cores rosa para meninas e azul para meninos, por exemplo (ADICHIE, 2017).

Com relação às indumentárias, desde a Idade Média estas diferenciam homens e mulheres. O vestuário dentro do movimento feminista tem papel marcante, pois historicamente tem representado diversas mudanças e conquistas. O patriarcado, ainda existente na sociedade, não mais obriga as mulheres a se vestirem de forma a se diferenciarem dos homens, entretanto, é visto como o principal inibidor destas mudanças sociais. Neste aspecto, ainda que em fase de desenvolvimento, há uma grande evolução, uma vez que os itens diferenciadores, como calças,

saias e chapéus, por exemplo, já não mais fazem parte de uma sociedade totalmente excludente. Hoje, é possível encontrar homens e mulheres utilizando os mesmos tipos de roupa, caminhando para o momento em que as roupas, de forma geral, não terão mais diferenciação de gênero.

A moda, historicamente, tem seu papel de repressor, uma vez que dita as regras de vestuário e comportamento a serem seguidas. Entretanto, a liberdade de poder escolher o que vestir e como agir data do final do século XX e reflete diretamente na aceitação do indivíduo e sua personalidade. Sendo assim, as feministas vêm utilizando a indumentária como meio de expor seu posicionamento e quebrar os padrões de diferenciação de gênero, pois além de um meio de comunicação político-ideológica, as roupas dão aos indivíduos a liberdade de ser quem verdadeiramente são, como querem ser vistos, exprimem sentimentos, humor, valores, desejos, e, muitas vezes, são utilizadas a fim de provocar impacto social. Todas essas formas de expressão foram citadas pelas mulheres que participaram do Grupo Focal como modo de expor seu pensamento, posicionamento e personalidade. Elas sustentam ainda que ser feminista na moda é ser “despadrão”.

A memorável queima dos sutiãs é citada por elas como um marco na história da indumentária como instrumento feminino de busca por liberdade. Defendem que as pessoas precisam testemunhar mais ações como esta, que causem certo choque, a fim de incentivar a reflexão e o diálogo. Algumas participantes alegam ainda que não utilizam mais sutiã por este se tratar apenas de mais uma forma de “prender” a mulher.

De maneira geral, as participantes não costumam seguir a moda e declaram escolher roupas confortáveis que exteriorizem seus sentimentos. Apenas a participante 2 afirma seguir as tendências, usando muito salto alto – rejeitado por todas as outras – e gostar de se vestir de forma elegante. Retomo Fogg (2014, p.11) que diz que “por longos períodos da história a roupa elegante foi o único caminho das mulheres ao poder”, inserindo-a no contexto atual, em que o poder hoje está em justamente decidir se vestir desta forma ou não. Elas citam que hoje podem escolher o que vestir, inclusive as calças e os terninhos, itens identificadores de gênero até pouco tempo atrás. Para elas é uma importante forma de liberdade de expressão, conquistada através da luta feminista ao longo dos anos. Apoiam que as roupas não têm gênero e que qualquer pessoa tem direito de vestir o que quiser sem julgamentos sociais.

Embora muito tenha mudado desde o início do século passado, ainda há uma constante busca pela igualdade entre homens e mulheres e estas ainda lutam por maior “liberdade e

autonomia para decidir sobre sua vida e seu corpo” (PINTO, 2010, p.16). As participantes afirmam que, além das roupas, utilizam o próprio corpo como forma de expor sua ideologia, através de cortes de cabelo, tatuagens e *piercings*, artigos ainda subjugados socialmente, principalmente no meio corporativo.

Diferentemente do final do século XIX e início do século XX, o ócio já não é mais a única atividade permitida às mulheres, e essas não mais precisam desempenhar papéis de submissão (CRANE, 2006). Elas estudam, trabalham, e exercem funções que, muitas vezes, exigem padrões estéticos. As participantes comentam o quanto a questão visual importa e que a partir do momento em que um indivíduo decide quebrar este padrão, como por exemplo a exibição dos cabelos ao natural, sem tinturas ou alisadores, as pessoas ficam incomodadas e acabam por fazer julgamentos precipitados baseados em pré-conceitos.

A restrição das roupas utilizada na Idade Moderna, como o uso dos corpetes não existe mais, no entanto, o uso de roupas justas ou curtas, considerado uma conquista na década de 30, hoje são vistas como formas de objetificar e sexualizar a mulher. As participantes citam que isso só acontece porque os homens as veem como objeto e, portanto, cobrir o corpo torna-se uma forma de se protegerem e se sentirem seguras. Segundo elas, as mulheres ainda estão sob o poder de uma sociedade patriarcal, mas só estão presas a ela porque o próprio homem continua sendo o grande centralizador de poder. Ninguém é mais forte do que eles, e a mulher ainda está sujeita a prender-se a fim de não se indispor.

No tocante às vertentes feministas e se estas influenciavam na maneira de vestir das participantes, percebeu-se que apenas as participantes 1 e 2 alegam seguir alguma vertente, feminismo negro e radical, respectivamente. Percebeu-se através do debate que a vertente é sim importante quando posta em discussão, mas que de maneira geral, cada uma delas segue um pouco de cada direção, sem se prender a uma só. A questão importante aqui levantada por elas é o respeito às “irmãs” feministas e suas próprias crenças e lutas, sem julgamentos. Essas vertentes não influenciam a forma como elas se vestem, no entanto, influenciam na forma como elas veem as demais, sendo capazes de identificar a vertente feminista de uma mulher apenas observando a forma como ela se veste ou se comporta, indicando que a questão do estereótipo, muito embora o feminismo busque quebrá-lo, está intrínseca dentro do próprio movimento.

Durante o debate a questão do estereótipo foi colocada em pauta. Foram expostas duas imagens para discussão e as participantes deveriam responder sobre a primeira impressão de cada uma delas levando em consideração as roupas.

Imagem 1: Mulher de rosa



Fonte: imagem cedida pela mulher para a pesquisa

Imagem 2: Mulher de preto



Fonte: imagem cedida pela mulher para a pesquisa

A primeira consideração foi sobre a orientação sexual das mulheres, uma parecia heterossexual e a outra talvez transexual, porque o que ela está vestindo não se enquadra no padrão hétero. De forma geral, todas concordaram que se ambas fossem vistas perante a sociedade, seria possível encaixar muito bem o pensamento, mas através de olhares feministas, tratam-se apenas de duas meninas bonitas e felizes em suas vestimentas.

As participantes declaram que ambas poderiam ser feministas considerando sua indumentária. No entanto, quando questionadas se as duas mulheres teriam a mesma credibilidade dentro do movimento, todas responderam que não. A mulher de preto seria ouvida, mas a de rosa não. A justificativa dessa resposta se deve ao fato de que a mulher de rosa se encaixa nos padrões da sociedade, o que anularia a credibilidade da sua fala. Aparentemente, para fazer parte do movimento e ser ouvido você deve obrigatoriamente sair do padrão, do contrário, será julgado da mesma maneira.

De maneira geral, as participantes resumem que ambas são mulheres e que apenas por este fato sofrerão problemas igualitários, por mais independentes que elas sejam, por mais que as vestimentas delas comuniquem algo diferente do que a sociedade ou o movimento aceitam, elas são mulheres e sofrerão consequências por isso.

Por fim, retomo aqui a citação de Barnard (2003, p. 63) para explicitar muito do que foi percebido com as discussões do Grupo Focal, quando o mesmo diz que “a moda e

indumentária expressam não apenas mensagens mas constituem parte das relações sociais”, mostrando que o vestuário tem papel primordial dentro do movimento feminista como forma de expressão dentro do meio social em que estas mulheres vivem, e que fazem parte, não apenas de uma sociedade como um todo, mas da forma como cada uma destas mulheres se vê perante ela.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com esta pesquisa, foi possível encontrar e entender a relação entre o feminismo, as mulheres e sua comunicação através da moda, conhecer melhor o Grupo de Estudo sobre Gênero e Feminismo da Univali, ter maior entendimento acerca das diferentes maneiras de comunicação, sendo a vestimenta uma delas, e descobrindo que as mulheres, principalmente universitárias, utilizam dos meios à disposição, como suas roupas e seu próprio corpo para demonstrar seu posicionamento e incentivar outras a fazer o mesmo.

As acadêmicas participantes do Grupo de Estudos Sobre Gênero e Feminismo da Univali utilizam não só as roupas, mas o próprio corpo como forma de se posicionarem. Para elas, foi possível perceber que o que mais importa hoje são a liberdade de poder demonstrar desejos, pensamentos e sua personalidade através dos meios disponíveis, como as redes sociais, as roupas e o próprio corpo, e assim disseminar a ideologia feminista no meio ao qual fazem parte.

Foi possível analisar a relação do vestuário com o movimento feminista e perceber que existe um vínculo de comunicação entre a composição e exposição de um e o pensamento do outro. A indumentária tem o poder de aprisionar e libertar, sendo possível perceber a constante luta feminina no decorrer dos séculos a fim de utilizá-la cada vez mais para fins libertários e que, apesar das conquistas até aqui, as batalhas continuam e a vestimenta vem fazendo parte destas mudanças de forma marcante.

Esta pesquisa permitiu maior compreensão não só com relação às roupas, mas acerca de tudo que envolve o corpo da mulher e a forma como este é utilizado para posicioná-las na sociedade. O feminismo chegou a um estágio em que a autoaceitação é o foco e a indumentária está inserida aqui como instrumento de apoio para chegar a este fim.

Este estudo permitiu obter maior aprofundamento teórico no que norteia o mundo da moda e suas diferentes formas de expressão, bem como maior compreensão do movimento feminista e suas vertentes ideológicas. Vertentes estas que não influenciam na forma como estas

mulheres se vestem, mas são capazes de identificar outras. Foi possível também perceber a diferença dos movimentos em coletivo das décadas anteriores, e como hoje o movimento passa a existir desde que apenas uma mulher deseje lutar por algo, mesmo que esta luta se resuma à tarefa de não se render, tampouco se conformar com a realidade atual, e que é preciso incentivar a mudança. Ser feminista é se empoderar, não esconder seu posicionamento político-ideológico, e estar sempre em defesa das “irmãs” e de si própria.

Algumas limitações foram encontradas no decorrer deste estudo. Uma delas foi a dificuldade em conseguir reunir a quantidade necessária de mulheres do Grupo de Estudo para realização do Grupo Focal. Outra limitação foi a própria participante 9 do Grupo Focal que, embora tenha sido incentivada tanto pelo moderador quanto pelas demais participantes, não contribuiu com nenhuma opinião durante todo o debate.

Recomenda-se após este estudo que seja realizada uma nova pesquisa, mas de caráter quantitativo com todas as mulheres feministas da Univali, e até mesmo em outras universidades de representatividade no Brasil, a fim de incentivar mais mulheres a pesquisarem sobre o tema. A união destas duas pesquisas traria ainda maior entendimento acerca da relação da comunicação político-ideológica e da moda, em âmbito acadêmico, e até mesmo nacional.

Por fim, utilizo aqui as palavras de uma participante do Grupo para exemplificar as descobertas deste estudo, quando diz que das universidades sairão as cabeças que irão administrar o mundo e todo o entendimento e conhecimento adquirido aqui, será levado adiante criando uma reação em cadeia de empatia e aceitação. O passo da independência foi dado, e não é possível, tampouco aconselhável, voltar atrás.

REFERÊNCIAS

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. **Para educar crianças feministas**: um manifesto. São Paulo: Companhia das Letras, 2017. Tradução Denise Bottmann.

ALVES, Ana Carla Farias; ALVES, Ana Karina da Silva. As trajetórias e lutas do movimento feminista no Brasil e o protagonismo social das mulheres. In: SEMINÁRIO CETROS, 4., 2013, Fortaleza. **Neodesenvolvimentismo, Trabalho e Questão Social**. Fortaleza: Uece, 2013. p. 1 - 9.

ANUNCIADA, Patricia. **Feminismo Interseccional**: um conceito em construção. 2015. Disponível em: <http://blogueirasnegras.org/2015/09/29/feminismo-interseccional-um-conceito-em-construcao>. Acesso em: 18 de maio 2018.

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARROS, A.; DUARTE, J. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2014.

BONADIO, Maria Claudia. **O fio sintético é um show!** Moda, política e publicidade; Rhodia S.A. 1960-1970. Campinas, SP: [s. n.], 2005.

CARNEIRO, Sueli. **Enegrecer o Feminismo:** a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. 2011. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/enegrecer-o-feminismo-situacao-da-mulher-negra-na-america-latina-partir-de-uma-perspectiva-de-genero/>. Acesso em: 20 de maio 2018.

CHRISTO, Carlos Alberto. Marcas de Batom. Revista Caros Amigos, 2001. Disponível em: <https://secundo.wordpress.com/2010/11/28/marcas-de-batom-parte-ii/> Acesso em: 18 de maio 2018.

COSTA, Ana Alice Alcântara. O movimento feminista no Brasil: dinâmica de uma intervenção política. In: PISCITELLI, Adriana; MELO, Hildete Pereira de; MALUF, Sônia Weidner (Org.). **Olhares Feministas**. Brasília: Ministério da Educação: Unesco, 2009. p. 51-81.

CRANE, D. **A moda e seu papel social:** Classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: Senac, 2006.

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa:** métodos qualitativos, quantitativo e misto. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DAVIS, Angela. **Mulheres, raça e classe**. Rio de Janeiro: Boitempo, 2016.

FISCHER-MIRKIN, Toby. **O código do vestir:** os significados ocultos da roupa feminina. Rio de Janeiro: Rocco, 2001. Tradução de Angela Melim.

FOGG, Marnie (Ed.). **Tudo sobre moda**. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

FRIEDMAN, Betty. **Mística feminina**. Petrópolis: Vozes Limitada, 1971.

GATES, Roger; MCDANIEL, Carl. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Thomson, 2003.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

HELLMANN, Aline Gazola. **A moda no século XXI:** para além da distinção social?. 2009. 121 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Sociologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/21459/000736166.pdf>. Acesso em: 5 de maio 2018.

KLEIN, Renate; ROWLAND; Robyn. Radical Feminism: critic and construct. Gunew, Ed., 1990. Disponível em: <https://materialfeminista.milharal.org/files/2013/07/Radical-Feminism-History-Politics-Action-Robin-Rowland-Renate-Klein-parte.pdf> Acesso em: 01 de jun 2018.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de Metodologia Científica:** Teoria da ciência e iniciação à pesquisa. 34. ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero:** a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MAESTRO, Angeles. **Feminismo marxista:** notas sobre um processo em construção. 2013. Disponível em: http://www.ocomuneiro.com/nr17_02_angeles.html. Acesso em: 21 de maio 2018.

MARTINO, Natália; CARDOSO, Rodrigo. **O novo feminismo:** Como pensam as jovens ativistas que usam o corpo como forma de expressão, protestam com ousadia e irreverência, têm como bandeira a liberdade e a diversidade e defendem as minorias. 2016. Disponível em: https://istoe.com.br/216256_O+NOVO+FEMINISMO. Acesso em: 10 de maio 2018.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MENDES, R.s.; VAZ, B.j.o.; CARVALHO, A.f.. O Movimento Feminista e a Luta pelo Empoderamento da Mulher. **Gênero & Direito**, [s.l.], n. 3, p.88-99, 22 dez. 2015. Revista Genero & Direito. <http://dx.doi.org/10.18351/2179-7137/ged.2015n3p88-99>.

OLIVEIRA, Grazielle; KORTE, Julia. **A nova luta das mulheres:** O feminismo do século XXI se multiplica em várias tendências e usa a tecnologia digital para difundir a ideia de que a igualdade ainda é uma ilusão entre os sexos. 2014. Disponível em: <https://epoca.globo.com/ideias/noticia/2014/02/bnova-lutab-das-mulheres.html>. Acesso em: 15 de maio 2018.

PEDRO, Claudia Bragança; GUEDES, Olegna de Souza. **As conquistas do movimento feminista como expressão do protagonismo social das mulheres.** In: SIMPÓSIO SOBRE ESTUDOS DE GÊNERO E POLÍTICAS PÚBLICAS, 1., 2010, Londrina. Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2010. p. 1 - 10.

PINTO, Céli Regina Jardim. **Feminismo, história e poder.** Rev. Sociol. Polít., Curitiba, v. 18, n. 36, p.15-23, jun. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v18n36/03.pdf>>. Acesso em: 22 de mar. 2018.

SENKEVICS, Adriano. **Além do feminismo liberal:** é tempo de superar o discurso da igualdade. 2012. Disponível em: <https://ensaiosdegenero.wordpress.com/2012/01/16/alem-do-feminismo-liberal-e-tempo-de-superar-o-discurso-da-igualdade> Acesso em: 20 de maio 2018.

SILVA, U. de Carvalho. **História da indumentária.** Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina. Araranguá, 2009.

SINPRO. **Direitos e emancipação da mulher trabalhadora.** In: VENERA, José Isaías; SEVERINO, José Roberto (Org). Itajaí: Casa Aberta, 2012.

ZERZAN, John. Patriarcado, Civilização e as Origens do Gênero. **Revista do Núcleo de Estudos e Pesquisa em Gênero e Direito**, João Pessoa, v. 1, n. 2, p.1-11, jul. 2010. Disponível em: <http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ged/article/view/9702/5289>. Acesso em: 17 de abr. 2018.